

João Crispim Carvalho Lourenço Borges da Ponte

**CARACTERIZAÇÃO DO GREEN BUSINESS NO SECTOR DO
TURISMO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES**



Universidade dos Açores

Departamento de Biologia

2010

João Crispim Carvalho Lourenço Borges da Ponte

**CARACTERIZAÇÃO DO GREEN BUSINESS NO SECTOR DO
TURISMO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES**

**(Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Ambiente, Saúde e
Segurança)**

Orientadores

Professora Doutora Regina Cunha

Professor Doutor Gualter Couto



Universidade dos Açores

Departamento de Biologia

2010

AGRADECIMENTOS

Para minha felicidade, ao longo do desenvolvimento deste trabalho tive a oportunidade de trabalhar e conviver com muitas pessoas que ajudaram a melhorar e a completar a investigação. A todos eles ficam os meus sinceros agradecimentos.

Em primeiro lugar, quero agradecer aos meus orientadores, sem os quais a conclusão deste trabalho não teria sido possível. Um profundo agradecimento à Professora Doutora Regina Cunha pela sua eterna boa disposição, disponibilidade, amizade, apoio e pelas inúmeras horas que trabalhamos à procura de soluções para aperfeiçoar o estudo. É um motivo de grande orgulho ter tido a oportunidade de partilhar um pouco do seu conhecimento. Um abraço especial para o Professor Doutor Gualter Couto, que, pelo seu exemplo, me incentiva a ir sempre mais além e a ser melhor. Para além de ser uma grande honra trabalhar sob a sua direcção, é fantástico poder aprender com alguém da sua competência e valor.

Um agradecimento muito sincero ao Observatório Regional do Turismo pela sua receptividade e pela ajuda na divulgação e credibilização do questionário. À Direcção Regional do Turismo pelas respostas aos e-mails e pela disponibilização dos dados solicitados. À Delegação de Turismo de São Miguel, especialmente ao Senhor Delegado Carlos Teixeira da Silva, que mui gentilmente retribuiu os telefonemas e se disponibilizou para ajudar.

Um grande agradecimento às empresas que participaram no estudo, pela sua colaboração e por tornarem possível a conclusão deste trabalho, e ao Professor Luís Silva, pela ajuda no SPSS.

Um agradecimento especial aos meus colegas de Mestrado, que para além de tornarem a experiência bem mais agradável, ajudaram sempre que puderam. Ao André Neves pelas inúmeras visitas ao Centro de Empreendedorismo, conversas animadas e camaradagem. À Crisálida Tavares pelo seu exemplo, enorme boa disposição, energia e disponibilidade para ajudar. Ao Eduardo Rabello pela ajuda no arranque do trabalho, confiança e companheirismo. À Susana Fonseca pela ajuda, motivação e amizade, pelas grandes gargalhadas e pelas trocas de livros na recta final.

À Nélia Branco, minha colega de trabalho, que tantas vezes se viu sozinha devido às reuniões de orientação. O seu apoio foi fundamental para ultrapassar a fase final.

Com um carinho especial, um agradecimento aos meus pais por um dia terem lançado a semente e me terem proporcionado a oportunidade para estudar.

Por fim, um enorme agradecimento com muito amor à minha namorada Cristina pela imensa compreensão, pela amizade, pelo constante apoio, por toda a ajuda e pelos grandes momentos que tornam a nossa vida muito feliz.

ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	VI
--------------------------	-----------

ÍNDICE DE TABELAS	VII
--------------------------	------------

RESUMO	IX
---------------	-----------

ABSTRACT	X
-----------------	----------

I. INTRODUÇÃO	1
----------------------	----------

II. GREEN BUSINESS E TURISMO SUSTENTÁVEL	5
---	----------

2.1. AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	5
--	----------

2.2. TURISMO SUSTENTÁVEL	8
---------------------------------	----------

2.2.1. IMPACTES AMBIENTAIS DO TURISMO	8
---------------------------------------	---

2.2.2. DESAFIOS DO TURISMO SUSTENTÁVEL	12
--	----

2.2.3. DA AGENDA 21 LOCAL À AGENDA 21 PARA O TURISMO	18
--	----

2.3. GREEN BUSINESS	21
----------------------------	-----------

2.3.1. ENQUADRAMENTO HISTÓRICO	22
--------------------------------	----

2.3.2. BARREIRAS	24
------------------	----

2.3.3. RELAÇÃO COM O MERCADO	26
------------------------------	----

2.3.4. GREEN MARKETING	29
------------------------	----

2.3.5. INTEGRAÇÃO NA ESTRATÉGIA EMPRESARIAL	32
---	----

2.3.6. PRINCÍPIOS DE VALDEZ	34
-----------------------------	----

2.3.7. PROJECTO SIGMA – SUSTAINABILITY INTEGRATED GUIDELINES OF MANAGEMENT	36
--	----

2.4. INSTRUMENTOS DE GESTÃO AMBIENTAL APLICADOS AO TURISMO SUSTENTÁVEL	37
---	-----------

2.4.1. AVALIAÇÕES DE DESEMPENHO AMBIENTAL	38
---	----

2.4.2. SISTEMAS DE GESTÃO AMBIENTAL	39
-------------------------------------	----

2.4.3. CONTABILIDADE AMBIENTAL	44
--------------------------------	----

2.4.4. RÓTULO ECOLÓGICO	49
-------------------------	----

2.4.5. CHAVE VERDE	52
--------------------	----

2.4.6. INSTRUMENTOS COMPLEMENTARES DE POLÍTICA AMBIENTAL	53
--	----

Caracterização do *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores

João Crispim Ponte

III. CARACTERIZAÇÃO GERAL DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	62
3.1. ENQUADRAMENTO INSTITUCIONAL E GEOPOLÍTICO	62
3.2. POPULAÇÃO	64
3.3. ACTIVIDADE ECONÓMICA	66
3.3.1. PRODUTO INTERNO BRUTO	68
3.3.2. EMPREGO	70
3.3.3. AGRICULTURA E PESCAS	73
3.3.4. INDÚSTRIA	74
3.3.5. COMÉRCIO	75
3.3.6. TURISMO	77
3.4. AMBIENTE	82
3.5. PERSPECTIVAS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	87
3.5.1. PREDSA – PLANO REGIONAL DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	87
3.5.2. PRA – PLANO REGIONAL DA ÁGUA	91
3.5.3. PLANO ESTRATÉGICO DE GESTÃO DE RESÍDUOS DOS AÇORES (PEGRA)	92
3.5.4. IGT – INSTRUMENTOS DE GESTÃO TERRITORIAL	92
3.5.5. POTRAA – PLANO DE ORDENAMENTO TURÍSTICO DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	95
3.5.6. ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO HUMANO E PEGADA ECOLÓGICA	101
3.6. PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	103
IV. GREEN BUSINESS NO SECTOR DO TURISMO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES	105
4.1. ENQUADRAMENTO E OBJECTIVOS DO ESTUDO	105
4.2. CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO DE REFERÊNCIA	107
4.3. METODOLOGIA	113
4.3.1. AMOSTRA	114
4.3.2. QUESTIONÁRIO	116
4.3.3. TRATAMENTO E ANÁLISE DE DADOS	118
4.4. RESULTADOS OBTIDOS E DISCUSSÃO	118
V. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	128
BIBLIOGRAFIA	133

LEGISLAÇÃO	141
ANEXO I (QUESTIONÁRIO)	144
ANEXO II (LISTA DE EMPRESAS A OPERAR NO SECTOR DO TURISMO NOS AÇORES)	152

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Comparação entre a Teoria de Desenvolvimento Moral de Kohlberg e o Modelo “Verde” de Tomada de Decisão de Hendry e Vesilind (Adaptado de: Hendry e Vesilind, 2005).	28
Figura 2 - Ciclo PDCA (Fonte: ISO 14001:2004).	42
Figura 3 - Processo de AIA (Fonte: Partidário e Jesus, 2005).	55
Figura 4 - Evolução do PIB per capita nos Açores (Euros) (Fonte: SREA, 2009).	69
Figura 5 - Distribuição do Emprego (%) por Sector de Actividade (Fonte: SREA, 2009).	71
Figura 6 - Taxa de Desemprego na RAA, entre 1992 e 2007 (Fonte: SREA, 2010).	72
Figura 7 - Evolução do número de hóspedes nas unidades de alojamento (SREA, 2009).	81
Figura 8 - Evolução do número de dormidas nas unidades de alojamento (SREA, 2009).	81
Figura 9 - Recursos naturais explorados pelas empresas do sector turístico.	119
Figura 10 - Objectivos na adopção de instrumentos de gestão ambiental.	122
Figura 11 - Investimento necessário para implementar um instrumento de gestão ambiental.	124
Figura 12 - Retorno esperado dos investimentos em instrumentos de gestão ambiental.	124
Figura 13 - Benefícios resultantes da adopção de instrumentos de gestão ambiental	125

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Publicações internacionais de recomendações para autoridades públicas para a governança do turismo sustentável (Adaptado de: Dinica, 2009).	14
Tabela 2 - Objectivos gerais de uma Agenda 21 Local – ICLEI (Adaptado de: Schmidt <i>et al.</i> , 2005).	20
Tabela 3 - Princípios de Valdez (Adaptado de: Barnard, 1990).	35
Tabela 4 - Esquema de implementação de um SGA (Adaptado de: Institute of Environmental Management and Assessment, disponível em http://www.iema.net/ems/phases).	40
Tabela 5 - População Residente por Local e Grupo Etário, 2009 (Fonte: INE, 2010).	64
Tabela 6 - Evolução da População Média nos Açores (Fonte: SREA e INE, 2010).	65
Tabela 7 - Estimativa da População Residente por ilhas (Fonte: SREA, 2010).	65
Tabela 8 - Saldo Natural entre 1990 e 2008 (Fonte: SREA, 2010).	66
Tabela 9 - Volume de Negócios das Empresas nos Açores (INE, 2010).	66
Tabela 10 - Valor acrescentado bruto por actividade económica, 2007 (Fonte: SREA, 2009).	68
Tabela 11 - Produto Interno Bruto 2000-2008 (Fonte: SREA, 2009).	70
Tabela 12 - População Activa e Taxa de Actividade (%) (Fonte: SREA, 2010).	72
Tabela 13 - Produção das Principais Culturas Agrícolas (toneladas) (Fonte: INE, 2010).	73
Tabela 14 - Número de Empresas do Sector Terciário nos Açores, em 2007 (Fonte: INE, 2009).	76
Tabela 15 - Capacidade de alojamento (número de hóspedes) nos Açores (INE, 2010).	80
Tabela 16 - Número de entidades a operar por sector de actividade turística (DRT, 2010).	82
Tabela 17 - Zonas de Protecção Especial nos Açores (Adaptado de: Rede Natura 2000 (http://redenatura2000.azores.gov.pt/)).	84
Tabela 18 - Sítios de Interesse Comunitário nos Açores (Adaptado de: Rede Natura 2000 (http://redenatura2000.azores.gov.pt/)).	85
Tabela 19 - Descritores contemplados na análise da situação de referência (Adaptado de: Costa <i>et al.</i> , 2004).	88
Tabela 20 - Cenários de desenvolvimento (Adaptado de: PReDSA, 2006).	90
Tabela 21 - Linhas de Orientação Estratégica definidas por Área Temática (Adaptado de: PRA, 2001).	92
Tabela 22 - Principais “produtos” turísticos e principais apostas estratégicas por ilha (Adaptado de: POTRAA, 2008).	99
Tabela 23 - Pontos fracos e pontos fortes da RAA (Adaptado de: Couto e Ponte, 2009).	103
Tabela 24 - Contribuição dos produtos turísticos para os Açores apresentada no PENT (Adaptado de: APA, 2007).	108
Tabela 25 - Empresas que realizaram actividades de protecção ambiental (%) nos Açores (Adaptado de: INE, 2010).	111
Tabela 26 - Bandeiras Azuis nos Açores entre 2006 e 2010 (Adaptado de: ABAE, 2010).	112
Tabela 27 - Diplomas Chave Verde atribuídos entre 2008 e 2010 nos Açores (Adaptado de: ABAE, 2010).	113
Tabela 28 - Diferentes actividades do sector turístico nos Açores (Adaptado de: DRT, 2010).	114
Tabela 29 - Actividades turísticas por ilha nos Açores (Adaptado de: DRT, 2010).	115

Tabela 30 - Classificação dos pilares de desenvolvimento sustentável no desenvolvimento dos Açores	119
Tabela 31 - Elementos considerados em estratégias de marketing e publicidade.	120
Tabela 32 - Práticas ambientais adoptadas pelas empresas	121
Tabela 33 - Adopção de instrumentos de gestão ambiental.	121
Tabela 34 - Motivos que impedem as empresas de adoptar instrumentos de gestão ambiental.	123
Tabela 35 - Vantagens da adopção de instrumentos de gestão ambiental.	123
Tabela 36 - Matriz S.W.O.T. do <i>green business</i> no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores.	131

RESUMO

O turismo é a maior indústria do mundo e assumiu-se como fundamental para o desenvolvimento socioeconómico de muitos países e regiões. A contínua expansão da actividade turística, na busca de novos locais que possam satisfazer as necessidades de consumidores cada vez mais numerosos e exigentes, representa muitas vezes o surgimento de desequilíbrios no desenvolvimento de ilhas, de locais remotos e de pequenas comunidades. A nível ambiental, a sobreexploração de recursos naturais coloca em causa a sustentabilidade não só desses mesmos recursos, mas também da própria actividade turística.

A Região Autónoma dos Açores definiu o turismo como pilar estratégico do seu desenvolvimento, mas, simultaneamente, assumiu a sustentabilidade como factor essencial no seu progresso. Para esse efeito, foram definidos rumos de acção que dinamizassem o sector turístico, potenciando a criação contínua de riqueza, de forma articulada com perspectivas de desenvolvimento sustentável.

As características naturais do arquipélago têm representado um factor de diferenciação nos mercados internacionais e, de um ponto de vista estratégico, o turismo de natureza e as actividades marítimo-turísticas assumem um papel essencial na valorização do destino. Esta situação induz a necessidade de promover a preservação e protecção do ambiente em todas as actividades, garantindo que, a longo prazo, se mantenha a capacidade de atracção turística.

Neste contexto, torna-se premente perceber qual o posicionamento das empresas a operar neste sector e qual o seu comportamento face a esta problemática, uma vez que são elas que, na maioria das vezes, contactam mais directamente com os recursos naturais e que produzem mais e maiores impactes sobre eles. A presente investigação realizou-se centrada neste cenário, procurando não só identificar princípios de cultura empresarial, mas também verificar que tipo de práticas e acções são adoptadas no sentido de promover a preservação e a protecção ambiental.

A informação recolhida resultou da aplicação de um questionário às empresas do sector turístico da Região Autónoma dos Açores – 46 empresas responderam ao questionário. Através da análise dos dados, verificou-se que a maioria das empresas participantes eram pequenas e médias empresas. Foi possível constatar que efectivamente as características naturais do arquipélago são um factor de diferenciação nos mercados internacionais e que o ambiente é considerado um elemento importante no desenvolvimento socioeconómico da Região. Contudo, verificou-se que a adopção de práticas ambientais é, sobretudo, promovida com motivos economicistas, uma vez que existe uma correlação positiva entre o investimento previsto e o

retorno esperado. Verificou-se, ainda, que existem dificuldades na percepção da linguagem utilizada no que concerne ao ambiente, o que limita bastante a sua aplicação e poderá justificar a baixa adesão a instrumentos de gestão ambiental.

Palavras-chave: *green business*; turismo sustentável; gestão ambiental; empresas; Açores.

ABSTRACT

Tourism is the world's largest industry and it is essential to the socioeconomic development of many countries and regions. Touristic activities are in permanent expansion, in search of new locations that can satisfy the needs of more demanding consumers, and often trigger unbalances in the development of islands, remote locations and small communities. From an environmental perspective, natural resources consumption and over exploration threaten not only the sustainability of these resources, but also the sustainability of the touristic activity.

The Autonomous Region of the Azores has defined tourism as an element of strategic development, and has, simultaneously, assumed sustainability as an essential factor to its progress. In order to enhance the dynamics of the touristic sector, several strategies were established, increasing the potential of wealth creation in articulation with sustainable development perspectives.

The natural characteristics of the archipelago have been a differentiation aspect in international markets and, from the strategic point of view, nature tourism and nautical activities play a vital role to value the destination. This situation spawns the need to promote the environment's preservation and protection in all activities, assuring that, in a long run horizon, the touristic attraction is maintained.

In this context, it is important to understand the positioning of the enterprises that work in this sector as well as the way they behave towards the local environment, since they are the ones that contact directly with natural resources and promote more and greater impacts on them. This scenario was the center of the study, allowing the search for corporate culture principles and the verification of the practices and actions that are implemented in order to promote environmental preservation and protection.

The gathered information is the result of the application of a survey on the enterprises in the touristic sector of the Autonomous Region of the Azores – 46 enterprises answered the survey. The results show that most of the enterprises that participated in this study are small and

medium enterprises. It was possible to verify that the natural characteristics of the archipelago are indeed a differentiation factor in international markets and that the environment is considered an important element in the socioeconomic development of the Region. Nevertheless, it was possible to determine that the establishment of environmental practices is mainly promoted as a consequence of economic motivations, since there is a positive correlation between planned investment and the expected return. Furthermore, it was determined that the environmental language is not easily perceived. These factors may relate to the low level of implementation of environmental management instruments.

Keywords: green business; sustainable tourism; environmental management; enterprises; Azores.

I. INTRODUÇÃO

O trabalho de investigação corporizado pelo presente documento surge no âmbito da III Edição do Mestrado em Ambiente, Saúde e Segurança. Consubstancia-se numa dissertação com vista à obtenção do grau de Mestre, mas pretende ser igualmente um instrumento que possa despoletar futuros trabalhos académicos.

O Secretário-Geral da World Tourism Organization, Taleb Rifai, defendeu recentemente que “o caminho do futuro é a transformação da economia numa economia ecológica”. Pouco antes da Conferência Internacional sobre Clima, em Copenhaga, em Dezembro de 2009, Rajendra Pachauri, Presidente do Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), afirmou que o consumismo actual passou dos limites, tornando o nosso modo de vida insustentável e influenciando directamente as alterações climáticas. Para vincar a sua posição, apresentou o exemplo da actividade turística, onde as unidades hoteleiras deveriam medir a quantidade de energia eléctrica consumida pelos hóspedes, cobrando-lhes o seu custo, tal é a despreocupação com este tipo de recurso.

Neste contexto, percebe-se que o turismo, enquanto maior indústria mundial e de fulcral importância para o desenvolvimento económico de muitos países e regiões, necessita adaptar as suas actividades e o seu posicionamento, procurando um comportamento devidamente sustentável. Será importante interiorizar que a iniciativa privada é determinante neste processo, uma vez que são as empresas a impulsionar o sector e, na maioria das vezes, são os agentes que contactam e exploram directamente recursos naturais extremamente sensíveis ou que “invadem” comunidades remotas extremamente vulneráveis a pressões externas.

O ambiente é, indubitavelmente, um dos meios que mais perturbações sofre com a insustentabilidade das operações actuais. As características e recursos naturais de locais específicos do planeta são explorados de uma forma cada vez mais global e massificada, conduzindo facilmente ao seu desgaste e esgotamento.

A Região Autónoma dos Açores é reconhecida internacionalmente por ser um destino turístico de natureza, com paisagens, biodiversidade, geodiversidade e fenómenos naturais muito característicos. Este estatuto advém do facto do modelo de desenvolvimento da Região, designadamente desde 1998, promover uma aposta estratégica no turismo, não descurando a necessidade de articular as características naturais do arquipélago com a actividade. Este factor tem representado um elemento de diferenciação estratégica nos mercados internacionais e contribuído para a afirmação dos Açores como destino de grande procura.

As preocupações de sustentabilidade têm acompanhado este rumo de progresso, nomeadamente no que concerne a políticas públicas e decisões governamentais. São vários os Planos e Programas que o Governo Regional dos Açores tem estruturado e aplicado, com vista a promover políticas de desenvolvimento sustentável. Nestes incluem-se documentos de enquadramento estratégico, como o Plano Regional de Desenvolvimento Sustentável (PReDSA) ou o Plano Regional de Ordenamento do Território (PROTA), mas também planos sectoriais específicos, como o Plano de Ordenamento Turístico (POTRAA).

Não obstante, torna-se cada vez mais premente perceber qual o real entendimento e posicionamento das empresas do sector turístico a operar no arquipélago face aos recursos naturais da Região e sua gestão, de forma a assegurar a sustentabilidade, quer da actividade, quer dos recursos endógenos que a sustentam. Dada a aposta do Governo Regional, é perceptível que são estas empresas a capitalizar de uma forma mais imediata as características naturais das ilhas. Mas, serão elas os primeiros agentes de protecção e preservação desses elementos? Nas suas actividades, estas empresas têm acompanhado a crescente exigência dos consumidores internacionais, que valorizam cada vez mais os designados produtos (produtos e serviços) “verdes”? Se acompanham estas tendências, porque motivo o fazem, por ser bom para o negócio ou por reais preocupações com a sustentabilidade ambiental? Que barreiras impedem práticas de gestão ambiental?

O trabalho do Governo Regional dos Açores em matéria de ambiente e educação ambiental tem sido recorrente, mas é reconhecido na bibliografia internacional que junto das empresas, nomeadamente das pequenas e médias empresas, o conceito de desenvolvimento sustentável é extremamente difícil de fixar. Esta situação deve-se a alguma ambiguidade inerente à definição e à falta de capacidade de estabelecer um relacionamento directo entre o próprio conceito e eventuais benefícios para as empresas. Torna-se, portanto, importante perceber qual o estado das práticas empresariais neste contexto e entender quais as reais motivações que levam as empresas a adoptar ou a não adoptar instrumentos de gestão ambiental nas suas actividades.

Assim, os objectivos globais do estudo aqui apresentado podem ser elencados da seguinte forma:

- Compreender se as empresas a operar no sector do turismo aproveitam a beleza natural do arquipélago na sua actividade e planeamento estratégico.
- Perceber se há uma efectiva preocupação com o ambiente por parte dessas empresas, uma vez que dele dependem, directa ou indirectamente, para a sua actividade.

- Determinar quais os mecanismos utilizados por essas empresas para salvaguardar o ambiente.
- Averiguar o número de empresas com algum tipo de certificação de índole ambiental.
- Identificar os sectores de actividade turística onde a certificação ambiental é mais implementada.
- Avaliar os motivos para a adopção de instrumentos de gestão ambiental.
- Perceber qual o investimento financeiro normalmente aplicado para a implementação de instrumentos de gestão ambiental.
- Compreender quais as razões que funcionam como barreira para a não adopção deste tipo de instrumentos.
- Apurar se as empresas têm a percepção de algum tipo de retorno associado à implementação de instrumentos de gestão ambiental.

O estudo desenvolveu-se por etapas, partindo de uma base teórica e terminando na aplicação prática. Numa primeira fase, procedeu-se a uma pesquisa bibliográfica, desenvolvida a diversos níveis e junto de múltiplas fontes, iniciando-se em livros especializados em questões de ambiente e economia. Posteriormente, o trabalho de investigação foi mais profundo na análise de artigos científicos que focam a problemática do desenvolvimento sustentável, do *green business*, dos instrumentos de gestão ambiental e do turismo sustentável. O trabalho de pesquisa bibliográfica, reflectido no Capítulo II – *Green Business* e Turismo Sustentável, teve como objectivos centrais compreender aprofundadamente o conceito de desenvolvimento sustentável e a relação que este conceito induz entre o ambiente e a economia. Assim, inicialmente procurou-se aprofundar definição de desenvolvimento sustentável e perceber a inter-relação estabelecida entre os três pilares que o compõem: ambiente, economia e sociedade. A partir daqui, de acordo com os objectivos do estudo, pesquisou-se o enquadramento da gestão ambiental neste contexto, de modo a que se pudesse, de seguida, compreender a definição de turismo sustentável e como este poderá ser promovido pelas empresas, chegando-se, finalmente, ao conceito de *green business*.

Na segunda fase do estudo, desenvolveu-se a pesquisa junto de fontes estatísticas, nomeadamente através da exploração das bases de dados do Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA), do Instituto Nacional de Estatística (INE) e do Gabinete de Estatísticas da União Europeia (EUROSTAT). Esta pesquisa teve como objectivos a sustentação do enquadramento económico e empresarial dos Açores e o conhecimento das dinâmicas do sector

do turismo no arquipélago. Procedeu-se ainda, na terceira fase, a uma análise de documentação oficial, nomeadamente de nível regional, com o intuito de perceber as políticas de desenvolvimento do turismo e a sua sustentabilidade, bem como compreender o grau de ligação entre o ambiente e essas políticas. Neste aspecto, é de salientar o contributo do Plano Regional de Desenvolvimento Sustentável (PREDSA) e o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA), assim como as Orientações de Médio Prazo 2009-2012 do Governo Regional dos Açores. Todas estas informações encontram-se explanadas no Capítulo III – Caracterização Geral da Região Autónoma dos Açores.

Apesar da reduzida relevância científica, acompanhou-se diariamente a imprensa generalista e especializada, local e nacional, com o intuito de detectar temas de interesse para o estudo e que pudessem ser alvo de posterior investigação académica, nomeadamente através de pesquisa de artigos científicos que abordassem as mesmas temáticas em outros contextos.

Na quarta fase, estruturou-se um questionário com vista a recolher informação que sustentasse o estudo a nível regional e pudesse fornecer os dados necessários para a validade das conclusões, chegando-se, por fim, à caracterização do *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores. Procedeu-se à recolha de dados, contando com o apoio de várias instituições que promoveram o questionário junto das empresas alvo do estudo. De seguida, construiu-se uma base de dados para tratamento estatístico e apuraram-se os resultados. Por fim, desenvolveu-se a análise e interpretação dos resultados para sua discussão, de acordo com os objectivos definidos inicialmente, cumprindo-se, assim, o plano de trabalhos. O Capítulo IV – *Green Business* no Sector do Turismo da Região Autónoma dos Açores descreve o trabalho prático de desenvolvimento do estudo e os dados daí resultantes.

No Capítulo V, desenvolve-se um trabalho de avaliação, expondo as conclusões que foram possíveis extrair da pesquisa e da interpretação dos dados do estudo. Da mesma forma, apresentam-se algumas recomendações que foram possíveis formular através de orientações da bibliografia científica internacional e da realidade verificada a nível regional, pretendendo-se contribuir, a todo o momento, para a melhoria da sustentabilidade ambiental e empresarial.

Finalmente, no Capítulo V – Bibliografia, apresenta-se a bibliografia referenciada e consultada, da qual se extraíram fundamentações científicas e orientações para o desenvolvimento do estudo e formulação de conclusões.

II. GREEN BUSINESS E TURISMO SUSTENTÁVEL

O enquadramento teórico destes temas é desenvolvido em quatro subcapítulos, iniciando-se com a exploração do ambiente e desenvolvimento sustentável, explorando-se o conceito do turismo sustentável e de *green business* e finalizando com os instrumentos de gestão ambiental aplicados na actividade turística.

2.1. Ambiente e Desenvolvimento Sustentável

As preocupações generalizadas com o ambiente e com as consequências da intervenção humana no planeta não são recentes, verificando-se há muito o lançamento para a discussão pública deste tema, nomeadamente através da Organização das Nações Unidas (ONU), que em 1972 promoveu a Cimeira de Estocolmo com o objectivo de discutir e estudar o ambiente à escala global e de relacioná-lo com o desenvolvimento humano.

No entanto, há claramente um acontecimento que marca um novo paradigma e uma nova abordagem – mais internacionalizada e consciente – a este desafio. Trata-se da conclusão e apresentação do relatório da World Commission on Environment and Development (WCED), *Our Common Future*, mais comumente conhecido como *Relatório Brundtland* (uma vez que foi a Primeira-Ministra norueguesa, Gro Harlem Brundtland, a chefiar o estudo). Este documento introduziu novos indicadores e conceitos que influenciaram decisivamente a forma de encarar a relação Homem-Ambiente. De entre esses novos conceitos, destaca-se o de desenvolvimento sustentável, que é hoje uma expressão indispensável a qualquer projecto, sendo muitas vezes manipulado consoante os objectivos pretendidos, mas que promoveu uma nova visão capaz de integrar de uma forma equilibrada o desenvolvimento socioeconómico e a protecção e preservação ambiental.

O relatório *Our Common Future* definiu desenvolvimento sustentável como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (WCED, 1987). Assim, desperta-se a percepção de que o desenvolvimento não contempla só uma evolução tecnológica ou um aumento da riqueza, pois tem que assegurar as condições essenciais que garantam a continuidade futura e que possibilitem às gerações vindouras as mesmas ou melhores condições que existem no presente. O conceito de desenvolvimento sustentável, apesar de focar o presente, está sobretudo orientado para o futuro (Costa *et al.*, 2004), nomeadamente a médio e a longo prazo.

A 28 de Setembro de 2009, Luís Queirós, Presidente do Grupo Marktest, escreveu um artigo de opinião no Jornal de Negócios onde contextualizou, de uma forma extrema, o declínio civilizacional da Ilha da Páscoa decorrente da má gestão dos recursos naturais. Nesse trabalho, apresentou três “lições” para o mundo moderno: 1) o crescimento exponencial da utilização dos recursos pode levar ao seu rápido esgotamento; 2) uma civilização pode extinguir-se quando se extingue o seu principal recurso; e 3) as coisas podem passar-se de repente e sem aviso.

É neste contexto que se afirma que desenvolvimento e ambiente não são realidades distintas que devem ser tratadas separadamente. Pelo contrário, é defendido que ambiente e economia são dois conceitos perfeitamente correlacionados, que devem ser entendidos de uma forma integrada e complementar, compreendendo-se o ambiente como base para o desenvolvimento socioeconómico sustentado. Charles Caccia alerta para os perigos de uma visão que considere estas duas valências, economia e ambiente, como realidades mutuamente exclusivas, antevendo um futuro desastroso e com consequências incalculáveis para a humanidade (*apud* WCED, 1987).

O *Relatório Brundtland* apresenta o conceito de desenvolvimento sustentável assente em três eixos que, à primeira vista, poderiam ser entendidos como distintos, mas que são indissociáveis. Ambiente, economia e sociedade são as três faces de um tríptico que espelham umas nas outras as ameaças, as oportunidades e os desafios que devem ser analisados, interpretados e resolvidos em uníssono: o ambiente é a base da economia e de uma sociedade equilibrada, de onde se retiram e aproveitam recursos, porém deve ser protegido e preservado; a economia deve desenvolver-se no sentido de aumentar a riqueza disponível e de melhorar as condições de vida da sociedade, contribuindo para a evolução da humanidade, mas em harmonia com o ambiente como garantia de futuro; a sociedade deve evoluir no sentido do equilíbrio e da justiça, que modere a repartição da riqueza e que promova um crescimento populacional comedido, zelando pela preservação do ambiente e dos recursos naturais.

O conceito de desenvolvimento sustentável não dissocia o âmbito material do âmbito tecnológico, uma vez que a evolução comportará o surgimento de novas técnicas e de novos instrumentos que permitirão uma melhor utilização dos recursos naturais, um aumento da riqueza disponível e um aumento do conforto e comodidade, espelhados na melhoria do nível de vida.

Evidentemente, tal como é previsto no mesmo documento, este conceito não é aplicável isoladamente, mas sim à escala global, conglomerando os esforços internacionais, com as devidas adaptações específicas a cada caso, que, em conjunto, possam contribuir e, em último caso, garantir o verdadeiro desenvolvimento sustentável. A premissa fundamental é a da

participação e envolvimento de todas as partes interessadas (Costa *et al.*, 2004), promovendo-se um trabalho que deve ser iniciado em todos os níveis de ensino através da educação ambiental.

A Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada no Rio de Janeiro em 1992, também conhecida como Conferência do Rio, foi igualmente um marco importante em toda esta temática. Cinco anos após a publicação do *Relatório Brundtland* e a consequente primeira definição de desenvolvimento sustentável, cimenta-se o conceito e assume-se uma clara orientação estratégica para a sua prossecução. A assumpção da necessidade de equilibrar países em desenvolvimento e países desenvolvidos, com estes a apoiarem aqueles, e a especial atenção dada às relações com o ambiente, vêm reforçar orientações definidas em 1987. Da CNUMAD surgiram importantes documentos que comportaram necessariamente a congregação de esforços internacionais, nomeadamente a Agenda 21 e a Convenção da Biodiversidade, que materializam o espírito do desenvolvimento sustentável na sua perfeita dimensão de crescimento económico, equidade social e protecção ambiental.

No seu Artigo 1.º, a Convenção da Biodiversidade atesta claramente que os seus objectivos são a conservação da diversidade biológica, da utilização sustentável dos seus componentes e da partilha justa e equitativa dos benefícios resultantes da utilização de recursos genéticos. A importância desta definição concreta de metas relacionadas com o ambiente é decisiva, pois a manutenção e o equilíbrio de populações de espécies é fundamental para o bem-estar humano (Luck *et al.*, 2003).

Por seu turno, a Agenda 21 tem sido considerada como o documento mais importante a emergir da CNUMAD. Este documento, subscrito inicialmente por 179 países, estabelece um novo modo de intervenção reflectido na expressão “pensar global”. No ponto 1.3 do respectivo Preâmbulo, é imediatamente focada a necessidade de uma cooperação internacional ao mais alto nível, tanto para o desenvolvimento como para o ambiente, como condição para enfrentar os desafios prementes do presente e preparar os desafios do futuro.

Não obstante esta visão quase idílica do desenvolvimento do Homem, há naturalmente obstáculos que impedem a sua perfeita afirmação e facilidade de integração, até porque apesar de parecer um conceito simples, a realidade que lhe subjaz é extremamente complexa e agrega uma multiplicidade de problemas em diversos quadrantes. No mundo actual, com disparidades de índices de desenvolvimento e de necessidades, são notórias as diferenças de interpretação do conceito de desenvolvimento sustentável, que ficaram bem espelhadas, de uma forma que acaba por ser bastante penalizadora para a comunidade internacional, na Cimeira de Copenhaga

realizada em Dezembro de 2009. A natureza humana e os diferentes interesses que se defendem pelos mais diversos *players* deste xadrez induzem uma quase incapacidade de sustentar o corpo teórico e prático dos pressupostos de referência do próprio desenvolvimento sustentável.

A definição de ambiente, que neste tema é um factor-chave, é um dos elementos que revela mais ambiguidade, não se atingindo um conceito perfeitamente claro e aceite, pois os nossos conhecimentos sobre o ambiente são sempre limitados e restritos a uma dada situação específica (Oliveira, 2005). Este tipo de indefinição contribui para a criação de zonas cinzentas que, para além de dificultarem a regulamentação, favorecem o surgimento de diferentes interpretações e de definições estratégicas e políticas divergentes. Em última análise, esses aspectos afectaram naturalmente qualquer abordagem ao conceito de desenvolvimento sustentável.

A Lei de Bases do Ambiente, no âmbito do quadro legal português, introduzida pela Lei n.º 11/87, de 7 de Abril, e posteriormente alterada pela Lei n.º 13/2002, de 19 de Fevereiro, apresenta uma definição de ambiente que sustenta todo o diploma e todos os outros que dele derivam. Assim, pela alínea a) do n.º 2 do artigo 5.º, “ambiente é o conjunto dos sistemas físicos, químicos, biológicos e suas relações e dos factores económicos, sociais e culturais com efeito directo ou indirecto, mediato ou imediato, sobre os seres vivos e a qualidade de vida do homem”. Embora, existam várias definições de ambiente que não englobam valores económicos ou valores sociais, concentrando-se apenas em especificações do âmbito das Ciências Naturais, a definição patente na legislação portuguesa já está perfeitamente harmonizada com a definição de desenvolvimento sustentável apresentada pelo *Relatório Brundtland*.

2.2. Turismo Sustentável

2.2.1. Impactes ambientais do turismo

No que concerne à actividade turística, McMinn (1997) sustenta que, de modo a minimizar os impactes negativos no ambiente que podem ser causados pelo turismo e criar, assim, um turismo sustentável, o que se entende por ambiente necessita ser bem definido, uma vez que tradicionalmente o ambiente em termos de turismo é visto principalmente como o ambiente natural (*e.g.*, muitos turistas vão a um local por causa do sol, do mar ou da praia).

O turismo é a maior indústria do mundo e está basicamente dependente de um ambiente imaculado, seja natural, construído ou cultural, pelo que o ambiente deve ser preservado para sustentar o turismo (McMinn, 1997). Assim, as decisões de desenvolvimento deverão ir no sentido do crescimento possibilitado pelo turismo, mas com a consciência que é necessário

conservar e preservar o ambiente do qual depende esse crescimento. Segundo Dinica (2009), todos os destinos turísticos e produtos devem-se desenvolver evitando impactes negativos nos recursos, enquanto continuam a atrair visitantes, contribuindo, assim, para o desenvolvimento sustentável do sector do turismo.

Num contexto de globalização, Freitas (2009) assinala a necessidade de lidar com problemas de turismo e clima, envolvendo outros sectores económicos e de actividades sociais. Neste aspecto, aponta como meta fundamental a redução de emissões de dióxido de carbono resultantes da actividade turística, sabendo que é extremamente difícil dissociar os impactes do turismo dos restantes sectores de actividade.

Mais recentemente, as alterações climáticas protagonizam grandes desafios à sustentabilidade. Dado que o clima é um recurso natural chave para o turismo, não há dúvida que as sensibilidades às alterações climáticas neste sector são um factor importante, percebendo-se que no futuro o clima será diferente (Freitas, 2009). Lambert *et al.* (2009) assinalam que mudanças climáticas apresentam implicações potenciais nas espécies de cetáceos e nas actividades de *whale watching*, conduzindo ao desaparecimento de espécies, à alteração de rotas migratórias e, por conseguinte, à modificação das actividades turísticas em várias zonas do planeta. Para Freitas (2009), esta situação acarretará custos e benefícios, sendo a adaptação a chave do sucesso, enquanto Lambert *et al.* (2009) alinham pelo mesmo diapasão, revelando que surgirão oportunidades para alguns novos destinos turísticos.

De uma maneira ou de outra, ambiente e turismo estão relacionados intimamente com o conceito de desenvolvimento sustentável, não só resultado dos pilares que o sustentam, mas também derivado da dimensão e do potencial de desenvolvimento que a indústria turística comporta, designadamente para locais remotos em países em vias de desenvolvimento. Douglas (2006) constata que apesar desse potencial, problemas de sustentabilidade são frequentes em locais de grande fluxo turístico, recordando que metade da linha costeira europeia se encontra em pequenas ilhas, muitas das quais sob fortes pressões por parte da indústria turística (*e.g.*, Canárias), às quais acrescem graves problemas de erosão costeira e de ordenamento do território.

Neste tipo de ilhas de pequena dimensão, mudanças repentinas e incessantes têm impactes significativos, nomeadamente a nível ambiental. O isolamento geográfico, a fragilidade ambiental e ecológica, incluindo ambientes marinhos, zonas costeiras e ecossistemas únicos, e as implicações decorrentes das alterações climáticas globais, tornam-nas particularmente sensíveis a pressões de desenvolvimento (Douglas, 2006). Pereira *et al.* (2009), por exemplo, assinalam que no arquipélago da Madeira o principal impacte ambiental deriva da actividade turística.

Briassoulis (2002) mostra claramente a sensibilidade e as dificuldades associadas à gestão de recursos naturais no turismo (*e.g.* água, ar, florestas, biodiversidade, geodiversidade). A autora afirma que as actividades turísticas utilizam, com maior ou menor dimensão, todos os tipos de recursos das áreas receptoras e que o consumo de um recurso reduz a sua quantidade disponível para outros, incluindo aqueles recursos que são relativamente abundantes (*e.g.*, água). Apesar da utilização de muitos recursos ser planeada, a utilização de muitos outros é espontânea e não planeada, mas muitas vezes inevitável, uma vez que muitos destes recursos são utilizados por turistas e locais. As suas pesquisas revelam ainda que muitas vezes os recursos acabam sobrexplorados e degradados, redundando em sérias ameaças ao desenvolvimento: o bem-estar económico decresce, as condições ambientais pioram, a injustiça social aumenta e a satisfação dos turistas desce.

O'Neill e Alonso (2009) referem que os turistas têm várias expectativas quando optam por um destino, iniciadas na viagem, mas focadas sobretudo nos serviços básicos à sua disposição, no alojamento, na restauração e na animação. Esta situação acarreta naturalmente uma necessidade de reestruturação física dos destinos, devido ao aumento das áreas construídas e da sua tipologia, o que por sua vez resulta num maior consumo de recursos.

Marin e Jafari (2001) indicam que a hotelaria é uma grande consumidora de recursos, desde a sua construção até à disponibilização de equipamentos e serviços destinados à fixação de hóspedes (*e.g.*, piscinas, ginásios). Neste aspecto, Dinica (2009) dá o exemplo do aumento da ocupação do solo, sendo ele um bem limitado. O'Neill e Alonso (2009) defendem que a sustentabilidade ambiental é a chave para a indústria hoteleira em termos de água, consumo de energia e produção de resíduos.

Briassoulis (2002) alerta que a quantidade e qualidade dos recursos mudam ao longo do tempo, quer devido ao seu “normal” uso, quer porque os gestores os mudam intencionalmente ou incompetentemente, produzindo resultados nunca esperados. A autora faz notar que diferentes meios de produção e sistemas de gestão têm diferentes preocupações no que respeita ao uso e protecção de recursos, como no caso em que os utilizadores exteriores (turistas e empreendedores no ramo turístico) usam os recursos locais, podendo interferir com as regras existentes de uso e gestão e influenciar o estatuto e valor dos recursos disponíveis.

Marin e Jafari (2001) citam um discurso de Koichiro Matsuda, Director Geral da UNESCO, proferido em 2000 numa conferência sobre a sustentabilidade da indústria hoteleira. Matsuda avisa que apesar de o turismo ser um factor inegável de desenvolvimento económico, é por vezes uma ameaça ao património natural e cultural, devido à deterioração e à pilhagem que

induz e alerta que se devem encontrar meios para atingir uma gestão comum deste património, assegurando o potencial económico que acarreta com os nossos melhores esforços, mas ao mesmo tempo protegendo a sua integridade.

O'Neill e Alonso (2009) sustentam estas afirmações, explicando que apesar de o turismo ser amplamente reconhecido como um gerador de benefícios socioeconómicos consideráveis, o seu desenvolvimento pode também ser uma força que cause danos irreversíveis no ambiente, do qual a sobrevivência a longo prazo desta indústria depende. McMinn (1997) ressalva, igualmente, que os aspectos negativos do turismo são cada vez mais reconhecidos e analisados com maior profundidade.

Verificam que um rápido crescimento do turismo pode prejudicar pequenas comunidades e ambientes remotos, sendo abundantes os maus exemplos por todo o mundo, com bonitas praias poluídas pelo sobredesenvolvimento e sobre utilização; ecossistemas frágeis e locais históricos em perigo por desenvolvimento desmedido e factores socioculturais distorcidos por aculturação e aproximações culturais (O'Neill e Alonso, 2009). Briassoulis (2002) alerta que os recursos uma vez sobrexplorados tornam difícil atingir padrões de sustentabilidade nesses locais, ameaçando fortemente o desenvolvimento de turismo sustentável.

No turismo de massas, a natureza e a cultura são privadas da sua autenticidade ou são reproduzidas artificialmente como bens consumíveis (Hoeffel *et al.*, 2009), provocando novos desequilíbrios no desenvolvimento. Dinica (2009) afirma que o turismo de natureza é tido como co-responsável pela fragmentação e perda de áreas de habitat natural, perturbação de reprodução de aves e de vida selvagem, erosão terrestre e danos na vegetação que levam a erosões e desgastes em áreas ecologicamente sensíveis.

No que concerne à exploração da natureza, Hoeffel *et al.* (2009) ressaltam um tipo de abordagem dos mercados, descrita como *simulacrum*, como estratégia de comercialização que espelha bem a sobre exploração turística. Cria-se uma perspectiva, uma falsa realidade, que é reflectida na ideia de natureza, mas que não expressa a realidade local, uma vez que o cenário de desenvolvimento se alastrou de tal forma que apenas reserva pequenas áreas de natureza intocada.

Embora o elemento cenário/paisagem seja um ingrediente central no produto turístico (Briassoulis, 2002), os elementos turísticos de background, nomeadamente costas, montanhas, parques nacionais, artefactos culturais, são os mais importantes *inputs* para o turismo, mas podem sofrer danos severos, dependendo da sua utilização e da regulação das instituições. Neste particular, Hoeffel *et al.* (2009) consideram que o desenvolvimento do turismo está a caminhar

no sentido de homogeneizar e igualar os destinos, transformando locais únicos em mercadoria simbólica e comercializando paisagens naturais. Através de uma padronização que não é só das infra-estruturas como também das atracções, rompe com os distintos traços de identidade que caracterizam locais e culturas. A perda de valor estético é facilmente reconhecida. Os impactes visuais são mais severos quando a escala das áreas receptoras é pequena comparada com a escala de desenvolvimento, como é o caso de pequenas ilhas. Estes impactes visuais são, contudo, os sinais exteriores de impactes ambientais, económicos e socioculturais de desenvolvimento massificado (Briassoulis, 2002).

Sheng e Tsui (2009) identificam várias externalidades negativas que causam pressão sobre o turismo: *leakage* (“fuga” de receitas provenientes do turismo para outros países), Doença Holandesa (que resulta da exportação de recursos naturais e a consequente desindustrialização local), sobre utilização de recursos turísticos, aumento do custo de vida, aumento do crime, consumo de drogas, vandalismo por jovens locais, sobrepopulação de locais turísticos, domínio estrangeiro, dependência externa, polarização socioeconómica e social, alienação cultural e perda de controlo social e de identidade entre as comunidades receptoras. Em contraste com os locais, os turistas são utilizadores temporários que mudam regularmente.

Briassoulis (2002) mostra ainda que o efeito da sazonalidade, e da variabilidade de fluxos turísticos que a caracterizam, acarreta problemas de planeamento e de gestão (ineficiências) especialmente onde o turismo se tornou numa “monocultura” económica. Isso é claro ao nível da hotelaria, dado que as infra-estruturas turísticas apresentam problemas que variam entre dois extremos: baixa taxa de ocupação, resultando em ineficiências económicas ou elevada taxa de ocupação, potenciando turismo de massas, aumento da poluição e degradação de recursos e de investimentos de forma mais rápida.

2.2.2. Desafios do turismo sustentável

O conceito de turismo sustentável surgiu pouco depois do conceito de desenvolvimento sustentável, com noções como ecoturismo, turismo alternativo, turismo “verde” e turismo responsável (McMinn, 1997). É notório que a relação entre ambiente e turismo e a dependência deste em relação àquele contribuíram muito para o surgimento do conceito. Contudo, o turismo sustentável continua a enfrentar desafios de grande magnitude, nomeadamente relacionados com o planeamento e ordenamento do território, com o consumo de recursos naturais, com padrões de desenvolvimento e com alterações climáticas, que cada vez mais colocam em causa o seu verdadeiro significado.

A World Tourism Organization (WTO) afirma que o desenvolvimento do turismo sustentável satisfaz as necessidades dos turistas actuais e das regiões anfitriãs, enquanto protege e potencia oportunidades de futuro. É visualizado como conduzindo à gestão de todos os recursos de tal forma que necessidades económicas, sociais e estéticas sejam satisfeitas enquanto se mantém a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a biodiversidade e os sistemas de apoio à vida (WTO, 1996).

McMinn (1997) explica que o turismo sustentável apenas aplica a definição de desenvolvimento sustentável ao turismo e que é considerado *a priori* o único caminho que permitirá às comunidades atingir metas de desenvolvimento com impactes ambientais mínimos ou mesmo sem impactes. Marin e Jafari (2001) referem que a sustentabilidade do turismo deve ser ecologicamente suportável a longo prazo, mas economicamente viável e etnicamente e socialmente equitativa para as comunidades locais. Briassoulis (2002) corrobora a questão, afirmando que o desenvolvimento sustentável exige uma gestão cuidada dos recursos naturais, edificados e sócio-culturais nas áreas de destino turístico. Assim, para se tornar sustentável, o desenvolvimento do turismo deverá trazer vantagens económicas, criar benefícios sociais para as comunidades locais e não prejudicar o ambiente, garantindo simultaneamente a sua aplicação ao presente e ao futuro (McMinn, 1997).

O ponto de partida para uma abordagem ao turismo sustentável são as linhas estratégicas internacionais (Tabela 1), que estão desenhadas no sentido de impedir a emergência de impactes negativos provenientes do turismo, de facilitar a recuperação de impactes que já sucederam, e de revelar como beneficiar do turismo (Dinica, 2009).

Segundo McMinn (1997), apesar do turismo sustentável ser uma meta meritória e compensadora, problemas inerentes à sua definição e à medição do seu sucesso tornam-no um objectivo ilusório. Este investigador revela que a questão central está em saber como se atinge o turismo sustentável e como se sabe que isso foi conseguido, ou seja, há uma necessidade de quantificação de factores que são, na sua maioria, difíceis, senão impossíveis, de quantificar. Uma das possíveis quantificações reflecte-se na capacidade de carga, que se pode definir como o desenvolvimento a partir do qual se prejudica o ambiente. No entanto, é extremamente difícil de medir e de determinar quais os indicadores específicos e quais os limites para essa medição, configurando mesmo um dos grandes desafios do desenvolvimento sustentável. Dinica (2009) refere que a WTO, em 2004, desenvolveu um grupo de indicadores para averiguar os impactes do turismo nos recursos naturais e ambientais.

Tabela 1 - Publicações internacionais de recomendações para autoridades públicas para a governança do turismo sustentável (Adaptado de: Dinica, 2009).

Organização	Ano	Título e local da publicação
WTTC, WTO, Earth Council	1995	Agenda 21 for the travel and tourism industry: Toward environmentally sustainable development, London.
WTO	1998	Sustainable tourism development: A guide for local planners, Madrid, Spain.
UNESCO	1999a	Tourism and sustainable development. Seventh session, 19-30 April 1999, New York.
UNESCO	1999b	Tourism and environmental protection. Seventh session 19-30 April 1999, New York.
ICLEI	2003	Tourism and local Agenda 21: The role of local authorities in sustainable tourism. Part 1: Context, Paris.
WTO	2003	Recommendations to governments for supporting and/or establishing national certification systems for sustainable tourism, Madrid, Spain.
WTO	2004	Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook, Madrid, Spain.
UNEP, WTO	2005	Making tourism more sustainable – A guide for policy makers, Paris.

Repare-se que esta não é uma situação fácil, apesar de enquadrada nas recomendações internacionais, uma vez que a definição dos próprios objectivos a atingir é extremamente complexa, levantando questões com uma multiplicidade de respostas: Qual é o papel do turismo sustentável? Preservar o estilo de vida existente e as características naturais ou permitir a evolução da sociedade e criar mais-valias económicas? O que é mais importante para a comunidade local? Preservar o ambiente e a sua identidade cultural ou permitir um crescimento e aumento da riqueza acarretando delapidação desse património? McMinn (1997) demonstra que não temos capacidade para avaliar quais são os *trade-offs* no futuro entre certas formas de actividade económica, mais-valias sociais ou preservação ambiental, uma vez que o que é considerado importante hoje pode não o ser no futuro. Muitos dos argumentos contra o turismo e a razão de ser do turismo sustentável estão relacionados com os impactes causados por forças externas à comunidade (McMinn, 1997), quer ao nível ambiental, social ou económico.

Briassoulis (2002) reflecte sobre este paradigma, concentrando-se na qualidade e quantidade de infra-estruturas básicas nos locais de destino. Áreas com infra-estruturas (*e.g.*,

saneamento básico) pobres têm turismo de baixa qualidade, uma vez que estas não apoiam apenas os locais, sendo igualmente uma necessidade básica para o turista. Destinos remotos e ilhas têm dificuldade de desenvolvimento, devido à falta de transportes satisfatórios e outros tipos de infra-estruturas, constrangimentos que não serão necessariamente sempre negativos, uma vez que “protegem” estas áreas de impactes ambientais indesejáveis resultantes do desenvolvimento. Contudo, prejudicam a exploração dos seus recursos para fortalecer as suas economias, reter população e manter a sua vitalidade socioeconómica.

O turismo sustentável, apesar de promover uma abordagem com o intuito de reduzir a fricção provocada por interesses distintos (de agências de viagem, promotores turísticos, empresários e comunidades), depende muito das instituições públicas (Dinica, 2009), dos agentes privados e da intervenção directa das comunidades locais nos processos de decisão. Decisões políticas podem favorecer o desenvolvimento em determinadas direcções, respondendo a necessidades sociais e económicas, mas prejudicando o ambiente a longo prazo (McMinn, 1997). O não envolvimento das comunidades locais no processo de desenvolvimento do turismo pode levar a uma ausência de aspectos socioculturais e a uma imagem do destino que é diferente da realidade social (Hoeffel *et al.*, 2009), promovendo-se uma padronização da oferta e dificuldade de diferenciação turística. É, assim, importante garantir a defesa dos interesses locais nas decisões e envolver a comunidade no processo (McMinn, 1997). As políticas das autoridades públicas, ou a sua ausência, podem induzir os agentes sociais e económicos a também se empenharem em acções que melhorem o desempenho sustentável do turismo e podem igualmente influenciar a eficiência destas acções, quando adoptadas (Dinica, 2009).

Marin e Jafari (2001) recordam que as discussões em torno do conceito de turismo sustentável incluem, invariavelmente, temas como o ordenamento do território do destino, a avaliação de projectos, a arquitectura, as certificações e a sua importância, o consumo de água e energia, a gestão de resíduos, os transportes, a protecção do património, a integração do turismo cultural, a educação como chave para sustentabilidade, o turismo responsável, a colaboração pública e privada e a Agenda 21 para o turismo. A revisão de literatura revela que as grandes problemáticas associadas ao turismo sustentável se relacionam com o planeamento e ordenamento do território, com a gestão e utilização de recursos naturais e com as ineficiências características da indústria turística.

De uma forma ou de outra, há a necessidade de restringir o acesso a recursos sensíveis e incentivar a manutenção dos recursos existentes, sendo a taxação uma dessas vias. As políticas fiscais podem constituir um meio de protecção das comunidades e das características locais, mas

estarão sempre dependentes das forças de mercado e da capacidade de competitividade do destino num mundo global (Sheng e Tsui, 2009).

O planeamento e o ordenamento do território são determinantes neste processo de protecção de recursos naturais, nomeadamente na definição de áreas onde é desejável a implantação turística e de áreas onde é indesejável a expansão desse tipo de actividades, uma vez que conflitos na utilização do solo levam à utilização ineficiente de recursos que degradam a imagem de uma área, prejudicando o turismo e outros sectores (Briassoulis, 2002). De modo a compreender totalmente se o desenvolvimento do turismo é sustentável, os limites espaciais das áreas afectadas devem ser percebidos, assim como os custos associados a um processo de tomada de decisão coerente. Mesmo em termos de zonas específicas para o desenvolvimento do turismo, é necessário definir que modificações ambientais são aceitáveis e o que deve ser protegido (McMinn, 1997).

McMinn (1997) constata que os agentes de viagem estão constantemente à procura de novas regiões do mundo para comercializar. O turismo que leva pessoas do mundo desenvolvido para o mundo em vias de desenvolvimento é uma das facetas com maior evolução e favorece inúmeras oportunidades de negócio, mas também acarreta vários desafios para as comunidades locais. Em teoria, haverá benefícios para as duas partes, os turistas aproveitam o local e umas boas férias, enquanto os locais recebem moeda estrangeira e aumentam as oportunidades de emprego e de negócio. Todavia, Briassoulis (2002) ressalva que o bem-estar económico de comunidades receptoras, apesar de muitas vezes melhorado nas fases iniciais, não é promovido quando a sobre utilização gera custos pecuniários directos e indirectos – receitas reduzidas e falta de oportunidades de emprego. Por seu turno, a subutilização ou o abandono criam ineficiências económicas a longo prazo. Qualquer das situações acarreta danos ambientais irreversíveis, reduzindo a atractividade e competitividade do destino.

O conceito de turismo sustentável levanta várias questões e desafios que devem ser ultrapassados, para além da sua própria definição. McMinn (1997) apresenta cinco grandes desafios. Em primeiro lugar, vem a definição da capacidade de carga, conforme já foi referido. Em segundo, apresenta-se a determinação dos impactes intergeracionais, ou seja, garantir o presente sem comprometer o futuro. De seguida, surge a questão de qual o ambiente a sustentar, que de acordo com o que foi referido anteriormente, é fulcral para se definir o modelo de desenvolvimento. Em quarto lugar, é necessário compreender que o turismo é controlado por forças do mercado externo. Finalmente, há que ter em atenção o potencial de neocolonialismo, que acaba por ser uma séria ameaça à identidade cultural de vários locais.

Briassoulis (2002) cita Collins (1999) para clarificar que a natureza e sensibilidade de alguns recursos locais podem indicar que o turismo não é uma opção para o desenvolvimento sustentável em determinados locais. Está claro que a preservação ambiental é um dos desafios centrais do turismo sustentável, mas a decisão relativa do nível de preservação do ambiente difere com cada situação específica e depende dos grupos de interesse ou das pessoas que tomam as decisões (McMinn, 1997). McMinn (1997) reforça esta posição, pois assinalam que o desafio do turismo sustentável é que, enquanto fim, parece justo e viável, mas enquanto objectivo, pode não ser atingível tão facilmente e até pode ser prejudicial a longo prazo.

Vários autores (McMinn, 1997; Briassoulis, 2002; O'Neill e Alonso, 2009; Sheng e Tsui, 2009 e Hoeffel *et al.*, 2009) vêem na pressão das forças externas uma ameaça ao turismo sustentável. Do ponto de vista das empresas, as razões económicas, por exemplo na construção de hotéis, determinam certas decisões, sem que haja qualquer intenção de poluir o ambiente a curto prazo. No entanto, o seu comprometimento a longo prazo pode não estar assegurado, uma vez que o comportamento do mercado pode induzir à falta de competitividade do local.

Não obstante, também as pressões internas podem prejudicar seriamente os desígnios do turismo sustentável. Algumas comunidades entendem que a massificação do turismo seria a resolução para problemas locais e que as suas características ambientais são mesmo impedimentos para o seu desenvolvimento económico, uma vez que tornam impossível a criação de determinados produtos e serviços (Hoeffel *et al.*, 2009).

Nos anos 90 do século XX, com o despertar da consciência ambiental, palavras como turismo sustentável e ecoturismo tornaram-se palavras-chave para agências de viagem e promotores turísticos (McMinn, 1997), representando novas oportunidades de negócio e indo ao encontro de expectativas crescentes de consumidores com elevada consciência ambiental.

Porém, continua a perdurar, conforme constatam O'Neill e Alonso (2009), um baixo nível de consciência educacional no que concerne aos benefícios económicos e de desempenho relacionados com práticas ambientais, o que impede fatalmente a sua incorporação em estratégias empresariais coerentes. Os autores notam que as investigações realizadas revelam que empresários e gestores resistem a melhorias ambientais, já que têm a percepção de que raramente resultam daí benefícios económicos. Isso reflecte-se nas pequenas e médias empresas hoteleiras que se tornam lentas a reagir à necessidade de mudanças no que concerne às questões ambientais.

McMinn (1997) recorda que ao preservar ou melhorar características ambientais locais, se está a ajudar ao desenvolvimento do turismo no local e a assegurar a sua longevidade, com

naturais benefícios económicos. A nível de hotelaria, que como já se pode averiguar é umas das actividades com maior impacte a nível de ambiente, Marin e Jafari (2001) ressaltam que hotéis sustentáveis levam a destinos sustentáveis que por sua vez tornam os hotéis em negócios de sucesso.

O ordenamento do território e a concepção estratégica de desenvolvimento são igualmente forças motrizes neste aspecto, uma vez que as infra-estruturas turísticas penetram em florestas, zonas húmidas, costas e outras áreas naturais, continentais e insulares, perturbando habitats de vida selvagem que também podem ser atracções importantes. Assim, várias actividades enfrentam maiores custos operacionais e lucros reduzidos, com as receitas locais a diminuir e as oportunidades de emprego a desaparecer. O capital natural da área decresce, tornando-a menos auto-suficiente, o que é extremamente importante a nível socioeconómico e ambiental, sobretudo em áreas vulneráveis, como ilhas e destinos remotos (Briassoulis, 2002).

O'Neill e Alonso (2009) destacam que a nível de negócios e desenvolvimento económico do turismo, a ausência de uma cultura comum “amiga do ambiente” pode ter impactes directos na imagem da indústria e nos seus consumidores. De um modo geral, poder-se-á afirmar que o *business as usual* é limitativo quando se pretende atingir patamares de turismo sustentável.

2.2.3. Da Agenda 21 Local à Agenda 21 para o Turismo

A Agenda 21 Local é um instrumento de promoção do desenvolvimento sustentável e resulta da aplicação a nível local dos objectivos presentes na Agenda 21 concebida na Cimeira do Rio em 1992. No seu capítulo 28.º, a Agenda 21 (global) recomenda que *cada poder local deverá entrar em diálogo com os seus cidadãos, organizações locais e empresas privadas e deverá adoptar uma Agenda 21 Local*.

Schmidt *et al.* (2005), no trabalho de concepção de um *Roteiro para a Agenda 21 Local*, definem-na como um programa de acção elaborado de uma forma participativa que visa um maior envolvimento entre o poder local e os agentes locais (múltiplos sectores da sociedade civil) nas dinâmicas de desenvolvimento económico, social e ambiental de escala autárquica.

Pode-se, então, perceber que a Agenda 21 Local potencia políticas de proximidade, incorporando como factor fundamental a participação activa dos cidadãos e de todas as organizações interessadas. Este envolvimento é de tal modo importante que deve ser disponibilizado o fácil acesso à informação disponível e assegurada transparência em todos os processos, requerendo igualmente disponibilidade e abertura dos governantes e interesse e

intervenção dos cidadãos. É um processo bottom-up, que se caracteriza por ser flexível, cooperante, participativo, pedagógico e dinâmico (Schmidt *et al.*, 2005).

Para as autarquias, a Agenda 21 Local tornou-se numa referência na promoção do desenvolvimento sustentável e na adopção de formas integradas e sustentáveis de desenvolvimento, consubstanciando um programa de orientação estratégica e um instrumento de avaliação das estratégias ambientais nas autarquias. É importante reforçar que este é um instrumento que aplica a nível local o conceito de desenvolvimento sustentável e que não se foca apenas no ambiente, envolvendo uma multiplicidade de factores, de forma integrada, que incluem ambiente, urbanismo, ordenamento do território, transportes, regulação de actividades económicas, qualidade de vida e problemas sociais, culturais e económicos a eles associados (Schmidt *et al.*, 2005).

Uma das principais características da Agenda 21 Local é a flexibilidade que permite uma adaptação natural e devidamente enquadrada às peculiaridades e/ou condicionalismos locais. É um instrumento que é continuamente aplicado em vários continentes, com diferentes níveis de exigência e enquadramento de desenvolvimento social e económico completamente diferentes, por vezes até contraditórios. A sua capacidade de adaptação às particularidades de cada local permite também que durante a sua implementação se processe uma constante redefinição de actuação e das próprias bases, de modo obter-se um perfeito enquadramento de objectivos de desenvolvimento sustentável (Schmidt *et al.*, 2005).

Como forma de potenciar os efeitos da Agenda 21 Local e de estimular e impulsionar a respectiva implementação, foi criado o International Council for Local Environment Initiatives (ICLEI), que é, actualmente, uma das instituições, a par das Nações Unidas, que mais se destaca na proximidade com as iniciativas locais de adopção da Agenda 21. Este conselho criou um modelo que, de certa forma, apresenta os objectivos a ter em conta aquando da implementação de uma Agenda 21 Local, de modo a garantir a sua eficácia e a sua adequação ao seu verdadeiro propósito (Tabela 2).

A Agenda 21 Local tem grande potencial devido às acções que as autoridades locais podem ter em envolver as empresas num melhor desempenho ambiental. Contudo, a sua eficácia não tem sido muito substancial, especialmente devido às críticas que emergem em relação às ligações que se estabelecem entre o sector público e o sector privado (Rotheroe *et al.*, 2003). Esta situação é particularmente notória a nível do turismo devido às muitas limitações de base da Agenda 21 no enquadramento da actividade. Neste documento, encontram-se poucas referências à actividade turística, concentrando-se, sobretudo, no ecoturismo. Dada a importância e

dimensão desta indústria, houve a necessidade de adaptar a Agenda 21 para uma melhor contextualização do turismo e das suas implicações.

Tabela 2 - Objectivos gerais de uma Agenda 21 Local – ICLEI (Adaptado de: Schmidt *et al.*, 2005).

1	ESTABELECIMENTO DE GRUPOS MULTISECTORIAIS que possam acompanhar os processos de Agenda 21 Local e em que estejam representados todos os sectores da comunidade que, por seu lado, devem ser formalmente envolvidos no desenvolvimento e implementação das acções em curso.
2	COM A PARTICIPAÇÃO ACTIVA dos grupos de interesse presentes, fazer um diagnóstico de sustentabilidade (<i>sustainability audit</i>) da situação presente que considere, de forma integrada, as condições sociais e ambientais e as tendências de evolução que se desenham na comunidade.
3	CONSUMAR UMA VISÃO SUSTENTÁVEL do futuro da comunidade com base no diagnóstico levado a sério e na avaliação de prioridades.
4	IMPLEMENTAR UM PLANO DE ACÇÃO, identificando prioridades, objectivos claros e mensuráveis, papéis e responsabilidades, recursos e fontes de financiamento e actividades.
5	USANDO INDICADORES APROPRIADOS (adaptados às condicionantes locais), estabelecer formas de monitorização de base comunitária, planos de avaliação anuais e relatórios de progresso do plano de acção em curso.

A Agenda 21 para a Indústria de Viagens e do Turismo (Agenda 21 para o Turismo) (1996) refere que este enquadramento limitativo conduziria a uma falha na percepção da realidade da indústria e do potencial de desenvolvimento que a acompanha, uma vez que, de acordo com a WTO, a definição de turismo agrega as viagens domésticas e internacionais com propósitos negociais, sociais, culturais, religiosos, recreacionais e de férias. Assim, a Agenda 21 para o Turismo especifica acções para esta indústria com o objectivo de atingir o desenvolvimento sustentável e indica meios através dos quais os governos possam facilitar este processo (WTO, 1996). Moniz (2009) recorda que este documento enfatiza a importância da colaboração entre o governo, o sector privado e as organizações não governamentais.

Os objectivos da Agenda 21 para o Turismo estão expressos da seguinte forma:

- Criar valor económico para recursos cuja conservação seria entendida como não tendo valor financeiro. Esses recursos incluem a vida selvagem, como leões e baleias, áreas naturais, como florestas e pradarias, o património edificado, como o Taj Mahal e o Angkor Wat, e o património cultural, como estilos de vida tradicionais.

- Fornecer o incentivo e os meios para a melhoria de áreas ambientais, como centros de cidades e locais de antigas indústrias, incluindo a criação de emprego nessas áreas.
- Estabelecer infra-estruturas essenciais, como centrais de tratamento de água, para residentes e visitantes. Isto pode, por seu turno, estimular outras actividades económicas.
- Pesquisar e desenvolver tecnologias e técnicas ambientalmente saudáveis que podem ser transferidas para outras empresas e países e para comunidades de destino.
- Usar oportunidades de comunicação com clientes e comunidades de destino para passar as mensagens e práticas do desenvolvimento sustentável.
- Favorecer um crescimento alternativo ambientalmente sadio para países em vias de desenvolvimento e ilhas-estado, que podem ajudar a atingir padrões de desenvolvimento sustentável.
- Conduzir outras indústrias à adopção de práticas empresariais que contribuam para o desenvolvimento sustentável, através da exigência junto de fornecedores para o fornecimento de produtos benignos para o ambiente e trocar informações e ideias sobre gestão ambiental coerente.

A Agenda 21 para o Turismo (WTO, 1996) ressalva a importância de uma acção imediata, sem esperar pelas consequências da massificação do turismo e pela sua influência sobre o declínio económico e ambiental e sobre a destruição dos recursos. Esta acção exige a mobilização de todos os intervenientes, incluindo governos, empresas e organizações comerciais, sendo de extrema importância novas abordagens à condução das empresas e negócios nesta indústria.

2.3. Green Business

De um modo geral, poder-se-á definir *green business* como a introdução de práticas ambientais na gestão e nas actividades das empresas. Contudo, este modo de gerir, ainda pouco implementado, acarreta consigo várias implicações que têm dificultado a sua real afirmação no contexto das empresas, apesar de reconhecida a sua importância para o desenvolvimento sustentável. Shrum *et al.* (1995) (*apud* Oyewole, 2001) constata que o termo “*green*” (“verde”) é muitas vezes utilizado como significado de pró-ambiental.

Tendo em conta a evolução social, económica e ambiental dos últimos 50 anos, os instrumentos de gestão ambiental abandonaram o único propósito da protecção e preservação do

ambiente. O'Neill e Alonso (2009) afirmam que ambientes contemporâneos complexos a nível económico e político estão a pressionar constantemente as empresas a seguir princípios ambientais. A incapacidade de generalização da perfeita interiorização do conceito de desenvolvimento sustentável através de regulamentação, nomeadamente junto de alguns *lobbys*, transformou a melhoria do desempenho ambiental numa ferramenta de charme junto da sociedade e do mercado e, internalizou o ambiente como um factor essencial no planeamento estratégico de qualquer empresa.

A pressão da opinião pública, cada vez mais atenta e sensível à problemática da defesa do ambiente (Pinto, 2005), e as leis do mercado, onde a imagem e a fidelização de clientes são factores críticos de sucesso, ditaram que vários tipos de organizações, com particular e natural incidência nas empresas, começassem a encarar a temática da protecção ambiental como um factor de diferenciação e afirmação social. A adopção de instrumentos de gestão ambiental, nomeadamente a implementação de sistemas de gestão ambiental como a Norma NP EN ISO 14001 ou o EMAS, tornou-se uma forma de agregar a preocupação ambiental e a intervenção social à actividade produtiva e geradora de riqueza.

No caso da actividade turística, a indústria hoteleira está actualmente a enfrentar muitos desafios derivados do ambiente externo aos negócios, incluindo efeitos do terrorismo internacional, recessão global, uma redução nas trocas comerciais e o aumento da procura por produtos e serviços de qualidade por parte de consumidores mais exigentes. Um desafio mais urgente, contudo, relaciona-se com a noção global dos assuntos ambientais e aquilo que pode ser descrito como a aquisição social de ambientalismo (O'Neill e Alonso, 2009).

Danos à camada de ozono terrestre, aquecimento global e alterações climáticas, chuvas ácidas, derrames de crude, materiais radioactivos ou cheias são alguns exemplos de eventos que sensibilizam a sociedade e direccionam as suas preocupações para a causa ambiental, pressionando as empresas a adoptarem comportamentos e práticas ecológicas para se manterem competitivas no mercado.

2.3.1. Enquadramento histórico

Após as grandes evoluções registadas com a Revolução Industrial, à entrada no século XX foi-se criando uma percepção que certas práticas, como o uso indiscriminado da terra, estariam a promover alterações significativas no ambiente. Contudo, essas preocupações depressa se esvaíram, uma vez que as atenções se concentraram na recessão dos anos 20 e na Segunda Guerra Mundial, nos anos 40 (Hendry e Vesilind, 2005). O crescendo do movimento ecologista a

partir da década de 60 originou novos modos de encarar as políticas ambientais e os negócios, com os EUA a liderar, uma vez que a Europa ainda se refazia da Guerra.

A “revolução verde” teve, então, um grande impulso com a criação do Partido Verde na Alemanha, em 1970, que conseguiu, pouco depois, a eleição de membros para cargos políticos na Europa. É também nesta década que as empresas começaram a descobrir que os consumidores compram produtos, ou evitam a sua aquisição, com base em considerações ambientais (Lampe e Gazda, 1995).

Em 1987, o Acto Único Europeu que substituiu o Tratado da Comunidade Europeia, afirmava que o “crescimento económico é necessário, mas há a perfeita percepção que a ecologia é um componente essencial”. Dá-se, assim, o passo em direcção a um novo rumo e, em 1988, uma decisão do Tribunal Europeu de Justiça alterou por completo o paradigma das relações comerciais entre países e da própria concepção de legislação ambiental: uma lei dinamarquesa exigia que cervejas e refrigerantes fossem vendidos em garrafas obrigatoriamente retornáveis, o que levantava barreiras comerciais e poderia tornar não lucrativos os negócios de empresas de outros países na Dinamarca. Esta lei foi levada ao Tribunal Europeu de Justiça que decidiu mantê-la. A decisão aumentou consideravelmente os padrões ambientais nos países europeus, especialmente no que se relacionava com negócios e trocas comerciais (Lampe e Gazda, 1995).

Historicamente, verificava-se que as empresas europeias tinham uma imagem melhor do que as empresas dos Estados Unidos no que concerne ao ambiente (Lampe e Gazda, 1995), embora estas, quando operavam na Europa, fossem mais “verdes” do que a média das congéneres sediadas nos EUA, provavelmente por causa de mais fortes pressões regulamentares e de consumidores no continente europeu (Ilinitch e Schaltegger, 1995).

Após a intensificação da discussão em torno das questões ambientais, nomeadamente devido a acidentes como Seveso (nuvem de pesticidas), Three Mile Island (central nuclear), Chernobyl (central nuclear), Exxon Valez (derrame de crude de um navio), e com o surgimento do conceito de desenvolvimento sustentável, foi criada a percepção de que os anos 90 seriam a década do ambiente. Conforme Lampe e Gazda (1995) constata, no início dessa década, as empresas norte-americanas adoptaram outra postura e tanto elas como as empresas europeias tentaram lucrar com a situação. Este novo contexto internacional originou inúmeras abordagens diferentes por parte das empresas, dos media, dos governos e da opinião pública. A maioria das empresas viu claramente oportunidades de negócio e uma forma de criar uma nova imagem no mercado, contando com a sensibilidade do público e com a mediatização crescente do tema “ambiente”.

A verdade é que a intensificação das preocupações públicas originou diversas pressões a vários níveis, resultando numa proliferação de leis ambientais e numa intervenção mais concreta de investidores, que, por sua vez, induziu uma transformação “verde” nas empresas. Por um lado, os governos começaram a incentivar boas práticas ambientais nos negócios, através de leis que exigiam protecção ambiental. Por outro lado, tornou-se difícil conseguir financiamento ou mesmo seguros para algumas empresas, uma vez que apresentavam grande potencial de serem alvo de multas e sanções por acidentes e violações às novas legislações ambientais. Para além disso, funcionários e mesmo alguns gestores constituíram uma fonte de pressão interna de encorajamento a comportamentos ecológicos (Lampe e Gazda, 1995).

2.3.2. Barreiras

O’Neill e Alonso (2009) enfatizam que as pequenas e médias empresas estão a enfrentar sérios desafios na resposta a pressões ambientais. Actualmente, as empresas não só têm que obedecer a regulações ambientais, como muitas delas descobriram que as técnicas para reduzir impactes ambientais adversos têm, na generalidade, efeitos positivos no lucro empresarial (Hendry e Vesilind, 2005). As práticas de *green business* podem ajudar as empresas a conduzir os seus negócios de uma maneira mais ética e responsável socialmente. Se os consumidores forem servidos eticamente, as empresas beneficiarão financeiramente (Oyewole, 2001).

Rotheroe *et al.*, (2003), no entanto, chamam à atenção que ainda há um longo caminho a percorrer antes do real significado de desenvolvimento sustentável ser incorporado ao nível de operações individuais e, em particular, à escala da maioria das pequenas empresas. A generalidade das empresas, especialmente as pequenas e médias (PME), têm maus desempenhos neste capítulo e são relutantes em adoptar práticas sustentáveis, dada a sua falta de conhecimento e entendimento sobre a matéria. Como não conhecem o seu verdadeiro significado, não vêm benefícios em aumentar a sua visibilidade ambiental ou podem até nem ter recursos para implementar essas práticas, situação igualmente corroborada por Birkin *et al.* (2009) e por O’Neill e Alonso (2009). Estes últimos referem que embora muitas atitudes estejam a mudar, a prática tarda em ser verificada a nível das empresas e dos negócios.

Assim, vários temas relevantes para a comunicação do desenvolvimento sustentável no sector das empresas têm sido abordados junto de empresas, sendo eles (Rotheroe *et al.*, 2003):

- o papel do Governo Central;
- questões de *Stakeholders*/Educação;
- questões Sociais/Éticas;

- sistemas de Gestão Ambiental e Esquemas de Acreditação;
- rotulagem;
- abordagens integradas/transversais a vários sectores de Desenvolvimento Sustentável;
- estratégias competitivas;
- benchmarking.

Não obstante, podem ser identificadas várias outras barreiras, particularmente visíveis nas PME's, que impedem as empresas de se empenhar em negócios com práticas de desenvolvimento sustentável. Neste contexto, Rotheroe *et al.* (2003) referem as seguintes barreiras:

- Restrições orçamentais: capital para investir é uma opção limitada para a maioria das pequenas empresas. As suas preocupações estão direccionadas para o imperativo imediato de assegurar que há recursos adequados para pagar salários e matérias-primas.
- Restrições de tempo: tempo é um grande obstáculo. É provável que tirar tempo de um dia de trabalho para se empenhar em actividades externas, como workshops e seminários, que não parecem ter um benefício directo não seja prioritário. Mesmo tendo alguém que se desloque às instalações da empresa, pode não ser viável, dado que é visto como perda de tempo.
- Motivação do pessoal: o efeito positivo de funcionários motivados é crucial. Eles podem influenciar mudanças na cultura das empresas.
- Falta de compreensão/conhecimento: o desenvolvimento sustentável é visto como um conceito difícil de compreender. Muitas empresas estão a começar a ver a relevância de questões ambientais, e alguns indivíduos dentro das empresas conseguem ver a necessidade de satisfazer a base de *stakeholders*. Contudo, ligar os aspectos sociais e económicos é visto como mais complicado.
- Restrições na cadeia de fornecimento: indicações de algumas empresas de fornecimento sugerem que mesmo que a inovação e desenvolvimento no sentido da sustentabilidade (especialmente aspectos ambientais) fossem identificados no seio da empresa, há restrições por parte dos consumidores (controlo de processos produtivos – “feito à medida”).

Apesar de identificarem estas barreiras, Rotheroe *et al.* (2003) referem que é claro que as empresas, incluindo as PME's, já praticam alguns aspectos de eco-eficiência na gestão de recursos físicos, por razões económicas. O raciocínio de poupança de custos oferece um motivo para fixar a atenção das empresas. Assim, estas empresas precisam que lhes mostrem que outras

empresas do seu contexto ou que elas próprias já estão a adoptar práticas relevantes para o desenvolvimento sustentável, como ponto de partida para a sua mobilização em torno da questão. De entre estas práticas, podem destacar-se a redução de resíduos, poupança de energia, compra de produtos ecológicos, integração na comunidade, adopção de políticas e sistemas de gestão coerentes, inovação, desenvolvimento de projectos em equipa e/ou parcerias, prevenção da poluição e a conservação da natureza e do património edificado. As PME são fundamentais neste processo, uma vez que são a maioria das empresas a nível nacional, regional e local e são importantes na regeneração regional, pelo que há a necessidade de levar esta causa para o seu centro de tomada de decisão.

O'Neill e Alonso (2009) asseveram que as empresas empenhadas em actividades que beneficiam o ambiente são capazes de apresentar uma imagem empresarial muito mais positiva e comunicar o seu comprometimento com a responsabilidade social através das suas produções de *marketing* e publicidade e, assim, influenciar de uma maneira positiva as atitudes de potenciais consumidores.

Não obstante, Rotheroe *et al.* (2003) concluíram que a linguagem utilizada no âmbito do conceito de desenvolvimento sustentável deve ser mais clara e simples e que os documentos sobre desenvolvimento sustentável nas empresas são demasiado longos e complicados de entender na perfeição. Esta situação representa a maior barreira à integração de práticas sustentáveis nos negócios.

2.3.3. Relação com o mercado

O consumo de produtos “verdes” afecta o funcionamento do mercado livre. As empresas devem considerar como podem satisfazer as exigências cada vez maiores dos consumidores de produtos e serviços com características “verdes”. Enquanto algumas empresas estão a fazer progressos significativos em produzir/prestar produtos/serviços mais “verdes”, o nível de consciência ambiental entre muitas outras empresas permanece baixo. Esta situação é mais acentuada entre membros de pequenas e médias empresas de sectores turísticos no ramo da hotelaria onde a consciência ambiental pode ser elevada, mas a prática não é assim tão aparente (O'Neill e Alonso, 2009).

Lampe e Gazda (1995) entendem que os sentimentos pró-ambientalistas dos consumidores requerem uma abordagem cautelosa às questões ambientais, mas também oferecem uma oportunidade única de negócio. Inicialmente, os mercados nos Estados Unidos da América tiveram dificuldade em lidar com os produtos “verdes”, existindo muitas razões para o

desempenho medíocre registado, incluindo: recessão, preços mais elevados muitas vezes combinados com qualidade inferior e cepticismo público sobre as proclamações ambientalistas das empresas.

Nos anos 90, quando as questões ambientais estavam no auge da agenda pública, verificou-se um enorme aproveitamento do tema por parte das empresas, muitas com exagero e mensagens bastante enganadoras. Um grande problema para os *marketers*, e para o consumidor, foi a confusão com muitos termos ambientais na promoção de produtos. Termos como biodegradável, reciclável e amigo do ambiente, foram alvo de muitas críticas e começaram mesmo a ser evitados devido à dificuldade de os definir e documentar (Lampe e Gazda, 1995).

Nessa altura, surgiu o termo *greenwash*, atribuído à prática empresarial de mentir sobre a adopção de políticas ambientais ou sobre o seu desempenho ambiental, particularmente notado em empresas que produzem de uma forma poluidora. Este fenómeno foi verificado várias vezes e contribuiu decisivamente para a enorme suspeição dos consumidores que mais facilmente recebem a notícia de relatórios sobre *greenwash* do que relatórios sobre empresas com práticas louváveis (Kirchhoff, 2000)

Em boa verdade, conforme comprovaram Hendry e Vesilind (2005), a maioria dos estudos concluiu que as principais razões para as empresas participarem em esforços de sustentabilidade é porque é bom para o negócio. Estes autores citam estudos que identificam como principal motivo para a adopção de práticas ambientais as questões legais. Em segundo lugar surge a vantagem competitiva aliada directamente a questões financeiras. Na sua investigação, identificaram três tipos de factores que levam à adopção de práticas de *green business*:

- Questões legais: No seu nível mais básico, a gestão “verde” é praticada para obedecer à lei.
- Questões financeiras: As empresas calculam os custos e benefícios financeiros de adoptar uma prática em particular e tomam a sua decisão consoante os benefícios superem os custos ou vice-versa, uma vez que, como Milton Friedman definiu em 1962, a única responsabilidade social de uma empresa é ser lucrativa numa competição aberta e sem fraudes. Muitas empresas procuram práticas “verdes” apenas com o intuito de reduzir custos ou aumentar receitas e, assim, aumentar lucros. Contudo, há ainda situações em que há a necessidade de adoptar práticas ambientais para não aumentar os custos. Há ainda, empresas que procuram oportunidades de relações públicas e melhoria de imagem, que se traduzam a médio/longo prazo num aumento de resultados.
- Questões éticas: Basear decisões de negócios em factores legais e financeiros é *business as usual*. Mas, há empresas que se comportam de uma forma mais responsável ambientalmente,

porque acreditam que é a coisa certa a fazer. O seu objectivo é balançar os impactos financeiros, sociais e ambientais de cada decisão.

Dado este enquadramento, Henri e Vesilind (2005) promovem uma comparação destas motivações com a pirâmide da Teoria de Desenvolvimento Moral de Kohlberg, propondo um Modelo “Verde” de Tomada de Decisão (Figura 1).

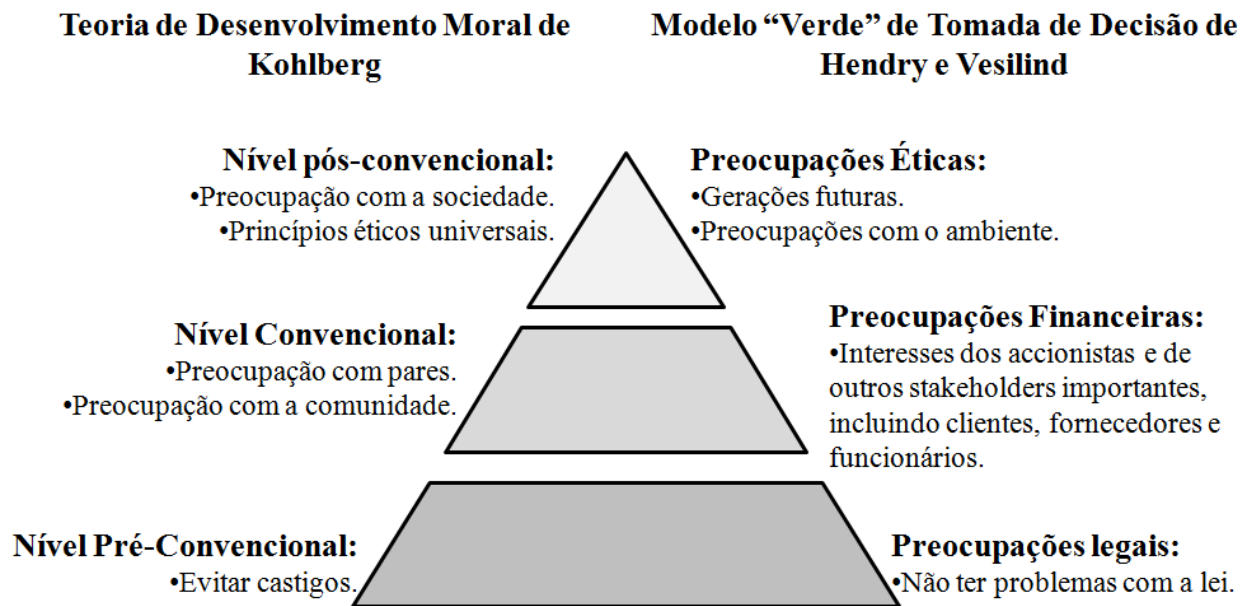


Figura 1 - Comparação entre a Teoria de Desenvolvimento Moral de Kohlberg e o Modelo “Verde” de Tomada de Decisão de Hendry e Vesilind (Adaptado de: Hendry e Vesilind, 2005).

Neste contexto, os autores defendem que as empresas não estão a fazer nada admirável, uma vez que apenas estão a adoptar práticas ambientais para melhorar o seu lucro, esbarrando no princípio da ética de que não é aceitável fazer uma acção correcta (adopção de práticas ambientais) pela razão errada (lucro). Sem surpresa, existem muitos mais gestores a adoptar práticas “verdes” com vista a objectivos financeiros e legais do que gestores a adoptá-las por motivos éticos.

Devido a estas razões e aos factores relacionados com o *greenwash*, anúncios de esforços promocionais ecológicos não são bem recebidos pelos investidores, produzindo significativas reacções negativas no preço das acções. Os investidores consideram que estratégias promocionais “verdes” são destrutivas de valor, uma vez que são vistas como oportunistas, nomeadamente para empresas com situações financeiras mais débeis (Mathur e Mathur, 2000). Lampe e Gazda (1995) consideram que se deve comprovar o que se diz para que a mensagem passe e seja credível. Isto foi comprovado por Mathur e Mathur (2000), cujas investigações

demonstraram que estratégias “verdes” (nomeadamente ao nível do *marketing*) quando provenientes de empresas com uma cultura ambiental implementada, comprovada nas suas operações diárias, são mais bem recebidas pelos consumidores e, por inerência, influenciam uma subida do preço das acções. Contudo, anúncios relativos à produção de produtos “verdes”, esforços de reciclagem e nomeações de gestores dedicados a políticas ambientais têm um impacto muito reduzido no mercado de capitais (Mathur e Mathur, 2000).

Em empresas que afirmam ser ambientalmente responsáveis, o interesse de *stakeholders* é afectado pela informação que recebem sobre produtos “verdes” ou outros aspectos empresariais relacionados com o movimento “verde” e com as práticas adoptadas no interior dessas empresas. Os mercados de capitais exigem-lhes muitas vezes eco-auditorias e as que não tenham bons programas de gestão ambiental podem ter muita dificuldade de acesso a financiamento (Mathur e Mathur, 2000). Neste caso, Kirchhoff (2000) comprovou que as empresas menos avessas ao risco têm maior probabilidade de utilizar o *greenwash*.

Tendo em conta toda esta interacção com o mercado e as suas repercussões, Birkin *et al.* (2009) ressaltam que é muito provável que novos modelos de negócio sustentáveis tenham que tratar de questões que pareçam contrárias aos interesses das empresas, nomeadamente em países emergentes, como a China, e países em desenvolvimento.

2.3.4. Green marketing

Green marketing, marketing “verde”, eco-marketing, marketing ecológico ou marketing ambiental são diversas denominações atribuídas a uma forma particular de marketing que é muitas vezes erradamente entendida como apenas destinada à promoção e publicidade de produtos com características ambientalistas. Apesar de ser um conceito que ainda não atingiu a sua maturidade já remonta a 1975, quando The American Marketing Association promoveu uma conferência denominada “Ecological Marketing”.

A finalidade do marketing “verde” é incluir temas ambientais em esforços de marketing, sabendo que se fornecermos melhor informação sobre as propriedades “verdes” dos produtos oferecidos aos consumidores, eles incluirão essa informação nas decisões de compra (Rex e Baumann, 2007). Peattie (*apud* Rex e Baumann, 2007) definiu, em 1995, *green marketing* como o processo de gestão holística responsável por identificar, antecipar e satisfazer as exigências dos clientes e da sociedade, de uma forma lucrativa e sustentável. O marketing “verde” não é mais do que a integração de objectivos e problemáticas ambientais numa abordagem holística do marketing, incluindo a comunicação, o processo produtivo, o produto/serviço, a distribuição e

até, assim seja o caso, o preço (Pinheiro, 2002). De outra forma, este é um processo que não passa só pela comunicação e pelas relações públicas, pois é preciso implementar com comprometimento transversal a toda a organização, ainda que também seja necessário comunicar ao público. Aqui fala-se em sentido lato, não reservando o marketing como ferramenta unicamente ao dispor de empresas.

O eco-marketing pode ser utilizado com diversos objectivos, sejam eles melhorar a imagem de empresas; divulgar informação acerca de objectivos ambientais públicos; promover produtos e/ou serviços; incentivar a educação ambiental ou apelar à protecção ambiental. Poder-se-á constatar que a generalidade dos instrumentos de gestão ambiental induz a algum tipo de marketing “verde”, desde a ostentação de logótipos ou rótulos, à emissão de declarações ambientais ou à apresentação pública de informação sobre o desempenho ambiental.

O marketing “verde” surgiu como forma das organizações, sobretudo as empresas, irem ao encontro de preocupações sociais crescentes relacionadas com o ambiente. Neste aspecto, alterações nos padrões de consumo, com relevo para o processo de tomada de decisão que começou a envolver a variável “consciência ambiental”, tanto em consumidores individuais como em consumidores industriais, ditou que a abordagem ao mercado se desenvolvesse de acordo com objectivos ambientais. Contudo, apesar de terem dedicado muitos estudos a esta área, houve alguma decepção com os seus resultados iniciais, uma vez que a predisposição (*willingness*) para pagar mais por produtos “verdes” foi menor do que o esperado inicialmente, conforme atestado por estudos referidos por Rex e Baumann (2007). Lampe e Gazda (1995) apontam várias razões para esta situação se verificar nos Estados Unidos da América, incluindo a conjuntura económica recessiva, a falta de qualidade dos produtos mesmo a preços mais elevados, e o cepticismo relativamente às reais qualidades ambientais dos produtos.

Há várias formas de marketing “verde” que abordam diferentes acções ambientalmente responsáveis por parte das organizações. No entanto, o conceito continua a ser uma “área cinzenta”, com diferentes interpretações – económicas, sociais, ambientais, políticas e governamentais – que têm contribuído para se colocarem algumas reservas à sua utilização. Um dos problemas que se apontava ao marketing “verde”, numa altura que a sua mediatização era crescente, era a falta de estudos académicos na área (Polonsky, 1994). Mais recentemente, Rex e Baumann (2007) referiram também que o marketing “verde” carece de investigação mais profunda, nomeadamente ao nível das estratégias de marketing e do seu enquadramento com as técnicas do marketing convencional.

Todavia, a má utilização e a má contextualização do ambiente em diversas manobras de marketing, nomeadamente nos anos 80 e 90 do século XX, levaram a que a regulamentação governamental se tornasse mais rígida e que alguns mercados (na perspectiva do consumidor) começassem a não acreditar nas mensagens transmitidas. Presentemente, ainda pairam algumas reservas em relação a alguns processos, produtos, *slogans* ou frases e a polémica acentua-se quando se defende que a real mensagem a passar, que vem sendo há muito discutida, não deveria ser “amigo do ambiente”, mas sim “menos prejudicial para o ambiente” (Polonsky, 1994).

Em termos estratégicos, há várias razões que levam as empresas a adoptarem o marketing “verde”. Há nitidamente a percepção de que representa uma oportunidade, nomeadamente em sectores industriais e cada vez mais no turismo; há a já referida pressão social, que induz a comportamentos ambientalmente e, por inerência, socialmente louváveis; a obrigação moral de se contribuir para a protecção ambiental; e a instauração de uma cultura empresarial que acredite na protecção ambiental ou as vantagens inerentes à adopção de práticas de gestão ambiental, como a redução de custos com energia e matérias-primas. Cada vez está mais presente a noção de que as empresas que oferecem produtos com características ecológicas têm e terão uma vantagem competitiva relativamente a empresas que não ofereçam esse tipo de produtos (Polonsky, 1994).

O mercado de produtos “verdes” é geralmente considerado estabelecido e em expansão (Rex e Baumann, 2007). No entanto, verifica-se que as quotas de mercados deste tipo de produtos são baixas e não têm revelado capacidade para ultrapassar essa situação. As explicações para esta condição situam-se normalmente a dois níveis, assumindo-se, por um lado, que o mercado de produtos “verdes” não existe ou está saturado ou que, por outro lado, a informação ambiental disponibilizada necessita produzir resultados mais eficientes (Rex e Baumann, 2007).

Não obstante, Rex e Baumann (2007) vão mais longe e afirmam que o problema está no modo como se tem desenvolvido o marketing “verde”. Os mesmos autores referem que apesar de todas as fases das estratégias de marketing terem sido cobertas no trabalho realizado no *green marketing*, as áreas onde há mais enfoque são apenas um número limitado perante todos os meios de marketing disponíveis. As principais discrepâncias notadas entre o marketing convencional e o *green marketing* foram identificadas ao nível do posicionamento, nomeadamente na promoção (uma das quatro variáveis do marketing-mix, com produto, preço, e distribuição). Estrategicamente, o *green marketing* tem focado a sua acção na mensuração dos mercados em vez de procurar perceber o que os consumidores querem e em encontrar novos mercados potenciais. Tacticamente, verifica-se a preocupação em informar os consumidores

sobre as qualidades técnicas e não em influenciar os consumidores através da promoção (Rex e Baumann, 2007). Portanto, não se poderá esperar quotas de mercado mais altas para os produtos “verdes” em geral se os *marketers* continuarem a depender apenas de rótulos e de consumidores “verdes” já existentes.

Para atingir uma produção mais “verde” e para se conseguirem padrões de consumo mais “verdes” é necessário atingir segmentos mais abrangentes de consumidores (Rex e Baumann, 2007), concebendo estratégias de promoção criativas e estimulando desejos em novos consumidores. Ao atrair novos compradores, os mercados podem ser aumentados, ou seja, há necessidade de se procurarem oportunidades de futuro. Estimular, identificar e aproveitar essas oportunidades vai requerer uma utilização de mais ferramentas de marketing e de um papel mais activo por parte das empresas (Rex e Baumann, 2007), especialmente pelos seus responsáveis de marketing e planeamento estratégico.

2.3.5. Integração na estratégia empresarial

Hoje em dia, a preocupação relativamente à protecção ambiental tornou-se suficientemente *mainstream* para que muitas empresas estejam a mudar as suas práticas de modo a serem ambientalmente responsáveis (Hendry e Vesilind, 2005). Poderão surgir situações de desvantagem competitiva se as empresas não considerarem que o impacto ambiental de decisões estratégicas pode afectar a estabilidade financeira e a capacidade de competirem relativamente a outras empresas na mesma indústria (Ilinitch e Schaltegger, 1995).

O impacto é transversal, afectando áreas como o marketing, a produção, as finanças e a contabilidade. A produção deve desenvolver processos e produtos que minimizem impactes ambientais negativos, o que pode acarretar custos iniciais significativos. Os gestores financeiros têm que considerar a dificuldade de angariação de capital que um registo ambiental negativo pode originar, e as potenciais vantagens em atrair investidores para produtos amigos do ambiente. Os financeiros devem procurar novas formas de medir os impactes ambientais de uma empresa que vão além da perspectiva de lucros de curto prazo (Lampe e Gazda, 1995). O marketing deve ser capaz de conquistar quotas significativas de um mercado que está em crescimento em consumidores com elevada consciência ambiental (Oyewole, 2001).

A primeira estratégia para tornar um projecto mais “verde” dentro de um limite orçamental é assegurar que o problema certo está a ser corrigido, o que pode significar a redução drástica de custos sem construir novas estruturas. A chave para resolver o problema é ter o foco não em soluções, mas nas potenciais necessidades que a solução irá preencher (Pearce, 2007). Neste

contexto, Rotheroe *et al.* (2003) sugerem que as empresas que se mantêm actualizadas com as últimas tendências do mercado têm mais probabilidades de sobreviver e prosperar em novos e futuros mercados.

Ilinitch e Schaltegger (1995) entendem que se deverá integrar factores ecológicos na análise tradicional de carteiras com vista a lidar com questões ambientais estratégicas. Nesse sentido, propõem a alteração da Matriz BCG para uma análise a três dimensões: quota de mercado, crescimento do mercado, impacte ambiental. A situação ideal seria a de “estrela verde”, com elevado impacto económico e reduzidos danos ambientais, enquanto a situação a evitar a de “cão sujo”, não produz benefícios económicos e é altamente prejudicial ao ambiente.

Que devem então os gestores fazer? Primeiro, devem perceber que as preocupações ambientais da sociedade e dos consumidores não vão desaparecer. As empresas devem considerar o impacte ambiental de um produto ao longo do seu ciclo de vida. Todos os aspectos do produto (design, produção, embalagem, uso, deposição) fornecem uma oportunidade para a empresa proteger o ambiente e também para beneficiar de atitudes positivas dos consumidores face ao ambiente (Lampe e Gazda, 1995). Esforços para superar os requisitos legais, por exemplo, através da adopção de Sistemas de Gestão Ambiental como a ISO 14001 ou o EMAS, podem resultar em novos processos produtivos e modificações nos produtos com maior potencial de não prejudicar o ambiente.

Há cada vez mais evidência de ambientalismo empresarial voluntário. As empresas estão a mudar para inputs ambientalmente saudáveis, reduzindo a poluição e os resíduos no processo de produção e aumentando a biodegradabilidade do produto final (Kirchhoff, 2000). Aspectos de desenvolvimento sustentável como eco-eficiência e *design* sustentável, por exemplo, podem ser a chave em termos de competitividade local, regional e internacional (Rotheroe *et al.*, 2003).

As características “verdes” dos produtos vão gerar a maior vantagem comercial se o preço desses produtos for semelhante a produtos idênticos menos amigos do ambiente. Meios de desenvolvimento e produção mais eficientes trarão necessariamente margens de lucro superiores (Lampe e Gazda, 1995). Pearce (2007) indica que dadas as típicas limitações orçamentais, o desafio de gestores e restantes *stakeholders* é identificar e justificar o uso de características sustentáveis de redução de custos (a longo prazo) nos seus projectos, de modo a ir ao encontro de metas cada vez mais exigentes de sustentabilidade. Para isso, sugere uma optimização na utilização dos recursos, começando pela desmaterialização e pela utilização de recursos gratuitos.

Lampe e Gazda (1995) notam que para um número cada vez maior de empresas, o ambiente está a tornar-se uma parte integral da sua estratégia empresarial e o *green marketing* é um elemento dessa estratégia. A percepção de muitos líderes de empresas é que esta integração é lucrativa e, para além disso, oferece a oportunidade de desenvolvimento e venda de tecnologias “verdes” a outras empresas e ao governo.

2.3.6. Princípios de Valdez

Em 1989, um grupo de empresas de investimento, que procurava identificar empresas ambientalmente responsáveis, aliou-se a um grupo de organizações ambientais e de responsabilidade social (Interfaith Center), criando a CERES – Coalition for Environmentally Responsible Economies, com o intuito de desenvolver um código de conduta empresarial (Henry e Vesilind, 2005). Nesse mesmo ano, deu-se uma fuga de petróleo do navio Exxon Valdez nas águas do Alasca e a CERES baptizou este código de conduta como Princípios de Valdez, uma alusão oportuna ao acidente (Tabela 3). No entanto, em 1993, a denominação foi alterada para Princípios da CERES (Henry e Vesilind, 2005), mas até hoje a sua designação original é a mais mencionada.

Engle (1990) afirma que o objectivo estratégico dos dez Princípios era o de direccionar o capital para projectos e investimentos ambientalmente saudáveis e para longe de projectos destrutivos. No entanto, os objectivos “operacionais” imediatos eram a minimização dos danos ambientais e a maximização da prestação de contas perante funcionários, accionistas e ao público em geral, face a questões de ambiente (Barnard, 1990).

O modo de actuação era substancialmente diferente dos meios procurados por ambientalistas (legislação e regulamentos), uma vez que tentava integrar valores ecológicos na economia através de incentivos do mercado livre (neste caso, o financiamento). Procurava-se passar a mensagem que decisões empresariais ambientalmente sãs seriam economicamente benéficas (Engle, 1990). Deste modo, foi promovida inicialmente uma abordagem através dos accionistas (Barnard, 1990), onde deveriam ser os próprios a propor e a aprovar em assembleia-geral a adopção dos Princípios de Valdez.

Tabela 3 - Princípios de Valdez (Adaptado de: Barnard, 1990).

1. Protecção da biosfera

Minimizar a emissão de qualquer poluente que possa causar danos ambientais ao ar, água ou terra. Salvaguardar habitats em rios, lagos, zonas húmidas, zonas costeiras e oceanos e minimizar a contribuição para o efeito de estufa, delapidação da camada de ozono, chuvas ácidas ou smog.

2. Uso sustentável de recursos naturais

Utilização sustentável de recursos naturais renováveis, como a água, solos e florestas. Conservar fontes naturais não renováveis através de uso eficiente e planeamento cuidadoso. Proteger habitats de vida selvagem, espaços abertos, pradarias, preservando a biodiversidade.

3. Redução e eliminação de resíduos

Minimizar a produção de resíduos, especialmente os perigosos, e sempre que possível reciclar materiais. Eliminar todos os resíduos através de métodos seguros e responsáveis.

4. Sábio uso da energia

Fazer todos os esforços para usar fontes ambientalmente seguras e sustentáveis de energia para suprir as nossas necessidades. Investir em melhorias da eficiência e na conservação energética nas operações. Maximizar a eficiência energética dos produtos que produz e comercializa.

5. Redução de riscos

Minimizar os riscos ambientais, para a saúde e para a segurança dos funcionários e para as comunidades onde se opera, adoptando tecnologias e procedimentos operacionais seguros e estando constantemente preparados para emergências.

6. Comercialização de produtos e serviços seguros

Comercializar produtos e serviços que minimizem impactes ambientais adversos e que sejam seguros atendendo à sua utilização normal por parte dos consumidores. Informar os consumidores dos impactes ambientais dos produtos e serviços.

7. Compensação de danos

Assumir a responsabilidade por qualquer mal causado ao ambiente, fazendo todos os esforços para restaurar plenamente o ambiente e para compensar as pessoas que forem afectadas adversamente.

8. Divulgação

Divulgar aos colaboradores e ao público incidentes relacionados com as operações que causem danos ambientais ou representem perigos para a saúde ou segurança. Divulgar potenciais perigos ambientais, para a saúde ou segurança, causados pelas operações e não tomar nenhuma acção de retaliação pessoal contra funcionários que reportem alguma condição que crie perigo para o ambiente ou represente perigo para saúde ou segurança.

9. Directores e gestores ambientais

Pelo menos um membro do Conselho de administração será uma pessoa qualificada para representar os interesses ambientais. Empenhar recursos de gestão para implementar estes Princípios, incluindo a criação de um posto de vice-presidente para os assuntos ambientais ou uma posição executiva equivalente, reportando directamente ao CEO, para monitorar e relatar os esforços da nossa implementação.

10. Avaliação e auditoria anual

Conduzir e tornar pública uma auto-avaliação anual do progresso na implementação destes Princípios e no cumprimento de todas as leis aplicáveis e regulamentos nas nossas operações por todo o mundo. Trabalhar com vista à criação de procedimentos de auditoria ambiental independentes, que serão completados anualmente e tornados disponíveis ao público.

Apesar da maior parte dos Princípios ser pacífica (*e.g.* diminuir a poluição, reciclar sempre que possível e gerir o consumo de energia), alguns geraram muita resistência dos gestores. Um dos mais controversos era o Princípio 9, que exigia às empresas que nomeassem para o Conselho de Administração uma pessoa qualificada para representar os interesses do ambiente e que se criasse um posto de vice-presidente para os assuntos ambientais. Houve também uma ampla relutância à imposição de uma redacção anual de um relatório de desempenho ambiental (Princípio 10) (Barnard, 1990). Henry e Vesilind (2005) ressaltam que este Princípio era o que tinha mais impacto na prossecução dos objectivos do código.

O processo de Valdez incluía três passos: 1) conseguir a adesão de empresas aos princípios; 2) avaliar o grau de qualidade de adesão ao código; e 3) disseminar resultados pelo público e encorajar os investidores e consumidores a agir de acordo com esses resultados (Engle, 1990). A verdade é que apesar de alguma relutância inicial, vários fundos de pensões e de investimento norte-americanos, detentores de vários milhões de dólares, aprovaram resoluções para preferir empresas que tivessem adoptado os Princípios de Valdez, com base nos seus desempenhos (Barnard, 1990). Para além da questão do financiamento, muitas empresas, impulsionadas pela onda ambientalista dos anos 90, acabaram por ver também uma oportunidade de marketing neste código de conduta, perspectivando que a presença na linha da frente das empresas que o adoptassem poderia aumentar quotas de mercado e, por conseguinte, os lucros.

Barnard (1990) chama a atenção que a questão está sempre em saber se os investidores estão dispostos a sacrificar lucros imediatos por prática ambientais mais responsáveis. No fim de contas, a relação entre idealistas e investidores será a chave para o progresso da conduta ambiental no interior das empresas.

2.3.7. Projecto SIGMA – Sustainability Integrated Guidelines of Management

O Projecto SIGMA surgiu em 1999 para ir ao encontro das necessidades de inúmeras empresas britânicas que pretendiam encontrar meios de gestão que possibilitassem controlar os impactes das suas actividades na sociedade e no ambiente. Este projecto nasceu de uma iniciativa conjunta da British Standards Institution, do Forum for the Future e da AccountAbility, com o apoio do UK Department of Trade and Industry e, segundo Rotheroe *et al.* (2003), o objectivo era construir uma solução integrada com os princípios do desenvolvimento sustentável, concebendo um referencial normativo de certificação internacional.

No âmbito deste projecto, foram desenvolvidas orientações (*guidelines*) no sentido de fornecer conselhos práticos às organizações na sua contribuição concreta para o desenvolvimento sustentável, tornando-as eficientes na resolução de desafios que lhes coloquem dilemas, ameaças e oportunidades de âmbito social, ambiental e económico (SIGMA Project, 2003). Estas orientações não são apenas dirigidas às empresas, pois pretendem estender-se a todo o tipo de organizações, independentemente da dimensão ou indústria em que operam. Todavia, a sua aplicabilidade e a capacidade de penetrar no processo de tomada de decisão, torna as SIGMA *Guidelines* num instrumento extremamente eficaz quando integrado nos processos de gestão empresarial.

Os Princípios que regem a actuação do SIGMA consistem em dois elementos centrais: 1) a gestão holística de cinco diferentes tipos de capital que reflectem o impacto e a riqueza geral (*sensu lato*) da organização; e 2) o exercício de prestação de contas, sendo transparente, dando respostas aos *stakeholders* e cumprindo padrões e regras relevantes (SIGMA Project, 2003). Os cinco tipos de capital referidos são:

- Capital Natural: ambiente; recursos naturais, incluindo energia e matérias-primas.
- Capital Social: estruturas e relações sociais, parcerias, cooperação, comunidades, voluntariado.
- Capital Humano: recursos humanos, a saúde, conhecimento, capacidade e outputs.
- Capital Produzido: activos fixos; infra-estruturas, tecnologia e equipamentos.
- Capital Financeiro: lucro e prejuízo, vendas, acções, dinheiro, etc.

Os cinco tipos de capital referidos ganham particular relevância, pois pretendem assegurar uma base de entendimento do conceito de desenvolvimento sustentável e a percepção da sua transversalidade a todo o ciclo de vida dos produtos e serviços de cada organização.

2.4. Instrumentos de Gestão Ambiental aplicados ao Turismo Sustentável

Existem vários instrumentos ao dispor das empresas e das organizações, que permitem contribuir para o turismo sustentável, incluindo eco-rótulos, códigos de boas práticas, sistemas de gestão ambiental e cultural, eco-eficiência, políticas de desenvolvimento e códigos de conduta (Marin e Jafari, 2001).

Na sua vasta maioria, os instrumentos de gestão ambiental são de adopção e implementação voluntária, tendo sido originalmente definidos como meios através dos quais as

organizações pudessem promover a melhoria do seu desempenho ambiental, tal como é referido pela Agência Portuguesa do Ambiente. Actualmente, estes instrumentos não se limitam a promover um desempenho ambiental adequado, comportando também o objectivo de demonstrá-lo interna e externamente e de assegurar o comprometimento da gestão de topo.

De seguida, abordam-se alguns dos instrumentos da gestão ambiental disponíveis para diversos tipos de organização, com uma natural incidência sobre as iniciativas privadas, uma vez que este estudo se debruçará, em última análise, sobre a iniciativa privada no sector turístico da Região Autónoma dos Açores. Deste modo, ficam de fora desta lista alguns instrumentos, como a Avaliação Ambiental Estratégica, que se destinam a decisores políticos e a enquadramentos estratégicos em planos e programas.

2.4.1. Avaliações de Desempenho Ambiental

Existem várias formas de se proceder a uma avaliação de desempenho ambiental (ADA). Uma dessas formas está padronizada pela norma ISO 14031:1999, que estipula como objecto da ADA a análise dos resultados da gestão dos aspectos ambientais de uma organização (Pegado, 2001), incluindo igualmente uma avaliação à política ambiental e aos seus objectivos.

Os indicadores constituem uma das técnicas essenciais associadas ao desempenho ambiental de uma organização. O número de indicadores adoptados constitui o fulcro desta técnica. A solução assenta num compromisso de optimização entre um número razoavelmente expressivo que seja representativo do desempenho ambiental que se pretende medir (Pegado, 2001). O processo de ADA inicia-se, então, com a selecção de indicadores e desenvolve-se com a recolha e análise de dados que permitam estabelecer um benchmarking com uma situação de referência ou com o desempenho ambiental de outras organizações.

A auditoria ambiental é uma forma de ADA e, segundo a União Europeia, consiste num instrumento que inclui uma avaliação sistémica, documentada, periódica e objectiva, do funcionamento de uma determinada organização, no que respeita ao sistema de gestão e ao processo a que recorre para protecção do ambiente (Oliveira, 2005). Em particular, eco-auditorias devem ser desenvolvidas por um auditor, interno ou externo à empresa, desde que obedeça aos critérios da norma ISO 14011 e pertença ao quadro de verificadores acreditados de um dos países da União Europeia.

O levantamento ambiental é igualmente um dos instrumentos de ADA. De acordo com Lopes *et al.* 2004, visa a identificação e caracterização das actividades, o levantamento dos impactes ambientais de todos os sectores, a quantificação dos recursos consumidos, a

quantificação e caracterização dos resíduos e efluentes produzidos e a revisão das principais políticas, programas e planos e diplomas legais em vigor no sector ambiental (Melo, 2007). De certa forma, o levantamento ambiental assume-se como o primeiro passo para a implementação de um Sistema de Gestão Ambiental (*vide* 2.4.2.) numa empresa, uma vez que permite identificar os principais impactes decorrentes de uma actividade e as suas origens.

Num nível menos formal, a própria análise S.W.O.T. poderá ser uma ferramenta de ADA, designadamente nas fases preliminares do processo. Através deste instrumento, produz-se uma análise interna à empresa, elencando-se pontos fortes e pontos fracos, e uma análise externa, identificando-se oportunidades e ameaças. Posteriormente, poder-se-ão definir estratégias que potenciem o aproveitamento das oportunidades e minimizem as ameaçadas, através do aproveitamento dos pontos fortes e superação dos pontos fracos. A utilização da análise S.W.O.T. em processos de gestão empresarial já é bastante comum, necessitando apenas de ser direccionada para a análise à relação da empresa com o ambiente. Para além de permitir construir um quadro de referência, a análise S.W.O.T. facilita a construção de estratégias para mitigar ou eliminar situações negativas e a concepção de estratégias para potenciar bons desempenhos e melhorar indicadores.

2.4.2. Sistemas de Gestão Ambiental

O sistema de gestão ambiental (SGA) é um subsistema da gestão de uma organização (Pinto, 2005), que acarreta a necessidade de um comprometimento *top-down*, com o envolvimento precioso e contributivo da gestão de topo. Os principais instrumentos de aplicação de SGA são a Norma NP EN ISO 14001 e o EMAS.

Este tipo de sistema vai além do mero cumprimento da legislação e regulamentação ambiental em vigor, procurando atingir objectivos mais exigentes numa perspectiva de melhoria contínua e, muitas vezes, antecipando as próprias exigências legais. Daqui derivam, recorrentemente, algumas interrogações por parte dos responsáveis das organizações, pois têm dificuldade em avaliar e em interpretar a relação custo/benefício resultante da adopção de SGA. A forma correcta de análise passa pela classificação da implementação do SGA como um investimento e não como um custo, uma vez que os benefícios que daí derivam se manifestarão em vários quadrantes, desde os operacionais à imagem exterior, não se revelando necessariamente a curto prazo.

O Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação (IAPMEI) aponta diversas vantagens resultantes da adopção de SGA, o que revela, por si só, que realmente são instrumentos que podem e devem ser adoptados também por empresas de menor dimensão:

- Constitui uma base para a melhoria contínua do desempenho ambiental.
- Possibilita a redução dos custos de controlo de poluição, nomeadamente através da identificação de oportunidades de prevenção da poluição.
- Permite alcançar poupanças nos consumos energéticos e de matérias-primas.
- Facilita o cumprimento da legislação ambiental aplicável.
- Diminui os riscos ambientais e, conseqüentemente, os custos e prejuízos daí derivados.
- Contribui para a melhoria da imagem da empresa junto dos clientes, público e autoridades.
- Aumenta a consciencialização e motivação dos empregados para as questões ambientais.

Todavia, podem ser identificados os principais custos inerentes à implementação de um SGA. Estes reflectem-se principalmente ao nível da alocação de recursos, sejam eles humanos ou materiais, onde se inclui a disponibilidade de instalações e mesmo equipamentos técnicos e tecnológicos (Pinto, 2005).

Tabela 4 - Esquema de implementação de um SGA (Adaptado de: Institute of Environmental Management and Assessment, disponível em <http://www.iema.net/ems/phases>).

<u>Fase 6</u> Registo do SGA no EMAS	<u>Fase 6</u> Registo do SGA na ISO 14001
<u>Fase 5</u> Auditoria de verificação e revisão da gestão	
<u>Fase 4</u> Implementação e operacionalização do SGA	
<u>Fase 3</u> Desenvolvimento de objectivos e programas	
<u>Fase 2</u> Identificação e certificação de cumprimento de requisitos legais e outros aplicáveis	
<u>Fase 1</u> Comprometimento e estabelecimento de uma base (Política Ambiental)	

Não obstante todo este enquadramento, um ponto central do SGA é a definição de uma política ambiental, que é classificada por Pinto (2005) como a “espinha dorsal” do próprio SGA,

uma vez que é ela que formaliza o compromisso transversal de toda a organização na prossecução de objectivos ambientais com uma importância equiparada aos objectivos do negócio. A implementação de um SGA está esquematicamente representada pela Tabela 4.

Os SGA incluem várias técnicas e diversos processos que visam a minimização de impactes ambientais e a racionalização da utilização de recursos, de onde se destacam diagnósticos ambientais, auditorias ambientais, planos de minimização emissões gasosas, gestão de resíduos e planos de racionalização do consumo de água e energia.

2.4.2.1. Norma NP EN ISO 14001:2004

A Norma NP EN ISO 14001:2004 (ISO 14001) é uma norma internacional desenvolvida pela International Organization for Standardization, tendo já sofrido algumas actualizações desde a sua publicação original. Estas actualizações, entre outras ligeiras afinações, foram no sentido de agilizar a implementação simultânea da ISO 14001 e da ISO 9001, nomeadamente para efeitos de certificação, não se devendo encarar esta certificação como um fim, mas sim como um meio.

A ISO 14001 especifica os requisitos para um sistema de gestão ambiental que permita à organização desenvolver e implementar uma política e objectivos, tendo em consideração os requisitos legais e a informação sobre os aspectos ambientais significativos (ISO 14001:2004). No entanto, para além de garantir o cumprimento de todas as exigências legais, contempla também a prossecução de objectivos, definidos internamente conforme a realidade da organização, que vão ao encontro de exigências sociais relativamente ao desempenho ambiental. Aqui reside o ponto fundamental dos SGA, a definição de uma política ambiental, conforme já foi descrito anteriormente.

A implementação da ISO 14001 exige um envolvimento transversal de toda a organização e permite que se minimizem os impactes no ambiente resultantes do seu âmbito de actividade, nomeadamente aqueles que podem controlar e influenciar. A finalidade capital desta Norma é “apoiar a protecção ambiental e a prevenção da poluição, em equilíbrio com as necessidades socioeconómicas” (ISO 14001:2004), ou seja, não esquece os objectivos económicos nem constitui entraves aos negócios das empresas. Para além disso, foi estruturada de modo a ser aplicável a todo o tipo de organização, independentemente da sua dimensão, sofrendo as necessárias adaptações de caso para caso, consoante as especificidades contextuais da organização (geográficas, culturais e sociais).

A ISO 14001 tem a capacidade de facilitar e contextualizar as auditorias ambientais, estando mesmo formatada para uma constante avaliação da sua implementação nas organizações. A sua base de funcionamento é o ciclo de Deming ou PDCA – *plan, do, check, act* – que promove a melhoria contínua e engloba a verificação cíclica como fase fundamental para se promoverem ajustes e expectativas para o ciclo seguinte (Figura 2).

Oliveira (2005) defende que, apesar da Série 14000 da ISO, na qual se insere a ISO 14001, ser reconhecidamente um bom instrumento, a sua implementação não garante por si só resultados ambientais óptimos, procurando sim a optimização dos esforços desenvolvidos. Contudo, acaba por reconhecer que esta série visa “responder às necessidades crescentes, em matéria de protecção e conservação do ambiente”.

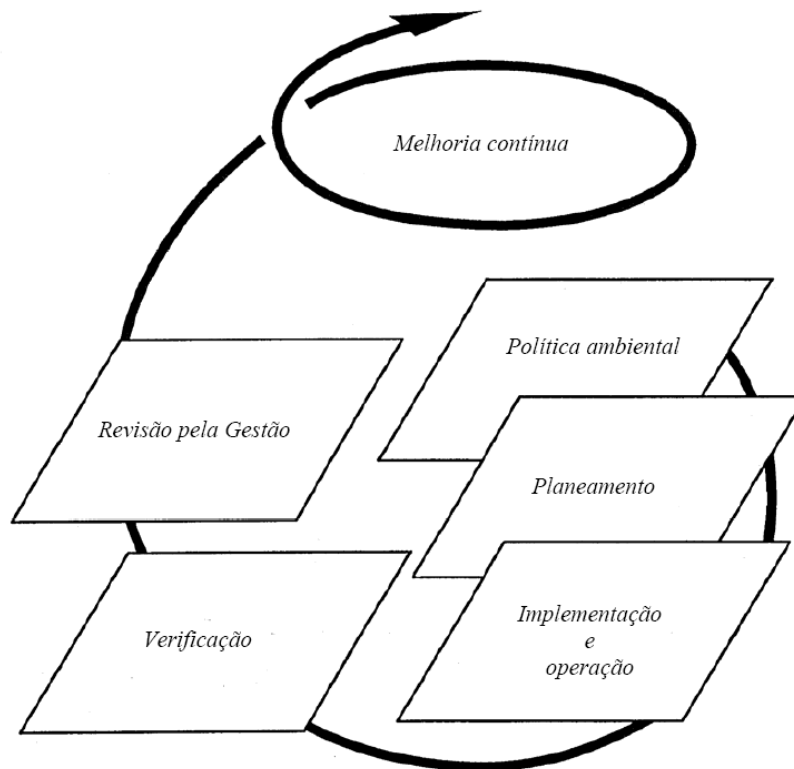


Figura 2 - Ciclo PDCA (Fonte: ISO 14001:2004).

2.4.2.2. EMAS

O Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), também designado por Sistema Comunitário de Ecogestão e Auditoria, foi publicado em 1993 através do Regulamento CEE n.º 1836/93 do Conselho, de 29 de Junho, sendo de aplicação exclusiva aos países da União Europeia. Posteriormente, surgiu uma nova versão do EMAS, também designado por EMAS II,

através da aprovação do Regulamento (CE) n.º 761/2001 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de Março, que substitui o anterior documento. Em 2009, há ainda a publicação de um novo diploma, Regulamento (CE) n.º 1221/2009 do Parlamento e do Conselho, de 25 de Novembro, o qual se encontra presentemente em vigor e apresenta a segunda revisão do EMAS, o EMAS III.

Entre os primeiros dois diplomas, surgem alterações que eventualmente podem parecer de somenos importância, mas que acabam por espelhar a política da União Europeia em matéria de ambiente. Comparando o primeiro artigo de cada um dos documentos, verifica-se que o EMAS original tinha um âmbito de aplicação exclusivo às empresas industriais, onde, porventura, é mais facilmente identificável a interferência no ambiente, especialmente através de emissões para a atmosfera, descargas em rios e ribeiras e produção de resíduos, especialmente químicos tóxicos. Esta situação é justificada nos considerandos do Regulamento CEE n.º 1836/93 do Conselho, de 29 de Junho, nomeadamente quando se refere que o sistema comunitário de ecogestão e auditoria deve, numa primeira fase, centrar-se no sector industrial, em que já são praticados sistemas de gestão e de auditoria do ambiente; que, a título experimental, é desejável aplicar disposições similares a outros sectores além do industrial, como os da distribuição e dos serviços públicos. Poder-se-á entender assim a primeira versão do EMAS como um teste e o primeiro passo para o posterior alargamento do espectro de aplicação.

O EMAS II surge, então, com um âmbito de aplicação mais amplo e capaz de se disseminar mais facilmente, uma vez que não são só mencionadas “empresas industriais”, passando apenas a empregar-se o termo “organizações”. É importante também notar que os considerandos são mais incisivos e identificam segmentos da economia nos quais o EMAS deverá penetrar e ser adoptado. É feita uma particular e recorrente referência às PME's, que constituem a maioria do tecido empresarial das economias, e ao incentivo a que implementem SGA. Pode-se recordar a referência ao IAPMEI feita no ponto 2.2.1. deste estudo, pois este instituto, para além de facilitar o acesso à informação relativa à implementação dos SGA em geral, estimula a sua adopção, referindo-se ao EMAS como a “modernização da gestão” e alertando que apesar de a sua aplicação ser agora voluntária poderá vir a ser obrigatória devido à exigência dos consumidores e dos clientes.

Presentemente em vigor, o Regulamento (CE) n.º 1221/2009 do Parlamento e do Conselho, de 25 de Novembro, institui o EMAS III, a segunda revisão do EMAS, “que tem como principal objectivo reforçar o sistema, aumentando a sua eficiência e capacidade de atracção para as organizações”, conforme descrito no site da Agência Portuguesa do Ambiente. Apesar de serem recorrentemente mencionados termos relacionados com facilidade e atractividade,

nomeadamente nos considerandos do diploma, o facilitismo está longe do EMAS, até porque é vinculada a necessidade de reforçar “o mecanismo para verificar o cumprimento por uma organização de todos os requisitos legais aplicáveis em matéria de ambiente a fim de aumentar a credibilidade do EMAS” (Considerando 13). Há ainda a reter uma importante alteração introduzida no EMAS III, no que se refere ao âmbito de aplicação que foi alargado a países fora do espaço comunitário.

Em termos gerais, o EMAS é um sistema de implementação voluntária, que reforça a importância da iniciativa das empresas e organizações na protecção e preservação do ambiente. Este sistema induz um comprometimento de quem o adopte, permitindo que se faça uma avaliação e gestão do seu desempenho ambiental com objectivo da sua melhoria contínua. A credibilidade do SGA é fundamental neste processo, uma vez que os resultados e evidências da sua implementação são apresentados e validados publicamente.

Mais uma vez, como é comum aos SGA, a definição da política ambiental é um ponto central e a sua base de implementação constrói-se assente num ciclo PDCA. O EMAS prevê explicitamente o envolvimento da gestão de topo na formulação da política ambiental, incluindo os objectivos e metas ambientais a atingir, garantindo desde logo um comprometimento em todo o processo. Para além disso, as auditorias periódicas, internas e externas, são essenciais, promovendo avaliações concretas e objectivas do cumprimento dos requisitos propostos. Há ainda que focar a obrigatoriedade da emissão de uma Declaração Ambiental capaz de fornecer ao público informação completa sobre as actividades da organização, sobre o SGA implementado e sobre o desempenho ambiental atingido no decorrer do ciclo.

A Comissão Europeia apresenta o EMAS como um SGA que vai além da ISO 14001, mas cuja implementação poderá ter origem na certificação nesta norma, sendo mesmo facilitado por esse facto. As principais diferenças entre os dois SGA são ao nível da participação activa dos funcionários da empresa, da apresentação pública de relatórios e informações de desempenho ambiental, de mais exigência no cumprimento da legislação e de mais elevados padrões de desempenho.

2.4.3. Contabilidade Ambiental

A Contabilidade Ambiental é um tema que vem sendo discutido no meio académico e no mundo empresarial há vários anos, reconhecendo-se a sua importância para a evidenciação do desempenho ambiental das empresas. Há cada vez mais interessados nas informações que este instrumento poderá providenciar, conferindo ao mercado uma força fundamental neste processo

que pressiona as empresas no sentido de apresentarem dados concretos e objectivos. Contudo, o difícil enquadramento e a falta de consenso em torno das definições fundamentais têm impedido o desenvolvimento da Contabilidade Ambiental e a sua afirmação definitiva junto dos gestores.

Costa e Marion (2007) notam que as empresas ao produzirem os seus produtos acabam por prejudicar o meio ambiente e que esses prejuízos não são imputados no custo daqueles produtos, pelo que a sociedade começou a exigir uma maior responsabilidade ambiental ao mundo empresarial. Devido às exigências do mercado e ao cepticismo relativamente às boas práticas ambientais alegadas pelas empresas, elas próprias sentem necessidade de tornar claro e perceptível a sua responsabilidade social e ambiental.

As demonstrações financeiras não são geralmente utilizadas para estes fins devido ao enquadramento limitado das normas contabilísticas (Costa e Marion, 2007). Estes autores revelam que, na sua forma tradicional, a contabilidade pouco proporciona em termos de qualidade das informações ambientais, pois essas são evidenciadas em conjunto com as informações financeiras ou operacionais. Todavia, discutem que por se tratar de uma Ciência que tem por objecto o património, a Contabilidade deve registar e prestar informações de todos os factos referentes ao meio ambiente, tendo em consideração que esse património é de interesse de todas as pessoas. Do ponto de vista da contabilidade, o que se pode medir e fazer constatar, nas demonstrações contabilísticas, são os eventos e transacções económico-financeiras que reflectem a interacção da empresa com o meio ambiente. Vellani e Ribeiro (2009) demonstram que a contabilidade pode fornecer informações sobre actividades ambientais por meio da divulgação de indicadores físicos e monetários, que podem ser utilizados para atestar a eco-eficiência da empresa, que representa a busca simultânea da redução de custos operacionais e a eliminação do impacte negativo das operações empresariais nos ecossistemas, provocados no decorrer da actividade produtiva da empresa.

De uma forma pragmática, o papel da Contabilidade Ambiental é o de registar as transacções da empresa que têm impactes no meio ambiente e os efeitos das mesmas que afectam ou deviam afectar a posição económica e financeira dos negócios da mesma empresa, ou seja, está a mensurar-se economicamente o resultado dos impactes provocados pelas actividades empresariais, sejam eles positivos ou negativos (Costa e Marion, 2007). É importante notar que esta definição sustenta que o objectivo não é a mensuração da poluição, mas sim o impacto que ela pode causar. De acordo com Vellani e Ribeiro (2009) a actuação das empresas sobre os impactes no ambiente deve mesmo resultar em benefícios económico-financeiros para elas próprias. Está aqui a integrar-se o conceito de eco-eficiência empresarial que é também

introduzido pela ONU (2001) na definição de Contabilidade Ambiental, entendida como uma abordagem combinada que facilita a transição de informação da contabilidade financeira e da contabilidade analítica para aumentar a eficiência de materiais, reduzir o impacto e risco ambiental e reduzir os custos da salvaguarda ambiental.

Costa e Marion (2007) alegam ainda que a Contabilidade Ambiental vem trazer uma maior capacidade de detalhe do que a Contabilidade Financeira e visa a correcta mensuração e evidenciação das informações ambientais em relatórios específicos ou nas próprias demonstrações contabilísticas, inclusivamente segregando as informações ambientais. Os mesmos autores afirmam ainda que mesmo que não seja possível a evidenciação das informações ambientais nas próprias demonstrações contabilísticas, é papel da contabilidade evidenciá-las em outros meios para que os indivíduos a quem se destinam possam tomar decisões mais correctas sobre as empresas. Vellani e Ribeiro (2009) sugerem a utilização dos relatórios de gestão como alternativa às demonstrações contabilísticas, aludindo ao facto de o seu carácter mais generalista e descritivo favorecer a introdução de capítulos específicos à performance ambiental.

É necessário ter em conta que a Contabilidade Ambiental interessa a vários *stakeholders*, que têm motivações e objectivos diferentes, mas que necessitam de dados concretos para os seus processos de decisão. Segundo Costa e Marion (2007), existem 3 grandes utilizadores para as informações da Contabilidade Ambiental: o governo, a sociedade e as empresas.

A nível governamental, esta informação é utilizada com propósitos macroeconómicos e legislativos. Do ponto de vista do governo, as informações resultantes da Contabilidade Ambiental visam atender aos propósitos sociais mais amplos como o bem-estar da sociedade, a qualidade de vida da população e a preservação e manutenção dos recursos naturais (Costa e Marion, 2007).

A sociedade encontra nas informações ambientais dados que lhe permite zelar pela qualidade de vida e pela protecção e preservação ambiental. Silva (2003) (*apud* Costa e Marion, 2007) afirma que a Contabilidade Ambiental não surge apenas para utilização exclusiva das empresas, nomeadamente para informar sócios ou accionistas e investidores. Este instrumento tem igualmente uma importante acção social na demonstração, em termos monetários, do grau de destruição potencial induzido pelas empresas em contrapartida às acções de conservação e preservação do meio ambiente produzidas por essas mesmas empresas. A sociedade pode utilizar a Contabilidade Ambiental para monitorar as acções empresariais em prol do meio ambiente e acaba por seleccionar as empresas que praticam actividades consideradas como ambientalmente correctas (Da Costa e Marion, 2007). Mathur e Mathur (2000) sustentam que as empresas que

adoptam práticas ambientais e que fazem prova disso melhoram o seu desempenho no mercado de capitais e se tornam mais atractivas para potenciais investidores, havendo inclusivamente investidores que seleccionam carteiras segundo critérios ambientais bastante exigentes.

As empresas, nomeadamente os gestores, utilizam esta informação para o processo de tomada de decisão, planeamento e informação dos mercados financeiros. A Contabilidade Ambiental deve ser entendida como um instrumento poderoso para o planeamento, uma vez que pode ser um importante instrumento para controlar e proporcionar melhores decisões sobre as actividades das empresas. Neste prisma, a Contabilidade Ambiental tem o intuito de mensurar qual é o património ambiental das empresas e com que eficiência é utilizado, fornecendo informações económicas e financeiras sobre a protecção, preservação e recuperação ambiental (Costa e Marion, 2007). Empresas com dificuldades em cumprir requisitos ambientais e que vislumbrem a necessidade de pagamentos de multas podem ter dificuldade em obter empréstimos bancários ou em conseguir investidores dispostos a ceder o seu dinheiro (Vellani e Ribeiro, 2009).

As definições dos conceitos fundamentais da Contabilidade Ambiental são uma das principais barreiras à sua plena afirmação. Efectivamente, a ONU (2001) entende que o principal problema com a contabilidade da gestão ambiental é a falta de definição normalizada de custos e receitas ambientais e que a dificuldade de consenso em seu torno tem limitado a mensuração objectiva das informações ambientais e a sua posterior apresentação aos vários *stakeholders*. Costa e Marion (2007) notam que os estudos nesta área têm evoluído, mas tem-se observado a necessidade de um consenso nas definições de activo, passivo, receitas, custos, despesas, ganhos e perdas ambientais e, conseqüentemente, nas suas mensurações e classificações. De um modo prático, o que se verifica é uma dificuldade de adaptação dos termos da Contabilidade Financeira, e mesmo das suas estruturas, à realidade ambiental.

Neste contexto, é importante verificar algumas definições importantes neste processo, pelo que de seguida se apresentam os conceitos de activo ambiental, passivo ambiental, custo ambiental e receita ambiental, conforme o explicado por Costa e Marion (2007) e se constata as divergências existentes entre algumas dessas definições:

- Activo Ambiental (Ribeiro, 2005): todos os bens e direitos possuídos pelas empresas, que tenham capacidade de geração de benefício económico em períodos futuros e que visem à preservação, protecção e recuperação ambiental.
- Passivo Ambiental (IBRACON, 1996): toda agressão que se praticou/pratica contra o meio ambiente e consiste no valor dos investimentos necessários para reabilitá-lo, bem como

multas e indemnizações potenciais. Por sua vez, Ribeiro (2005) (*apud* Costa e Marion, 2007) define passivo ambiental como benefícios económicos ou os resultados que serão sacrificados em razão da necessidade de preservar, proteger e recuperar o meio ambiente, de modo a permitir a compatibilidade entre este e o desenvolvimento económico, ou em decorrência de uma conduta inadequada em relação a estas questões.

- Custo Ambiental (Costa e Marion, 2007): obrigações assumidas para a preservação, protecção e recuperação ambiental, resultante da actividade produtiva, assumindo um cariz semelhante ao custo na Contabilidade Financeira.
- Receita Ambiental (Costa e Marion, 2007): receitas provenientes das vendas ou prestações de serviços relacionadas com o ambiente, mas que não representem a actividade principal da empresa. Podem apresentar-se através da comercialização de produtos reciclados ou subprodutos, reflorestações ou tratamentos de áreas contaminadas.

Costa e Marion (2007), apesar de criticarem esta situação de falta de uniformização, acabam por encontrar algumas explicações para o sucedido, afirmando que parte do problema pode dever-se à dificuldade na mensuração económica dos tratamentos que os diferentes poluentes requerem, assim como na identificação, com precisão, de quem são os verdadeiros responsáveis e qual a quota de responsabilidade de cada um.

Constata-se, igualmente, que ainda se verifica alguma falta de comprometimento por parte das empresas em demonstrar as suas informações ambientais em relatórios que facilitem a sua análise, notando-se, com particular interesse, que quanto maior é o tamanho da empresa, maior é o seu comprometimento com o meio ambiente, ou pelo menos, maior é a sua preocupação em demonstrar esse comprometimento.

A falta de uniformidade e homogeneidade nos relatórios disponibilizados pelas empresas, incluindo nas suas estruturas e modos de apresentação da informação, é o factor que tem sido determinante na dificuldade de análise das informações ambientais (Costa e Marion, 2007). Dessa forma, a comparação entre as empresas, na procura de perceber quais as mais comprometidas com a protecção, preservação ou recuperação ambiental, torna-se particularmente difícil, induzindo a necessidade de interpretação nessas análises, o que lhes acaba por retirar objectividade e, por conseguinte, valorização das conclusões extraídas.

Não obstante, é necessário entender que há razões que reforçam a importância da qualidade das informações ambientais junto das empresas, desde logo a necessidade de garantir o cumprimento das obrigações legais e a capacidade de realmente evidenciar esse cumprimento.

Esta situação é de particular importância uma vez que é necessário eliminar a diferença entre o que é evidenciado e as práticas reais das empresas. Para além disso, as informações ambientais são também utilizadas pelo mercado de capitais, pelo que se verifica a necessidade de um padrão na elaboração dos relatórios apresentados, onde as informações ambientais devem ser apresentadas segundo critérios uniformes e contendo os mesmos tópicos (Costa e Marion, 2007). Elaborar relatórios ambientais de confiança tem sido um aspecto importante para as empresas, bem como para a verificação externa desses mesmos relatórios, quer pelos mercados financeiros, quer pelos restantes *stakeholders* (ONU, 2001).

A elaboração de métodos de mensuração e evidenciação que possam estabelecer uma estrutura a ser seguida por todas as empresas no desenvolvimento dos seus relatórios irão, certamente, reforçar a validade e utilidade das informações ambientais. Caso haja uma normalização quanto à sua forma e conteúdos, todos os utilizadores poderão comparar os impactos causados pelas actividades empresariais no meio ambiente e ponderar entre as empresas que apresentarem melhor desempenho (Costa e Marion, 2007).

A Contabilidade Ambiental pode contribuir para que as informações ambientais possam ser evidenciadas de maneira segregada das informações operacionais, obedecendo a uma certa uniformidade (Costa e Marion, 2007), o que garantirá uma melhor percepção e compreensão do real comprometimento das empresas com o meio ambiente.

Se uma empresa possuir certificações ambientais não quer dizer que não polua, apenas demonstrará que ela tem um comprometimento com a protecção e preservação do meio ambiente. Assim, a evidenciação segregada das informações ambientais pode ser considerada como uma das contribuições da contabilidade para a preservação e protecção ambiental (Costa e Marion, 2007) e do acompanhamento de práticas para a sustentabilidade (Vellani e Ribeiro, 2009).

2.4.4. Rótulo Ecológico

Existem vários rótulos ecológicos no mundo e alguns dos instrumentos de gestão ambiental já aqui abordados possuem rótulos específicos, sendo exemplos o EMAS ou a ISO 14001. Abordar-se-á em específico o Rótulo Ecológico da União Europeia e os critérios de atribuição dessa distinção comunitária a serviços de alojamento turístico.

A União Europeia criou um Rótulo Ecológico de adopção voluntária com o objectivo de “promover produtos susceptíveis de contribuir para a redução de impactes ambientais negativos, por comparação com outros produtos do mesmo grupo”, conforme é definido no número 1 do

artigo 1.º do Regulamento (CE) n.º 1980/2000, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Julho de 2000. Nesse mesmo ponto, é igualmente referido que as informações a facultar ao consumidor deverão ser “correctas, não enganadores e assentes em bases científicas”. O Rótulo Ecológico da União Europeia foi inicialmente estabelecido pelo Regulamento (CEE) n.º 880/92 do Conselho, de 23 de Março de 1992, sendo posteriormente revisto e devidamente adaptado consoante a experiência e os resultados recolhidos da sua aplicação. Actualmente, encontra-se em vigor Regulamento (CE) n.º 1980/2000 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Julho de 2000 (Regulamento n.º 1980/2000), atrás citado.

Uma vez que é aplicável a qualquer tipo de bens ou serviços, as regras para a sua utilização são bastante rígidas, sendo a atribuição um processo bem definido que obedece a sua série de requisitos muito exigentes. Entre estes pode relevar-se a obrigatoriedade de uma análise ao ciclo de vida, onde vários factores são tidos em conta, incluindo efeitos sobre a qualidade do ar, a qualidade da água, a protecção dos solos, a redução dos resíduos, a poupança de energia, a gestão de recursos naturais, a prevenção do aquecimento do planeta, a protecção da camada de ozono, a segurança ambiental, o ruído e a biodiversidade, conforme está patente no Anexo I do Regulamento n.º 1980/2000.

A Comissão Europeia instituiu, com a Decisão n.º 2003/287/CE, de 14 de Abril de 2003, critérios ecológicos específicos para a atribuição do rótulo ecológico comunitário a serviços de alojamento turístico. Neste novo enquadramento, existem critérios obrigatórios, relativos a energia, água, detergentes e desinfectantes, outros serviços e gestão geral, e critérios facultativos, relativos a energia, água, produtos químicos e perigosos, outros serviços e gestão geral. Para além da natural necessidade de obedecer a todos os critérios obrigatórios, os alojamentos turísticos devem satisfazer um mínimo de 16,5 pontos nos critérios facultativos, segundo um índice definido. De referir que alguns dos critérios obrigatórios, nomeadamente ao nível da gestão geral, podem ser comprovados através da implementação de um sistema de gestão ambiental como a ISO 14001 ou o EMAS. A adopção de um destes instrumentos é, inclusive, motivo de dotação de 1,5 e 3 pontos respectivamente, segundo o índice dos critérios facultativos.

A eco-rotulagem (tradução à letra da palavra inglesa *ecolabeling*) tem sido encarada como um dos principais meios para encorajar sistemas de produção e consumo mais “verdes” (Rex e Baumann, 2007), sendo o seu objectivo encorajar os consumidores a escolherem produtos menos prejudiciais ao ambiente (Lavallée e Plouffe, 2004). Há rótulos ecológicos obrigatórios e voluntários (Rex e Baumann, 2007), mas a sua intervenção vai sempre no sentido de influenciar o processo de compra dos consumidores informados (Lavallée e Plouffe, 2004), uma vez que se

acredita que estes utilizam a informação disponível no seu processo de decisão de compra. Em última análise, o consumidor é capacitado com a possibilidade de influenciar o modo de produção dos produtos, privilegiando métodos menos agressivos para o ambiente (Rex e Baumann, 2007).

Em 1977, o governo alemão criou o programa voluntário de rotulagem *Blue Angel* que afectou as empresas e o seu modo de funcionamento. Apesar da relutância inicial, assim que algumas empresas demonstraram que o rótulo podia incentivar os negócios, a indústria passou a ser o seu principal apoiante (Lampe e Gazda, 1995).

Uma vez que a demonstração das qualidades ambientais dos produtos comercializados não é fácil, e constitui mesmo um obstáculo à comercialização, os eco-rótulos emergiram como um dos meios dominantes de comunicação com o mercado, no sentido de revelar as características “verdes” desses produtos. Ainda assim, subsistem sempre muitas dúvidas, uma vez que as estratégias de marketing “verde” utilizadas no início da década de 90 se deixaram levar pela mediatização das preocupações ambientais, não correspondendo muitas vezes às reais características dos produtos oferecidos (Rex e Baumann, 2007).

A eco-rotulagem deverá eliminar os riscos da incerteza, tanto para o consumidor como para o produtor. O primeiro obstáculo do desenvolvimento da eco-rotulagem reside precisamente na dificuldade de encontrar um compromisso entre a viabilidade económica e o rigor científico e metodológico que são indispensáveis à credibilidade e veracidade da rotulagem (Lavallée e Plouffe, 2004).

Lavallée e Plouffe (2004) defendem que os rótulos ecológicos, para funcionarem, necessitam que o consumidor consiga distinguir os produtos com menos impacto no ambiente e que os produtos que os ostentam sejam mesmo menos agressivos para o ambiente. Sugerem, então, que a ambiguidade e a confusão devam ser retiradas através de uma análise exaustiva ao ciclo de vida de cada produto.

Rex e Baumann (2007) sugerem que os rótulos ecológicos estão ao dispor de vastos grupos de *stakeholders* que os utilizam para diferentes objectivos, incluindo a definição de políticas que visam a adaptação e mudança de comportamentos no mercado, a pressão sobre fornecedores e a criação de vantagens competitivas. Neste capítulo, a eco-rotulagem está a atrair cada vez mais interesse da parte de grandes empresas, que vêem este tipo de rótulos como um factor essencial a considerar como parte das suas estratégias comerciais e industriais, sendo ainda mais interessante num mundo globalizado, através da sedução de mercados internos e externos (Lavallée e Plouffe, 2004).

Os eco-rótulos estão intimamente associados ao marketing “verde”, mas, apesar do grande desenvolvimento da investigação em seu torno, muito raramente a discussão tem sido num contexto de marketing (Rex e Baumann, 2007), o que tem fragilizado a sua utilização e a própria definição de estratégias de marketing condicentes. Um exemplo desta situação é a contínua produção de mensagens apenas para consumidores “verdes”, sem procurar cativar outro tipo de consumidor. Daqui resulta que a generalidade das quotas de mercado dos produtos com rótulos ecológicos é baixa (Rex e Baumann, 2007), percebendo-se que há potencial para a sua expansão desde que se adoptem políticas e estratégias de acordo com as técnicas mais variadas e mais profundas do marketing praticado na gestão empresarial.

Há ainda a referir estudos interessantes de Grankvist *et al.* (2004), citados por Rex e Baumann (2007), onde se afirma que a rotulagem negativa tem capacidade de mobilizar ainda mais consumidores. Esta rotulagem não teria o objectivo de classificar produtos “verdes”, mas sim produtos que possuíssem métodos de produção mais nefastos para o ambiente. Neste campo, Rex e Baumann (2007) referem o rótulo obrigatório da União Europeia para aparelhos domésticos relativo à eficiência energética, consagrado pela Directiva n.º 92/75/CEE do Conselho, de 22 de Setembro de 1992. Este rótulo classifica de A a G todos os aparelhos referidos, permitindo ao consumidor perceber de imediato qual grau de influência que a sua compra está a ter sobre o ambiente.

2.4.5. Chave Verde

A Chave Verde é mais um instrumento de gestão ambiental destinada exclusivamente ao turismo. É uma iniciativa originada na Dinamarca, em 1994, que começou a distinguir parques de campismo pelas suas iniciativas de protecção, informação e educação ambiental. Hoje, este instrumento está também disponível para todo o tipo de alojamentos turísticos, desde hotéis, *hostels* (albergarias), centros de conferências e férias, e para atracções turísticas, onde se incluem parques de diversões, instalações de lazer ao ar livre, castelos e fortalezas, jardins zoológicos e parques de safari e museus.

A iniciativa Chave Verde está mais disseminada na Europa, mas já marca presença em alguns países de outros continentes, como Tunísia, Marrocos, Japão e Porto Rico. Neste momento, é parte integrante da Foundation for Environmental Education (FEE), definindo a sua missão da seguinte forma: “O propósito do programa é desenvolver e gerir uma «eco-label» para questões de sustentabilidade ambiental em organizações de lazer” (FEE, 2010).

Em Portugal, onde é gerida pela ABAE, a Chave Verde já está operacionalizada desde 2007, conferindo a distinção a hotéis, a empreendimentos de turismo em espaço rural, estalagens, albergarias e empreendimentos de agroturismo.

A atribuição da distinção é gerida segundo critérios objectivos que envolvem a gestão ambiental e a educação ambiental, de acordo com os objectivos estratégicos da iniciativa, conforme registado no Guia de Interpretação e Explicação do Programa “Chave Verde” 2010:

- Contribuir através de um melhor desempenho ambiental do sector do turismo para a promoção de Agendas 21 Locais.
- Sensibilizar para a alteração de práticas e comportamentos entre os responsáveis, participantes e decisores do sector turístico (empresas, autoridades, clientes e comunidades locais) através da Educação Ambiental.
- Envolver estes “actores” na responsabilização face ao Turismo Sustentável, através da Educação Ambiental.
- Reconhecer as iniciativas de gestão ambiental de sucesso como mais-valias no caminho para um Turismo Sustentável.

2.4.6. Instrumentos complementares de política ambiental

2.4.6.1. Avaliação de Impacte Ambiental

A Avaliação de Impacte Ambiental (AIA) é mais um instrumento que ganha particular relevância e projecção com a Cimeira do Rio em 1992. No Princípio 17 da Declaração do Rio Sobre Ambiente e Desenvolvimento é afirmado que *a avaliação de impacte ambiental, como instrumento nacional, deve ser efectuada em relação a determinadas actividades que possam vir a ter um impacte adverso significativo sobre o ambiente e estejam dependentes de uma decisão de uma autoridade nacional competente*. Efectivamente, o conceito de impacte significativo na AIA é fundamental e é, também, o de mais difícil definição, uma vez que a sua consideração depende sempre de inúmeros factores, incluindo a sensibilidade humana, cultural e social de determinado contexto. Westman (1985) (*apud* Partidário e Jesus, 2005) considera impactes significativos aqueles que violam algum tipo de legislação; os que provocam uma redução acentuada das populações; os que provocam alterações importantes nos processos ecológicos, com repercussões nas espécies; e os que apresentam riscos para a saúde humana, causam prejuízos económicos ou provocam perturbações sociais.

A International Association for Impact Assessment (IAIA) (1999) define a AIA como o processo de identificação, previsão, avaliação e mitigação dos efeitos biofísicos, sociais e outros efeitos relevantes de propostas de desenvolvimento antes de decisões fundamentais serem tomadas e de compromissos serem assumidos. Esta instituição considera então que os objectivos da AIA são:

- Assegurar que o ambiente é explicitamente considerado e incorporado no processo de decisão sobre propostas de desenvolvimento.
- Antecipar e evitar, minimizar ou compensar os efeitos adversos significativos – biofísicos, sociais e outros relevantes – de propostas de desenvolvimento.
- Proteger a produtividade que a capacidade dos sistemas naturais e dos processos ecológicos que mantêm as suas funções.
- Promover um desenvolvimento que seja sustentável e que optimize o uso dos recursos e as oportunidades de gestão.

A AIA surgiu como resposta às limitações das análises tradicionais no que concerne ao ambiente, uma vez que essas análises não incluíam a degradação da qualidade dos recursos naturais, poluição, perda de recursos ou incapacidade da sua utilização. Da forma como se encontra estruturada, a AIA suplanta os estudos de viabilidade técnica (engenharia) e as análises custo-benefício (avaliação económica), revelando-se como uma nova abordagem de avaliação que analisa previamente à decisão o potencial de ocorrência de efeitos negativos. Não obstante, na base da AIA não deixa de estar o conceito de análise custo-benefício, incluindo-se também factores não necessariamente mensuráveis em termos económicos. Está igualmente na sua base o princípio causa-efeito, sendo as causas representadas pelas acções de investimento e projectos de desenvolvimento e os efeitos as suas consequências ambientais, sociais e económicas (Partidário e Jesus, 2005).

Assim, a AIA é um mecanismo de apoio a decisões sobre processos de desenvolvimento, que segundo Partidário e Jesus (2005) se configura como um instrumento de gestão ambiental e de apoio à decisão que deve estar presente no processo iterativo de formulação de estratégias globais de planeamento e gestão ambiental, na perspectiva do desenvolvimento ambiental. Todavia, estes autores fazem notar que, apesar da sua enorme utilidade e capacidade, a sua má utilização e manuseamento tem-se constituído uma barreira ao desenvolvimento e mesmo à total demonstração do seu potencial.

O processo de AIA (Figura 3) é um conjunto organizado de diversas fases que agregam várias actividades sistemáticas, conforme demonstrado pelo esquema seguinte, que podem ser mais ou menos complexas, dependendo do tipo, localização e dimensão da actividade alvo da avaliação. É de notar que a participação pública é um factor sempre presente neste processo e de fulcral importância, fazendo jus às recomendações estratégicas no âmbito do conceito de desenvolvimento sustentável, nomeadamente às patentes na Agenda 21.

A AIA foi primeiramente regulamentada a nível comunitário através da Directiva 85/337/CEE, que sofreu uma revisão com a Directiva 97/11/CE. Em Portugal, o regime jurídico da AIA está consagrado no Decreto-Lei n.º 69/2000, de 3 de Maio, alterado pelo Decreto-Lei n.º 197/2005, de 8 de Novembro, rectificado pela Declaração de Rectificação n.º 2/2006, de 6 de Janeiro. A regulamentação é enquadrada pela Portaria n.º 330/2001, de 2 de Abril, que estipula as normas técnicas respeitantes aos documentos mais importantes que são emanados do processo de AIA, rectificada pela Declaração de Rectificação n.º 13-H/2001, de 31 de Maio.

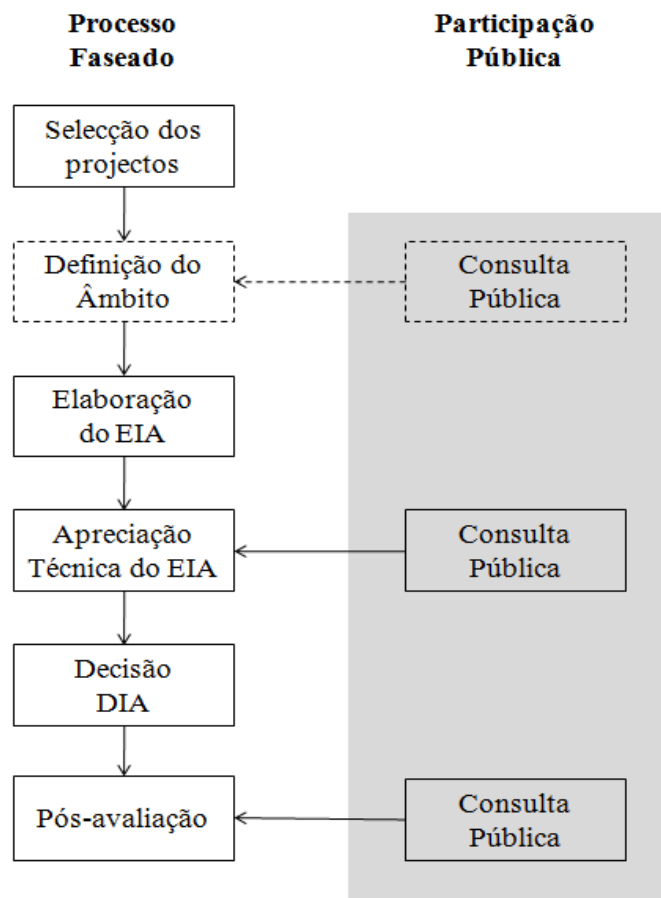


Figura 3 - Processo de AIA (Fonte: Partidário e Jesus, 2005).

Do processo de AIA resultam vários documentos essenciais que consubstanciam cada uma das suas fases. De entre esses documentos, que integram informação fundamental de toda a avaliação e para o processo de decisão, podem destacar-se a Proposta de Definição de Âmbito (PDA), o Estudo de Impacte Ambiental (EIA), a Declaração de Impacte Ambiental (DIA) e o Relatório de Conformidade Ambiental do Projecto de Execução (RECAPE):

- PDA: Este documento poderá ser apresentado, voluntariamente, pelo promotor do projecto público ou privado e tem o objectivo de assegurar, à partida, que o respectivo EIA vai abranger os aspectos considerados necessários à correcta avaliação dos potenciais impactes, ganhando-se, assim, em tempo e custos (Decreto-Lei n.º 69/2000, de 3 de Maio).
- EIA: É o documento com maior visibilidade de todo o processo, pelo que é muitas vezes confundido com a própria AIA. O seu objectivo é o de caracterizar de modo devidamente justificado, com clareza e imparcialidade, os diversos impactes do projecto, de sinal negativo ou positivo, nas medidas de mitigação propostas, o significado dos efeitos, e as preocupações do público interessado (Partidário e Jesus, 2005).
- DIA: Estrutura a decisão ambiental e estabelece o carácter vinculativo, ou seja, sobrepõe-se à decisão da autoridade de licenciamento. É uma decisão do ministro que tutela a AIA sobre a viabilidade de execução dos projectos sujeitos ao regime previsto no Decreto-Lei n.º 69/2000, de 3 de Maio. Pode ser favorável, permitindo o desenvolvimento do projecto em causa; favorável condicionada, impondo limitações e ou restrições ou, ainda, indicando alterações ao projecto; ou desfavorável, impedindo a realização do projecto conforme apresentado. Na Região Autónoma dos Açores, a tutela é a Secretaria Regional do Ambiente e do Mar.
- RECAPE: Visa a verificação da conformidade do projecto de execução com a DIA, sendo um resultado da pós-avaliação. Tem como objectivo avaliar o cumprimento das condições de licenciamento e/ou autorização do projecto de acordo com as condições estabelecidas na DIA (Partidário e Jesus, 2005).

Segundo o nº 12 do Anexo II do Decreto-Lei n.º 69/2000, os projectos turísticos sujeitos a AIA envolvem a) pistas de esqui, elevadores de esqui, teleféricos e estruturas de apoio; b) marinas, portos e docas; c) estabelecimentos hoteleiros e meios complementares de alojamento turístico, quando localizados fora de zonas urbanas e urbanizáveis delimitadas pelo plano municipal de ordenamento do território ou plano especial de ordenamento do território; d) parques de campismo; e) parques temáticos e f) campos de golfe.

2.4.6.2. Análise do Ciclo de Vida

A Análise do Ciclo de Vida (ACV) é uma técnica recorrentemente definida pela expressão “do berço até à cova” que visa a avaliação dos impactes ambientais de um produto ou serviço em todas as fases do seu ciclo de vida, desde a primeira acção que deu origem à respectiva existência (e. g., extracção de minérios), passando pelo transporte, até ao seu consumo ou deposição como resíduo.

Os princípios gerais de aplicação desta técnica estão detalhados na Norma NP EN ISO 14040 – “Análise do Ciclo de Vida – Princípios e Procedimentos Gerais” (ISO 14040), onde são explicadas ferramentas metodológicas que servem de base à sua operacionalização. Para além disso, as Normas ISO 14041 – “Inventário do Ciclo de Vida”, ISO 14042 – “Avaliação dos Impactes no Ciclo de Vida” e ISO 14043 – “Interpretação do Ciclo de Vida” complementam a técnica, enquadrando devidamente a sua aplicação e interpretação.

Efectivamente, a ACV compreende três fases, iniciando-se na inventariação de entradas e saídas relevantes no sistema (*inputs* e *outputs*), prosseguindo com a avaliação dos impactes ambientais associados a essas entradas e saídas, e finalizando com a interpretação dos resultados das diferentes fases de análise e da avaliação dos impactes. Esta técnica permite fazer um estudo do comportamento do produto fase a fase, possibilitando uma visão transversal e integrada das vantagens e desvantagens das opções disponíveis em cada etapa. Isso garante um processo de tomada de decisão mais sustentado que facilita intervenções que agilizem e melhorem o processo e contribuam para a redução de impactes em determinadas fases do ciclo de vida.

Não obstante, a ACV, como a própria ISO 14040 alerta, não considera os aspectos económicos e sociais do produto ou serviço, omitindo assim indicadores que são de extrema importância no processo de tomada de decisão.

2.4.6.3. Bandeira Azul

A Bandeira Azul da Europa, normalmente denominada apenas de Bandeira Azul, é um instrumento de gestão ambiental dirigido a uma aplicação muito específica, sendo, como o próprio nome indica, mais uma iniciativa europeia com vista à sustentabilidade. Em Portugal, é gerido pela Associação Bandeira Azul da Europa (ABAE), uma organização não governamental de ambiente (ONGA) que visa a sensibilização e educação ambiental.

Como não poderia deixar de ser, a Bandeira Azul está devidamente enquadrada por critérios comunitários, fazendo inclusive referência a Directivas Comunitárias nos seus critérios de atribuição em 2010, desde logo a Directiva n.º 2006/7/CE do Parlamento e do Conselho, de

15 de Fevereiro, sobre a Qualidade das Águas Balneares, e a Directiva do Conselho n.º 91/271/CEE, de 21 de Maio, relativa às Águas Residuais Urbanas, nos critérios relativos às praias.

Em 1987, no Ano Europeu do Ambiente e também da apresentação pública do *Relatório Brundtland*, a Foundation for Environmental Education in Europe, com o apoio da Comissão Europeia, iniciou a Campanha Bandeira Azul, partindo de um projecto-piloto francês implementado em 1985. Este projecto resulta na atribuição de uma bandeira azul, com um logótipo específico, a praias, portos e marinas e embarcações de recreio que cumpram critérios específicos de natureza ambiental e social. As autoridades locais interessadas em aderir a esta distinção deverão, para além de assegurar uma eficiente gestão ambiental, nomeadamente no que diz respeito à água do mar e à sua poluição e à limpeza da orla costeira, zelar pela segurança de utentes e promover a disseminação de informação e educação ambiental.

Os objectivos estratégicos desta iniciativa, que cada vez assume mais importância para o turismo, nomeadamente no processo de decisão de destinos de praia, são “elevar o grau de consciencialização dos cidadãos em geral e dos decisores em particular, para a necessidade de se proteger o ambiente marinho e costeiro e incentivar a realização de acções conducentes à resolução dos problemas aí existentes”. A gestão ambiental é, portanto, um elemento fundamental para a conquista da Bandeira Azul. Isso mesmo pode ser atestado através da verificação dos critérios para a sua atribuição em 2010, que incluem uma secção denominada “Gestão Ambiental e Equipamentos”, nos critérios relativos às praias, e uma secção intitulada “Gestão Ambiental”, nos critérios relativos aos portos e marinas, que contêm vários parâmetros a serem atingidos e diversas indicações de acções a tomar. Entre outras podem-se destacar indicações para poupança de energia, gestão da água, recolha de resíduos, limpeza e aquisição de produtos ecológicos (ABAE, 2009).

2.4.6.4. Ecodesign

O ecodesign é uma ferramenta de gestão ambiental extremamente poderosa, nomeadamente a nível industrial e de manufacturação. A sua implementação pode alterar quase por completo o ciclo de vida de um produto e influenciar decisivamente o seu comportamento no mercado, quer em termos de estrita obediência à lei, quer em termos competitivos. Apesar de tudo, não é um instrumento simples e de fácil uso.

O desenvolvimento do processo de ecodesign é baseado nas orientações da ISO 14062: 2002, onde se explicita que a missão deste processo de design é transformar requisitos em

propriedades particulares e especificações do produto. Assim, deve não só potenciar transformações, mas também indicar claramente os requisitos e métodos a incorporar no processo, assim como recolher informação sobre os mesmos (Lewandowska e Kurczewski, 2010). O processo de ecodesign sugerido pela ISO 14062:2002 é o seguinte:

1. Planeamento
2. Design conceptual
3. Design detalhado
4. Testes/protótipos
5. Produção/lançamento no mercado
6. Revisão do produto

Jeong e Lee (2009) corroboram esta metodologia, mas de uma forma mais resumida, definindo três tarefas principais no processo: identificação das tarefas de ecodesign; avaliação das opções de melhoria do design; e avaliação do produto. Lewandowska e Kurczewski (2010) apreciam este processo ainda de outro prisma, referindo que o ecodesign deverá proceder a uma análise de determinadas fases do ciclo de vida e respectivas correlações a ocorrer entre elas; a uma análise ao custo e benefício em relação a aspectos ambientais, sociais e económicos; e a uma avaliação das partes interessadas e dos seus requisitos.

Os requisitos que aqui se referem são identificados e formulados em várias fases do ciclo de vida, tendo por base não apenas aspectos ambientais ou aspectos económicos, mas também indicações e solicitações de partes interessadas, incluindo especificações técnicas relacionadas com funcionalidade, ergonomia ou segurança (Lewandowska e Kurczewski, 2010). Para Lewandowska e Kurczewski (2010), o resultado da aplicação do ecodesign é a selecção do design que melhor preenche os requisitos assumidos, representando uma solução combinada de vários desses requisitos que muitas vezes são contraditórios. Estes autores notam que a formulação destes requisitos não é uma tarefa fácil, uma vez que o processo engloba três variáveis indissociáveis: ambiente, sociedade e economia.

Um dos pontos importantes neste processo é também a identificação de partes interessadas relevantes e que contribuam com inputs pertinentes. Lewandowska e Kurczewski (2010) afirmam que em cada um desses actores deve ser identificado pelo menos um dos seguintes critérios:

- Influência nas quantidades vendidas e na geração de lucro do produto analisado/desenhado.

- Relacionamento (actual ou potencial) com a concretização de alguma das fases do ciclo de vida do produto (de fases conceptuais à deposição final).
- Influência na formação de efeitos ambientais do produto desenhado.
- Sentir os benefícios ou aspectos negativos do design, directa ou indirectamente.

Jeong e Lee (2009) e Lewandowska e Kurczewski (2010) estão em uníssono ao garantir que o ecodesign requer respostas relativamente rápidas, claras e transparentes. No entanto, a sua vasta abrangência baseada em vários critérios dificilmente lhe permite integrar todos os requisitos originalmente definidos em apenas uma abordagem (Lewandowska e Kurczewski, 2010), abrindo possibilidades de falhas de comunicação entre diversos departamentos de uma mesma organização. Nesse sentido, é perceptível a razão porque todos estes autores defendem que o processo de ecodesign deve ter como base indicadores simples, de fácil utilização, que representem aspectos específicos de um produto. Jeong e Lee (2009) entendem que as falhas de comunicação entre o designer do produto e o staff de avaliação da performance ambiental podem ser eliminadas usando uma mesma linguagem entre os dois grupos e sugerem que o dinheiro, ou seja, a quantificação económica, é a melhor solução.

A génese do processo está geralmente associada a um objecto de referência, que representa um nível básico de tecnologia (estrutura técnica, funcional, qualitativa, ergonómica, custo, social, ambiental, etc.) que depois será aperfeiçoado através das técnicas de ecodesign (Lewandowska e Kurczewski, 2010). Daqui podem emergir, naturalmente, duas situações potenciais: 1) o design de um produto completamente novo, que preencha os requisitos e que ultrapasse as lacunas do produto a substituir; e 2) melhoria de um produto existente, verificando-se que pequenas modificações ou adaptações são suficientes para responder perante as exigências identificadas.

O objecto de referência deve ser bem caracterizado e definido. Em primeiro lugar, devem ser conhecidas as suas características através dos seguintes elementos: nível tecnológico que o produto representa; aspectos estruturais (tipo de elementos, tipo de materiais e peso); e os aspectos de utilização (durabilidade, funcionalidade, ergonomia, consumo de energia e potenciais comportamentos errados dos utilizadores) (Lewandowska e Kurczewski, 2010), de modo a que o processo de ecodesign responda efectivamente ao que lhe é solicitado. Em termos concretos, relativamente ao objecto de referência deve-se proceder à obtenção da seguinte informação (de referência quantitativamente):

- Qual é o efeito no ambiente gerado ao longo do ciclo de vida do objecto de referência.

- Qual é o efeito no ambiente gerado por fases específicas e qual delas contribuem mais para a degradação ambiental (produção, transporte, utilização e deposição).
- Que problemas ambientais são potencialmente causados pelo objecto de referência ao longo do seu ciclo de vida (mudanças climáticas, deterioração da camada de ozono, esgotamento dos combustíveis fósseis ou eutrofização).
- Que elementos são principalmente responsáveis pela criação de efeitos ambientalmente negativos (processos, materiais, elementos estruturais, emissões, etc.).

Assim, facilmente se constata que o ecodesign tem como objectivo identificar a diferença entre o que existe e o que devia existir, de acordo com os requisitos das partes interessadas e recomendações formuladas em virtude da análise do objecto de referência (Lewandowska e Kurczewski, 2010). Este processo garantirá a apresentação de informação explícita relativamente aos efeitos no ambiente e às suas causas, assim como o que há a alterar, em termos de design, no produto. Jeong e Lee (2009) notam ainda, de um ponto de vista de gestão estratégica, que um dos objectivos deste processo é identificar pontos fracos ambientais e económicos no produto, através da quantificação de custos internos e externos, procurando introduzir-lhe modificações que melhorem a sua performance de uma forma satisfatória o suficiente que viabilize a produção do produto alterado ou de um novo produto.

Na verdade, a melhoria da performance dos produtos, através da resposta aos requisitos definidos no processo de ecodesign, vai permitir cumprir requisitos de eco-rótulos, garantindo uma vantagem competitiva ao produto e a satisfação dos consumidores (Lewandowska e Kurczewski, 2010).

III. CARACTERIZAÇÃO GERAL DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES

3.1. Enquadramento Institucional e Geopolítico

O arquipélago dos Açores situa-se em pleno Oceano Atlântico e é constituído por nove pequenas ilhas, relativamente distantes entre si, ao longo de um eixo de, aproximadamente, 600 km e que representam uma área de 2 322 km². Esta configuração confere-lhe um posicionamento geoestratégico de proporções ainda não totalmente exploradas, mas que tem visto o seu potencial reconhecido ao longo da história. À dispersão geográfica corresponde semelhante dispersão populacional, o que acarreta custos e fragilidades estruturais difíceis de contornar que afectam duas dimensões essenciais, a social e a económica.

Em termos sociais, há a obrigatoriedade de respeito contínuo e sustentado da equidade social que garanta as mesmas condições, apoios e acessos nas diferentes ilhas. Essa acção é essencial para que o *gap* de desenvolvimento, devido às dimensões e/ou às carências específicas de cada ilha, não se acentue entre elas. Para além disso, a acção das entidades públicas assume um peso muito particular, garantindo o planeamento, construção, desenvolvimento, manutenção e funcionamento de equipamentos colectivos onde se alicerçam as bases da sociedade moderna – por exemplo, a produção e distribuição de energia eléctrica – e onde se procuram cimentar modelos de desenvolvimento que favoreçam a convergência das diferentes realidades do arquipélago.

A nível económico, a dispersão geográfica e populacional confere vários desafios que resultam em debilidades competitivas, designadamente a fragmentação do mercado regional, que dificulta economias de escala e a consolidação de grandes empresas; a dispersão dos recursos, implicando um aumento dos custos de transacção e de logística; e a clivagem do tecido produtivo, das instituições e das redes de infra-estruturas, incluindo os equipamentos de base, como redes rodoviárias, portos e aeroportos (os Açores possuem 9 dos 14 aeroportos nacionais). Este enquadramento origina, na maioria das vezes, uma multiplicação de investimentos e custos operacionais, tanto a nível público como a nível privado, para além de um necessário reforço da sua gestão aprimorada que lhe permita elevados níveis de eficiência.

Neste contexto, é notório que a coesão social pauta e continuará a pautar o modelo de desenvolvimento da Região Autónoma dos Açores, exigindo que se empregue um recorrente esforço de equilíbrio entre o fortalecimento económico e a sustentação social. Poder-se-á facilmente constatar que esse esforço será tanto mais sucedido quanto mais célere e consistente

for a identificação de factores críticos de sucesso e do seu desenvolvimento com vista à consolidação de vantagens competitivas, nomeadamente nos mercados internacionais.

Neste particular, a Região Autónoma dos Açores está classificada como sendo uma das Regiões Ultraperiféricas da União Europeia, conforme estabelecido no número 2 do artigo 299.º do Tratado da União Europeia, integrando um grupo de sete parceiros político-institucionais, em conjunto com Madeira (território português), Canárias (território espanhol), Guadalupe, Guiana Francesa, Martinica e Reunião (território francês). A ultra periferia destas regiões resulta do distanciamento geográfico da Europa Continental, com a agravante de cada uma delas estar também muito distante das outras. No entanto, dado o seu posicionamento, assumem uma relevância geoestratégica ímpar, nomeadamente no que concerne às relações e trocas internacionais. No caso particular dos Açores, as relações com a América do Norte – Estados Unidos da América e Canadá – e com a América do Sul – Brasil – são as mais privilegiadas, havendo já um histórico de migrações e ligações sociopolíticas.

Estas especificidades dos Açores acabam por conferir à Região um papel bastante importante a nível nacional, comunitário e até intercontinental. Em termos nacionais, os Açores representam uma oferta diferenciada no sector turístico e aumentam sobremaneira a área de influência de Portugal devido às condições únicas que derivam da Zona Económica Exclusiva. A nível comunitário, as condições de ultraperiferia e de dispersão conferem à Região diversos argumentos relevantes nas definições da Política da Coesão e da Política Marítima. Finalmente, a nível intercontinental, a posição geográfica assume uma importância peculiar, nomeadamente no relacionamento com os países da Organização do Tratado do Atlântico Norte (OTAN ou NATO), com especial destaque para as relações com os Estados Unidos da América, que ainda hoje possuem uma base aérea militar na ilha Terceira.

A componente marítima é um factor a ressaltar, pois os Açores apresentam condições únicas com imenso potencial, desde logo espelhadas, como já foi referido, pela Zona Económica Exclusiva e pela extensão do seu território. Contudo, não se poderá esquecer que as virtualidades desta situação não se esgotam aí, sendo certo que o futuro económico de Portugal e, em específico, dos Açores está directamente ligado ao aproveitamento dos recursos marítimos que têm à sua disposição. Neste campo, a investigação científica, as pescas, a logística e o turismo marítimo afiguram-se como sectores onde deverá haver a natural preocupação de promoção de um desenvolvimento sustentável, promovendo-se claramente uma economia do mar.

Após uma industrialização tardia derivada de um modelo de desenvolvimento focado apenas na exportação de bens resultantes de recursos naturais (desde o trigo ao álcool),

presentemente a Região Autónoma dos Açores apresenta indicadores de convergência com a realidade nacional e comunitária. Para isso muito tem contribuído o desenvolvimento do turismo e o estabelecimento de parcerias público-privadas que têm dotado a Região de mais e melhores argumentos para a sedução dos turistas nacionais e estrangeiros.

3.2. População

A implantação dos Açores em pleno Oceano Atlântico, longe dos continentes, influenciou sempre a população das ilhas, representando actualmente 2,3% da população nacional. Ainda assim, a estrutura etária regional é mais jovem do que a nacional, configurando potencial de crescimento e desenvolvimento (Tabela 5).

Tabela 5 - População Residente por Local e Grupo Etário, 2009 (Fonte: INE, 2010).

2009								
	Portugal		Continente		R.A. Açores		R.A. Madeira	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Total	10 637 713	100	10 144 940	100,0	245 374	100	247 399	100
0 - 14 anos	1 616 617	15,2	1 528 075	15,1	45 427	18,5	43 115	17,4
15 - 24 anos	1 181 435	11,1	1 111 700	11,0	36 184	14,7	33 551	13,6
25 - 64 anos	5 938 508	55,8	5 666 838	55,9	133 068	54,2	138 602	56,0
≥ 65 anos	1 901 153	17,9	1 838 327	18,1	30 695	12,5	32 131	13,0

A flutuação da população residente, para além daquela influência geográfica, tem estado intimamente associada à dinâmica dos ciclos de exportação, desde a sua descoberta e colonização, no século XV. Neste contexto, distinguem-se facilmente cinco épocas com ciclos económicos extremamente importantes para o desenvolvimento da Região. Estes compreendem a exportação do trigo para as fortalezas no Norte de África, no século XVI; das plantas tintureiras para a Flandres; da laranja para Inglaterra e Alemanha, no século XIX; do álcool, principalmente para o continente português, na primeira metade do século XX; e, mais recentemente, a partir dos anos 60, do leite e dos seus derivados.

No final da década de 50, a Região registou um forte movimento emigratório, nomeadamente para os Estados Unidos da América e Canadá, o que influenciou significativamente os números da população residente. No entanto, esses números estabilizaram

e têm registado um progressivo aumento, contanto também com o factor migratório proveniente do continente português, do Brasil e do Leste da Europa.

Tabela 6 - Evolução da População Média nos Açores (Fonte: SREA e INE, 2010).

Ano	1990	2004	2009
População	238 210	241 202	245 374

A estimativa da população média nos Açores em 2009 é de 245 374 (Tabela 6), segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística, face aos 238 210 em 1990, o que indica um aumento sensivelmente superior a 3%.

Tabela 7 - Estimativa da População Residente por ilhas (Fonte: SREA, 2010).

Ilha	2008	%
Santa Maria	5 574	2,3
São Miguel	133 816	54,7
Terceira	55 923	22,8
Graciosa	4 910	2,0
São Jorge	9 473	3,9
Pico	14 850	6,1
Faial	15 629	6,4
Flores	4 117	1,7
Corvo	488	0,2
Total	244 780	100,0

Analisando os dados de 2008 relativamente à população residente por ilha (Tabela 7), constata-se que São Miguel é destacadamente a ilha com maior população (mais de metade), em resultado da sua maior dimensão e desenvolvimento. Não obstante, a ilha Terceira é igualmente bastante representativa, sendo que entre estas duas ilhas se contabiliza mais de três quartos (77,5%) da população residente na Região.

Em linha com o aumento da população residente, o saldo natural (Tabela 8) tem sido positivo e crescente. De todo o modo, essa situação está sobretudo relacionada com o saldo natural micaelense, uma vez que várias ilhas mais pequenas, designadamente Graciosa, São Jorge, Pico, Faial, Flores e Corvo, têm registado saldos negativos, apesar de alguma discriminação positiva de que têm sido alvo ao nível de políticas governamentais.

Tabela 8 - Saldo Natural entre 1990 e 2008 (Fonte: SREA, 2010).

Ilha	SN 1990-2008
Santa Maria	162
São Miguel	16 021
Terceira	1 354
Graciosa	- 683
São Jorge	- 599
Pico	-1 420
Faial	- 278
Flores	- 451
Corvo	- 55
Total	14 051

3.3. Actividade Económica

A economia açoriana tem registado um desenvolvimento significativo nas últimas duas décadas, conferindo-lhe uma necessidade progressiva de adaptação a novos paradigmas internacionais e de convergência face à realidade portuguesa e comunitária. A sua evolução tem sido notável e tem permitido um processo de consolidação, quer ao nível da criação de riqueza, quer ao nível da criação e manutenção de postos de trabalho, aproximando-se da média do PIB *per capita* nacional e do pleno emprego.

O tecido produtivo regional é constituído quase na totalidade por micro e pequenas empresas (mais de 95%) que, segundo o IAPMEI, apresentaram em 2008 claramente maior dinamismo que as grandes empresas ao nível das unidades empresariais e da criação de emprego. O número de empresas em 2007 nos Açores era de 19 434, empregando, em média, 3,29 trabalhadores e atingindo um volume de negócios médio de 255 207 euros (Tabela 9). Na generalidade, o nível de qualificação dos recursos humanos é baixo, mas tem apresentado uma tendência de maior valorização.

Tabela 9 - Volume de Negócios das Empresas nos Açores (INE, 2010).

	2007	2008
Volume de Negócios	4 959 686 207 €	5 258 111 953 €

O investimento público e privado que se tem registado desde o final da década de 90 tem proporcionado uma qualidade crescente das infra-estruturas fundamentais, como os meios de

comunicação, incluindo rodovias, portos e aeroportos. Há aqui uma clara intenção de minimizar os efeitos da distância e da fragmentação do mercado que, aliada à estabilidade política e económica, tem propiciado o impulso da economia regional.

Para além disso, a Região Autónoma dos Açores ostenta um regime fiscal privilegiado, com taxas mais baixas relativamente ao enquadramento nacional. Esta situação deriva das condições da insularidade e da dispersão geográfica, acabando por tentar conferir condições vantajosas no investimento nas ilhas, conforme descrito no Guia do Investidor (DRACE, 2008).

Não obstante, a economia da Região é extremamente dependente de um conjunto limitado de recursos e produtos, sendo a produção e exportação de leite, de lacticínios, de carne bovina e de conservas os principais destaques. De todo o modo, os bens transaccionáveis ainda apresentam um reduzido valor acrescentado, dificultando a aposta na diversidade e originalidade dos produtos. Ainda assim, a qualidade dos produtos associados aos Açores tem sido reconhecida e cada vez mais se apresenta como um factor crítico de sucesso nos mercados internacionais.

O sector primário tem vindo continuamente a perder peso nas contas regionais, onde ainda são o gado bovino e a produção do leite e derivados as principais actividades. Para além destes, a pesca representa também uma importante actividade, beneficiando da extensão da Zona Económica Exclusiva e assimilando grande potencial a vários níveis, como a aquacultura e a exportação de enlatados.

A indústria é um sector com reduzida actividade nos Açores, estando muito concentrada nos sectores alimentar, de bebidas e do tabaco. Para além disso, o sector secundário ainda agrega a construção civil que, após vários anos em constante crescimento e diversificação, sofre presentemente uma reestruturação do tecido empresarial induzida pela crise económico-financeira que se faz sentir desde finais de 2007. Há ainda que referir a produção de energia eléctrica, nomeadamente através do aproveitamento de recursos endógenos naturais, como a geotermia.

O sector terciário é o que apresenta um maior dinamismo e potencial de crescimento, sendo o grande responsável pelo actual estado de desenvolvimento do arquipélago, originando mais de 70% da riqueza criada (Tabela 10). A crescente expansão e especialização do turismo têm contribuído muito para esta situação, a par do comércio e restauração. O turismo é, de facto, um sector que tem merecido particular atenção e tem sido privilegiado nas políticas de investimento, uma vez que se apresenta como estratégico para as políticas governamentais.

Tabela 10 - Valor acrescentado bruto por actividade económica, 2007 (Fonte: SREA, 2009).

Sector	VAB (10 ⁶ Euros)
Agricultura, caça e silvicultura; pesca e aquicultura	318
Indústria, incluindo energia e construção	487
Actividades de serviços	2 060
Total	2 866

Neste contexto, tem-se promovido, através de políticas públicas, a diversificação e o incentivo à exploração de novos sectores de actividade com grande potencial de crescimento. Novamente, os serviços surgem como fundamentais, aliados à investigação científica – que se pretende ao nível da medicina, da biologia marinha, da exploração espacial, das novas tecnologias de informação e comunicação e do planeamento ambiental – e à modernização e qualificação do tecido produtivo, garantindo mais e melhor oferta a vários níveis, desde a saúde, ao ensino e ao apoio a idosos. Todavia, a indústria também tem o seu espaço, nomeadamente ao nível da valorização de resíduos, da produção de biocombustíveis e do aproveitamento de energias renováveis. Há ainda a aposta no sector primário, na procura de reforçar a sua rendibilidade, designadamente através do aumento do valor acrescentado bruto, que se prende sobretudo com a valorização da pesca e do reforço das explorações florestais e de floricultura.

3.3.1. Produto Interno Bruto

O Produto Interno Bruto (PIB) é o indicador mais comumente utilizado para comparações de riqueza e actividade económica, representando o valor de todos os bens e serviços produzidos num determinado período.

Na década de 90 do século XX, o PIB per capita açoriano registou uma franca evolução, aumentando praticamente 35% entre 1995 e 1999. Se aumentarmos o horizonte temporal, constata-se que esta evolução tem realmente sido notória, havendo quase uma duplicação do valor do PIB *per capita* em apenas dez anos (de 1995 a 2005) (Figura 4).

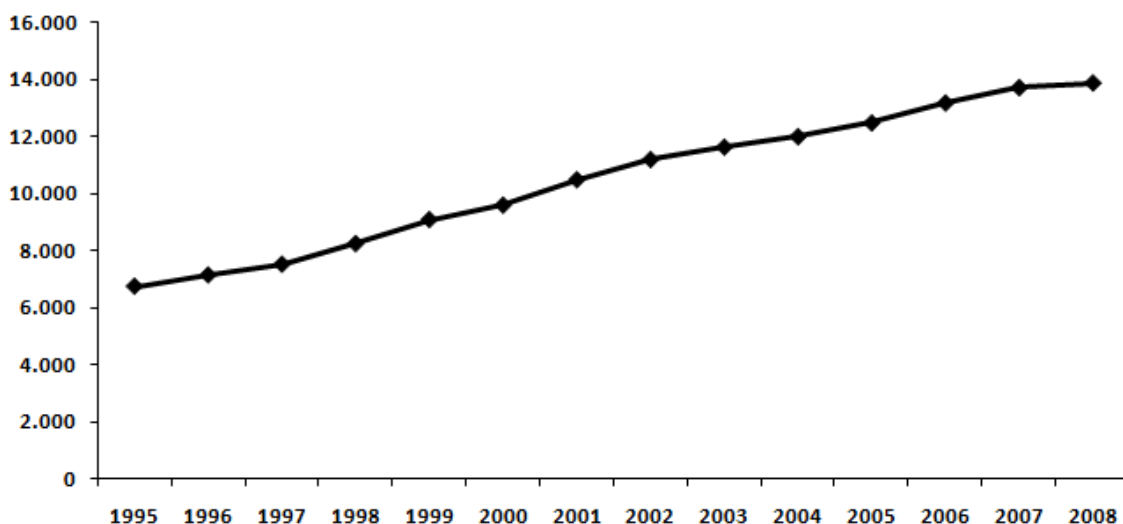


Figura 4 - Evolução do PIB per capita nos Açores (Euros) (Fonte: SREA, 2009).

O PIB dos Açores, em 2008, apresentou um valor de 3 395 milhões de euros, o que corresponde a um PIB *per capita* de 89% face à média nacional, não deixando de ser assinalável, dadas as suas características geográficas e demográficas. É de referir que este significativo desenvolvimento espelha o crescimento da economia regional e o seu processo de consolidação, uma vez que passou de 80% da média nacional em 2000 para 89% em 2008, com uma taxa de crescimento média de 5,2% neste período (Tabela 11).

Tabela 11 - Produto Interno Bruto 2000-2008 (Fonte: SREA, 2009).

	Ano	PIB (10 ⁶ Euros)	PIB pc (Euros)	PIB pc (PT=100)	PIB pc (UE 27=100)	PIB taxa crescimento
Continente	2000	116 435	11 944	100	78	6,7
	2001	123 242	12 556	100	78	5,8
	2002	128 603	13 004	100	77	4,4
	2003	131 640	13 217	100	76	2,4
	2004	136 921	13 668	100	74	4,0
	2005	141 575	14 069	100	75	3,4
	2006	147460	14 606	99	76	4,2
	2007	154 713	15 290	99	75	5,0
	2008	157 919	15 588	99	75	-
R.A. Açores	2000	2 274	9 590	80	63	5,5
	2001	2 488	10 484	84	65	9,4
	2002	2 666	11 195	86	66	7,2
	2003	2 785	11 632	88	67	4,4
	2004	2 887	11 999	87	65	3,7
	2005	3 018	12 483	88	67	4,5
	2006	3 199	13 185	90	69	6,0
	2007	3 343	13 727	89	68	4,5
	2008	3 395	13 890	89	67	1,6
R.A. Madeira	2000	3 242	13 503	113	88	19,4
	2001	3 227	13 444	107	83	-0,5
	2002	3 884	16 128	123	95	20,3
	2003	3 887	16 053	121	93	0,1
	2004	4 156	17 056	124	93	6,9
	2005	4 348	17 766	126	95	4,6
	2006	4 609	18 774	128	98	6,0
	2007	4 817	19 562	127	96	4,5
	2008	4 941	20 011	128	97	2,6
Portugal	2000	122 270	11 957	100	78	7,1
	2001	129 308	12 563	100	78	5,8
	2002	135 434	13 062	100	77	4,7
	2003	138 582	13 273	100	77	2,3
	2004	144 128	13 724	100	75	4,0
	2005	149 123	14 136	100	75	3,5
	2006	155 446	14 686	100	76	4,2
	2007	163 051	-	100	76	4,9
	2008	166 437	-	100	76	2,1

3.3.2. Emprego

A falta de competitividade da indústria e o crescente aumento da qualificação da mão-de-obra, com a natural migração para outros sectores de actividade, têm resultado na redução do emprego nas indústrias extractivas e transformadoras e, maioritariamente, na agricultura, onde as explorações são cada vez mais assumidas por indivíduos ou famílias de camadas etárias

envelhecidas e com baixa instrução (UE, 2004). Dada a reduzida actividade industrial no arquipélago e à sua contínua perda de atractividade, o sector terciário tem-se revelado como o principal gerador de emprego.

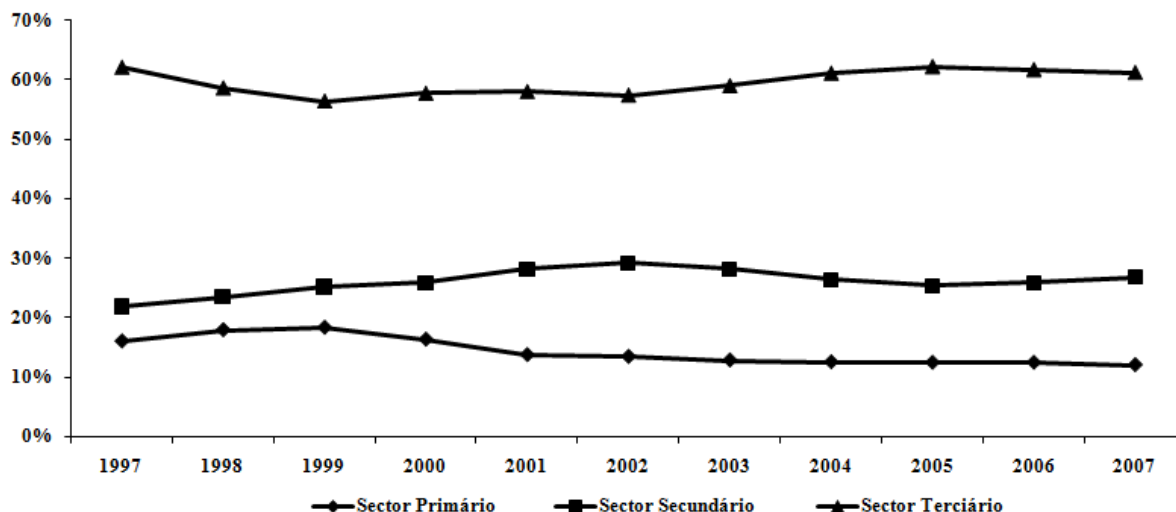


Figura 5 - Distribuição do Emprego (%) por Sector de Actividade (Fonte: SREA, 2009).

O turismo, o comércio e a restauração têm registado um importante desenvolvimento nos últimos anos, comportando ainda capacidade de expansão. Naturalmente que esta situação não será alheia ao rumo estratégico definido pelas instâncias governamentais na aposta de um modelo de desenvolvimento aliado à oferta turística. Dado este enquadramento, é expectável que continue a haver capacidade de absorção de mão-de-obra neste sector, contribuindo ainda mais para o peso do sector terciário no indicador de empregabilidade, situação natural em economias em processo de desenvolvimento (GRA, 2009).

Sensivelmente 60% do emprego regional está localizado no sector terciário, onde a educação, a saúde e as actividades informáticas de investigação e desenvolvimento – áreas que apresentam um grande potencial ao nível do investimento privado – também contribuem com uma quota-parte relevante, conjuntamente com a administração pública.

A taxa de actividade verificada nos Açores é semelhante à nacional, mas ainda inferior sobretudo devido à baixa participação das mulheres no mercado de trabalho (Tabela 12). Esta situação, directamente relacionada com a identidade cultural das ilhas, nomeadamente dos meios mais pequenos, tem conhecido uma evolução, sendo a mulher cada vez mais uma força patente no mercado. O aumento da escolaridade, a diversificação do emprego, a expansão dos serviços e o custo de oportunidade associado à não integração no mercado de trabalho induziram esta

evolução e exigem cada vez maior participação, o que a médio prazo se reflectirá na taxa de actividade regional.

Tabela 12 - População Activa e Taxa de Actividade (%) (Fonte: SREA, 2010).

	1992	2000	2009
População Activa			
Total	92 803	99 008	120 290
Homens	61 524	64 559	71 209
Mulheres	31 279	34 450	49 081
Taxa de Actividade (%)			
Total	39,4	41,8	49,1
Homens	54,2	55,2	58,5
Mulheres	25,6	28,7	39,7

Apesar de no início dos anos 90 uma forte recessão económica ter abalado os níveis de emprego, chegando mesmo a atingir-se uma taxa de desemprego muito próxima de 8% em 1995, este indicador nos Açores tem-se mantido próximo do pleno emprego. Todavia, recentemente, em resultado da crise económica e financeira mundial que inevitavelmente afectou a economia açoriana, a taxa de desemprego tem aumentado (Figura 6) e apresentava um valor de 6,2% no segundo trimestre de 2010.

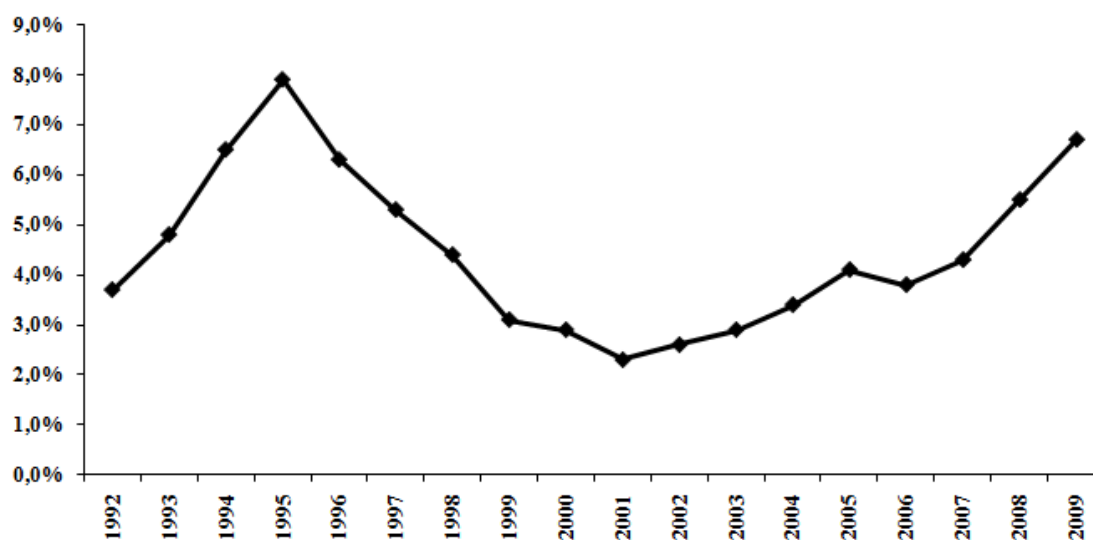


Figura 6 - Taxa de Desemprego na RAA, entre 1992 e 2007 (Fonte: SREA, 2010).

3.3.3. Agricultura e Pescas

Uma grande parte do território da Região Autónoma dos Açores é considerada zona de exploração agro-florestal, sendo que isso se repercute em actividades de exploração agrícola. Segundo dados do PROTA (2008), 65% do solo é utilizado neste tipo de actividade, enquanto 29% é de uso florestal. Em 2008, a Superfície Agrícola Útil (SAU) ascendia a 112 054 hectares, significando a existência de 13 149 explorações, com uma média de 8,5 hectares por exploração, segundo dados do Instituto Nacional de Estatística (2010).

Tabela 13 - Produção das Principais Culturas Agrícolas (toneladas) (Fonte: INE, 2010).

Cultura	Produção	
	2008	2009
Cereais	1 380	1 348
Leguminosas secas	200	200
Batata	19 750	14 561
Beterraba	11 618	6 612
Culturas para Indústria	118	96
Frutos frescos excepto citrinos	1 236	1 236
Citrinos	6 279	6 279
Frutos secos	281	281
Vinha	1 314	1 855
Total	42 176	32 468

As principais culturas agrícolas nos Açores são a batata e a beterraba, sendo que esta última se tem vindo a industrializar continuamente e está inserida no ciclo de produção de açúcar. Para além destas duas culturas, há ainda a cultura do milho-forragem, que é utilizado para alimentação do gado. Em 2008, foram produzidas 13 649 toneladas, substancialmente menos do que em 2007, quando a produção foi de 144 772 toneladas. A produção de vinha em 2008 expressa no quadro equivale a uma produção de 23 631 hectolitros (INE, 2009 e SREA, 2009).

O gado bovino representa uma das maiores fontes de riqueza da economia açoriana. A produção de carne de vaca é substancialmente maior do que qualquer das outras produções de carne, favorecendo também a sua exportação. A qualidade da carne associada a métodos de produção menos intensivos tem conquistado segmentos de mercado fora da Região e, em 2008, o efectivo situava-se acima das 242 mil cabeças. Esta dimensão não está apenas associada à

criação para abate (em 2008 registou-se um valor de 10 448 toneladas de carne nos matadouros), mas também à produção leiteira.

A produção de leite nos Açores está condicionada à quota leiteira imposta pelas políticas comunitárias, nomeadamente a Política Agrícola Comum (PAC), situando-se, presentemente, em 500 mil litros anuais. Essa quota é facilmente satisfeita pela capacidade produtiva instalada, sendo que em 2008 a produção foi mesmo ultrapassada em mais de 15 mil litros. O leite e os seus derivados, nomeadamente o queijo e a manteiga, têm representado valores importantes nas exportações regionais, granjeando um posicionamento diferenciador no mercado nacional e internacional.

A Zona Económica Exclusiva dos Açores tem mais de 984 300 km², representando um potencial de pesca com uma dimensão assinalável, apesar da abertura parcial a embarcações de pesca de outros Estados Membros da União Europeia. Todavia, a ausência de plataforma continental e as características do peixe com maior apetência comercial, acabam também por limitar as possibilidades de pesca.

A frota pesqueira regional contava em 2008 com 765 embarcações registadas, sendo a sua grande maioria embarcações com motor. A este número correspondiam 2 542 pescadores matriculados, cerca de 21% da mão-de-obra pesqueira nacional. Os tunídeos são as principais espécies-alvo da pesca açoriana, representando praticamente 50% do pescado regional, com 5 175 toneladas em 2008, e conferindo ainda capacidade de exportação.

Segundo dados da Lotaçor – Serviço de Lotas dos Açores, S.A., o total de pescado comercializado a nível regional em 2007 atingia as 6 980 toneladas a um preço médio de 4,74€ ou seja, um valor global de 33 068 501,39€ Em lota, a espécie mais vendida era o chicharro, a um preço médio de 1,59€/Kg, seguida por espécies como o goraz, o peixão e o carapau, sendo que estas espécies apresentavam um preço médio de 9,74€/Kg, o mais elevado do pescado transaccionado nas lotas dos Açores.

3.3.4. Indústria

A indústria nos Açores é relativamente pouco desenvolvida, estando principalmente relacionada com a transformação de lacticínios e com a construção civil, tanto na produção de cimento como na construção propriamente dita. Há várias razões para essa situação, iniciando-se desde logo com as características geográficas da Região e com os modelos de desenvolvimentos adoptados ao longo dos anos, particularmente concentrados na exportação de recursos naturais.

A dispersão geográfica dificulta a capacidade de estabelecimento de economias de escala, uma técnica de gestão fundamental para a competitividade de qualquer indústria. A fragmentação do mercado e os elevados custos de transporte desde os mercados abastecedores até às ilhas e mesmo inter-ilhas são as principais causas, dificultando a aquisição de matérias-primas, o processo negocial com fornecedores e a apresentação de preços competitivos ao mercado.

Com vista à diversificação da indústria regional, têm sido definidos sectores estratégicos que representam apostas de futuro e que se relacionam directamente com o ambiente. A gestão de resíduos é considerada fundamental, nomeadamente através da sua valorização e do apoio à restante indústria. O aproveitamento e racionalização de recursos, como a água e o seu potencial comercial, têm sido recorrentemente apontados pelas instâncias governativas e de fomento ao investimento, como a APIA – Agência para a Promoção do Investimento dos Açores, como exemplos de negócios capazes de estimular este sector.

Em linha com o rumo nacional, a exploração de fontes renováveis de energia afigura-se, há muito, com forte capacidade de desenvolvimento a nível regional, tal como já demonstrado com a energia geotérmica, sendo que neste campo a energia eólica e a energia proveniente das marés ou das ondas representa um grande potencial. Dados da Electricidade dos Açores, S.A. mostram que 26,5% da energia produzida entre Setembro de 2009 e Agosto de 2010 foi proveniente de fontes de energia renováveis: 19% de geotermia, 4% de eólica e 3,5% de hídrica (EDA, 2010).

3.3.5. Comércio

O comércio é um dos responsáveis pela expansão, já aqui referida, do sector terciário, quer na sua contribuição para o aumento da riqueza regional, quer para a criação de emprego. Tanto ao nível dos bens transaccionáveis, como dos serviços, o comércio tem registado um aumento progressivo da qualidade e quantidade das operações, na mesma medida em que os custos de aquisição e de operação se têm tornado mais competitivos.

No entanto, apesar deste crescimento, a diversificação das actividades ainda não é a ideal, concentrando-se principalmente nas actividades do comércio por grosso e a retalho de produtos alimentares, bebidas, tabaco e vestuário.

Tabela 14 - Número de Empresas do Sector Terciário nos Açores, em 2007 (Fonte: INE, 2009).

Actividade Económica	2007
Comércio por grosso e a retalho; reparação de veículos automóveis, motociclos e de bens de uso pessoal e doméstico	4 651
Alojamento e restauração (restaurantes e similares)	1 501
Restaurantes	466
Estabelecimentos de bebidas	726
Cantinas e fornecimento de refeições ao domicílio	25
Transportes, armazenagem e comunicações	763
Actividades imobiliárias, alugueres e serviços prestados às empresas	3 229
Educação	1 146
Saúde e acção social	1 188
Outras actividades de serviços colectivos, sociais e pessoais	1 638
Total	15 333

A modernização dos processos de criação, transformação e comercialização dos produtos do domínio da agricultura e das pescas tem potenciado o aumento de competitividade das empresas a operar no sector de revenda e restauração, alargando-se depois, no processo dinâmico característico da economia, a outras empresas de serviços.

Para além da modernização do tecido empresarial e dos seus processos, a qualificação dos recursos humanos tem-se afirmado como um factor fundamental para a melhoria da qualidade dos serviços. A formação profissional dos agentes económicos, que comporta desde quadros superiores a empregados operacionais, tem capacitado as empresas de elementos capazes de aplicar conhecimentos técnicos importantes para a prossecução dos objectivos internos e para a consequente projecção das unidades produtivas. Apesar de grande parte da mão-de-obra regional ainda apresentar uma baixa qualificação, cada vez mais surgem elementos com uma qualificação superior, incluindo licenciados, mestrados ou mesmo doutorados. Para além disso, a consolidação das escolas profissionais permitiu a inserção no mercado de trabalho de mão-de-obra muito qualificada para trabalhos técnicos, suprimindo uma carência patente na economia açoriana e abrangendo vários domínios, desde o apoio a empresas à prestação de serviços especializados nos domínios tecnológicos.

As medidas de apoio ao empreendedorismo e a criação de sistemas de incentivo ao investimento específicos para determinadas áreas estratégicas do desenvolvimento regional têm também contribuído substancialmente para a dinâmica do comércio. Estes programas de estímulo à iniciativa privada têm sido criados tendo em conta vários aspectos já abordados, como

a modernização de processos, o aumento da qualificação de recursos humanos e a valorização dos produtos regionais. É de ressaltar que há sistemas de incentivos específicos para jovens (Empreende Jovem), para indivíduos em difícil situação social (Microcrédito), para empresas de cariz inovador (FINICIA Açores), para o desenvolvimento local (SIDL), para a qualidade (SIDQI), para o desenvolvimento estratégico (SIDE), para o desenvolvimento do turismo (SIDT), para projectos de interesse regional (PIR) e para projectos inseridos em espaço rural (PRORURAL).

O desenvolvimento do comércio está também associado ao desenvolvimento do turismo. A dinâmica criada pelas actividades turísticas, nomeadamente na captação de turistas nacionais e estrangeiros, tem capacitado o comércio de novos clientes que acabam por consumir localmente. Neste contexto, é perceptível que a restauração ainda se mantenha como uma das actividades mais participadas, mas também o comércio tradicional, que foi bastante abalado pelo surgimento de grandes superfícies comerciais, possa encontrar novas oportunidades de negócio (GRA, 2000).

3.3.6. Turismo

O turismo surgiu naturalmente como um dos pilares de desenvolvimento estratégico dos Açores, uma vez que diversos factores convergiram de tal forma que as oportunidades e o potencial patente se tornaram óbvios e facilmente aproveitáveis. Entre estes factores, contabiliza-se o crescimento a nível internacional da actividade turística, a inserção na União Europeia e também as características endógenas das ilhas.

As limitações da exploração do sector primário, especialmente devido às restrições impostas pelas políticas comunitárias, sobretudo no que diz respeito aos limites de crescimento das quotas leiteiras, induziram desde logo uma necessidade de diversificação da base da economia regional. Para além disso, as transferências provenientes do Orçamento de Estado e da União Europeia não configuram perspectivas de crescimento, sendo que neste último caso o alargamento da comunidade acarreta mesmo a possibilidade de diminuição de verbas disponíveis.

Assim, o turismo configurou uma boa solução para a diversificação da economia, na mesma senda do panorama internacional, onde se perspectiva a possibilidade de se tornar a principal actividade económica do mundo. O crescimento do sector desde a década de 60 tem sido bem espelhado em diversos estudos, que revelam igualmente a enorme capacidade de criação de riqueza desta actividade, conforme constata Faias (2006) (*apud Couto et al.*, 2009).

As características naturais do arquipélago reforçaram ainda mais a potencialidade dos Açores a nível turístico. A extensão da Zona Económica Exclusiva aliada à relevância da biodiversidade local possibilitam inúmeras oportunidades no domínio das actividades marítimo-turísticas, como as actividades de *whale watching*, mergulho, pesca desportiva (*big game fishing*), pesca submarina, desportos náuticos (*vela, jet sky, surf e windsurf*) e passeios de barco. Para além disso, as peculiaridades do vulcanismo aumentam o leque de atracções naturais capazes de conferir uma diferenciação no mercado internacional, podendo destacar-se as caldeiras que permitem cozer alimentos, as termas, as caldeiras naturais de água quente favoráveis a banhistas e os próprios elementos paisagistas que conferem uma beleza única a cada ilha. O potencial não se esgota aqui, uma vez que outras actividades de interesse muito relevante se propiciam dadas estas características naturais, como o *bird watching* e o turismo de aventura e desportos radicais.

Estas especificidades, aliadas a uma identidade rural ainda bastante marcada, conferem também excelentes oportunidades para o turismo rural, não só através do alojamento em espaços com condições e decorações tradicionais, mas também através da animação turística aliada à natureza.

Há ainda a considerar um nicho de mercado onde os Açores têm revelado algum mérito, recebendo inclusivamente recomendações internacionais nos mais altos circuitos, o golfe. Já existem infra-estruturas de grande qualidade a este nível, como o Campo de Golfe das Furnas, onde a relação Homem-natureza ganha uma dimensão diferente de qualquer outro circuito internacional.

O clima é outra das características naturais dos Açores que lhe conferem uma boa capacidade de atracção de turistas durante o ano inteiro. As temperaturas médias anuais situam-se invariavelmente nos 18° C, com uma amplitude térmica que oscila entre os 12° C em Janeiro e os 24° C em Agosto (SREA, 2009). Ainda assim, a humidade e precipitação elevadas registadas no arquipélago limitam em certa medida algumas actividades.

Em complemento às condições naturais, os Açores têm um património histórico, arquitectónico e cultural muito rico e capaz de seduzir os turistas estrangeiros. A particularidade de cada ilha ter tradições e identidades culturais diversas confere uma multiplicidade de contactos e novas realidades se tornam aliciantes explorar. O turismo cultural e religioso ganha cada vez mais pujança, capitalizando um património histórico com um potencial imenso, de onde se podem destacar, por exemplo, as festas do Espírito Santo (em todas as ilhas), as festas do

Senhor Santo Cristo dos Milagres (com particular incidência em São Miguel), e as Sanjoaninas (na Terceira).

Dado este contexto, o turismo tem merecido uma focagem de esforços por parte das políticas públicas no sentido de se desenvolver e expandir, o que efectivamente tem vindo a acontecer. Essa realidade tem permitido o aumento do nível de vida da população local e tem configurado uma oportunidade para a incorporação da mulher no mercado de trabalho (aumentando assim a sua taxa de actividade), uma vez que a diversificação dos serviços é uma consequência natural desta dinâmica. Para além disso, a melhoria dos transportes aéreos e marítimos tem também sido uma necessidade correspondida, criando, simultaneamente, melhores condições para a actividade turística.

Em 2008, o Governo Regional dos Açores elaborou um plano sectorial para o turismo, sendo emanado da Assembleia Legislativa Regional o Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, que configurava o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA). Este documento define a estratégia de desenvolvimento sustentável do turismo e o modelo territorial a adoptar, bem como define para cada ilha os produtos turísticos estratégicos e a evolução da oferta turística até 2015. Estas definições estratégicas assentam na agregação de esforços públicos regionais e locais e na orientação dos diversos agentes económicos. Fazendo jus a este plano, as Orientações de Médio Prazo 2009-2012 do Governo Regional dos Açores sustentam a necessidade de capitalização das vantagens competitivas naturais e culturais da Região, na mesma medida em que se promove a sustentabilidade do turismo sem degradação do ambiente, reforçando assim a consolidação qualitativa da imagem dos Açores.

A criação da Associação de Turismo dos Açores – Convention and Visitors Bureau (ATA) perfilou-se com uma peça-chave para o desenrolar do processo de promoção estratégica do turismo no mercado nacional e internacional. Esta associação resultou de uma parceria público-privada e tem-se notabilizado pelo trabalho ao nível do marketing estratégico do destino Açores, contanto, inclusivamente, com uma nomeação para os Prémios *Marketeer* no domínio do turismo.

A operacionalização destas definições estratégicas passa, também, pela qualificação da oferta e ampliação da procura, garantindo níveis de competitividade que permitam ombrear com o aumento da oferta a nível internacional. A melhoria dos produtos e serviços ao dispor dos visitantes é um elemento fundamental, dependendo também da formação dos agentes intervenientes e da qualidade e quantidade da informação turística disponível.

Neste sentido, a diversificação da procura pretendida passa pela exploração de novos mercados, e mais concretamente de nichos específicos (como turismo cultural, golfe ou turismo de natureza), ao mesmo tempo que se empregam estratégias de marketing turístico agressivas e adequadas à sua realidade. Nos últimos anos, a aposta na promoção do destino Açores e nas suas qualidades intrínsecas tem sido notório, com frases fortes e imagens sugestivas que procuram atingir alvos perfeitamente identificados e aumentar a atractividade da Região. “Açores, ilhas de Natureza Mágica” ou, mais recentemente, “Pronto para o melhor tempo da sua vida”, são mensagens que estão perfeitamente enquadradas no planeamento estratégico atrás definido.

Do mesmo modo que se promove a diversificação da procura, também é fundamental garantir uma oferta adequada e que sustente essa procura. Assim, a melhoria e o aumento da capacidade de alojamento são fundamentais, constatando-se que entre 2002 e 2008 a oferta aumentou mais de 60%, com o surgimento de novas unidades e a remodelação de outras menos recentes (Tabela 15).

Tabela 15 - Capacidade de alojamento (número de hóspedes) nos Açores (INE, 2010).

Tipo (estabelecimento hoteleiro)	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Hotéis	3 686	4 568	5 260	6 308	6 311	6 258	6 523
Pensões	880	857	902	949	900	908	906
Estalagens	164	114	114	114	114	114	114
Pousadas	0	0	37	37	112	101	107
Motéis	0	0	0	0	0	0	0
Hotéis-Apartamentos	390	385	485	591	592	706	561
Aldeamentos Turísticos	0	0	0	0	0	0	0
Apartamentos Turísticos	268	259	230	439	407	310	451
Total	5 388	6 183	7 028	8 438	8 436	8 397	8 662

O crescimento da procura poderá ser facilmente atestado analisando a evolução do número de hóspedes nas unidades de alojamento entre o início da década de 90 e o ano de 2008 (Figura 7). Verifica-se um progresso sustentado, com flutuações ligeiras e sem reduções abruptas. Nota-se que o ano de 1999 registou um grande crescimento face ao ano anterior e que, após um pequena quebra de 2002 para 2003, se manteve um crescimento contínuo de 2004 a 2006.

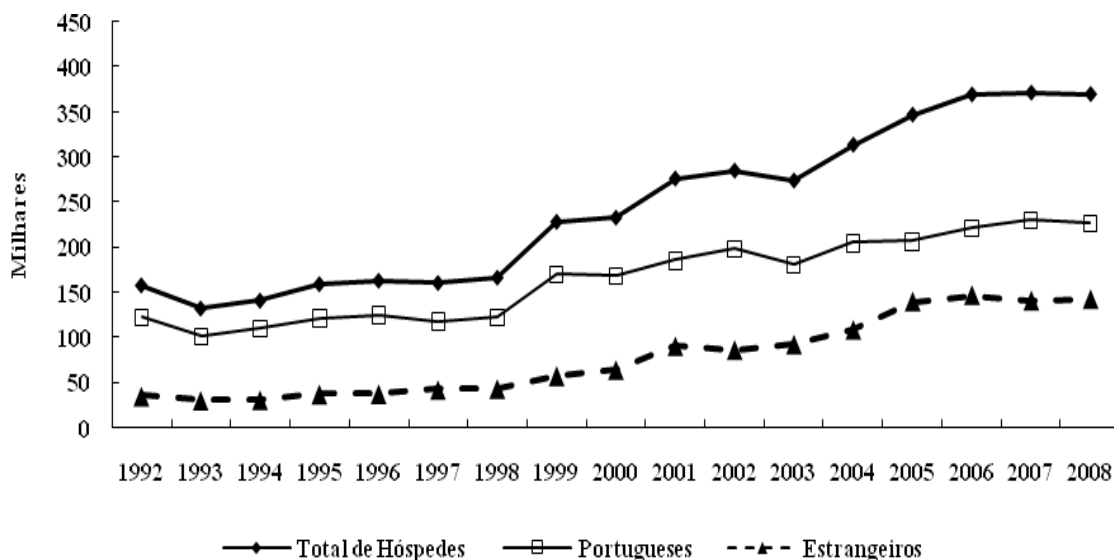


Figura 7 - Evolução do número de hóspedes nas unidades de alojamento (SREA, 2009).

Constata-se claramente um aumento do número de hóspedes e de dormidas, apesar de este último indicador apresentar uma tendência decrescente nos últimos anos em análise, fruto do comportamento dos turistas nacionais que, apesar de serem em maior número que os turistas estrangeiros, passam menos tempo alojados em unidades hoteleiras (Figura 8).

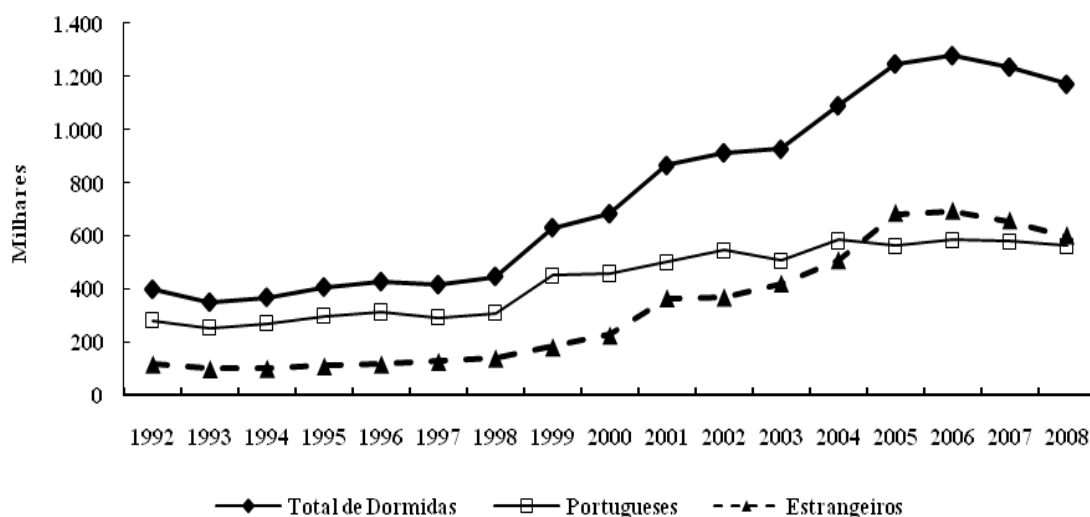


Figura 8 - Evolução do número de dormidas nas unidades de alojamento (SREA, 2009).

A promoção e a animação turística estão igualmente configuradas nas orientações do Governo Regional como críticas para o sucesso e afirmação da actividade turística nos Açores e, nesse sentido, o estímulo à iniciativa privada de cariz empreendedor tem-se desenvolvido

também em torno do Sub-sistema de Apoio ao Desenvolvimento do Turismo (SIDT), enquadrado no âmbito do Sistema de Incentivos para o Desenvolvimento Regional dos Açores (SIDER). Segundo dados do Observatório Regional do Turismo, as actividades ligadas ao mar são aquelas que apresentam maior número de promotores, o que poderá dar uma perspectiva da dimensão do mercado regional (Tabela 16).

Tabela 16 - Número de entidades a operar por sector de actividade turística (DRT, 2010).

Sector de Actividade	N.º
Actividades Náuticas	106
Agências de Viagens	51
Animação Turística	38
Empreendimentos Turísticos	82
Rent-a-car	61
Turismo Rural	114
Total	452

Assim, constata-se que o turismo é um pilar do desenvolvimento da Região Autónoma dos Açores e capitaliza as características naturais do arquipélago para se diferenciar no mercado internacional. Contudo, o conceito de desenvolvimento sustentável está presente a todo o momento nas políticas estratégicas para o sector, procurando preservar os seus factores críticos de sucesso.

3.4. Ambiente

É reconhecido que o arquipélago dos Açores tem um património natural extremamente rico, mas, na mesma medida, vulnerável e muito condicionado pelo desenvolvimento humano, que acentua as diferenças entre as várias ilhas da Região. Apesar das perturbações e desequilíbrios que se vêm notando e dos enormes desafios que daí advêm, cada vez mais se reconhece nos Açores uma grande riqueza ambiental, atestada pelas inúmeras referências internacionais, pelas exigentes produções legislativas com vista à protecção dos seus recursos e pelo imenso potencial de valorização económica.

Os Relatórios de Estados do Ambiente dos Açores (REA), desenvolvidos com periodicidade bianual entre 2001 e 2005, que entretanto deixaram de ser publicados, analisam vários factores directamente relacionados com o ambiente, como a água, as alterações climáticas, o ambiente sonoro, o ar, a energia, a natureza, a promoção e gestão ambiental, os recursos

naturais, os resíduos, os riscos associados, o solo e ordenamento do território e os transportes. Segundo o REA (2005), a qualidade do ambiente, em termos genéricos, é satisfatória, mas não deixam de haver situações indesejáveis e que requerem uma gestão continuada. Neste capítulo, a água e os resíduos são duas variáveis que ainda necessitam de aprimorar alguns mecanismos, como o tratamento e o destino final, respectivamente. A gestão de resíduos é mesmo uma das principais preocupações a nível de políticas públicas e a aprovação do PEGRA – Plano Estratégico de Gestão de Resíduos dos Açores e do SIGRA – Sistema Integrado de Gestão de Resíduos dos Açores, em 2007, veio agregar esforços no sentido de se desenvolver uma coordenação eficiente dos fluxos e deposições dos resíduos produzidos na Região.

A biodiversidade e a geodiversidade dos Açores, potenciadas pelas características geográficas das ilhas e pela sua origem vulcânica, representam as faces mais visíveis do manancial de recursos naturais que requerem uma gestão cuidada e estratégica para a sua sustentação e valorização. A actividade humana, directamente relacionada com a alteração do uso do solo e com a Política Agrícola Comum, tem vindo a exercer uma enorme pressão sobre ecossistemas naturais, tornando-se insustentável em casos como nas zonas húmidas, nomeadamente as grandes lagoas de São Miguel (Pereira *et al.*, 2009). Esta situação ameaça, naturalmente, a sustentabilidade destes recursos, verificando-se fenómenos como a eutrofização e a proliferação de espécies invasoras que desequilibram drasticamente os ecossistemas existentes.

Os recursos hídricos são abundantes, mas extremamente dependentes do clima, uma vez que é apenas da precipitação que provém a água potável disponível (Pereira *et al.*, 2009). Não obstante a sua abundância, estes recursos não se encontram uniformemente distribuídos pelas ilhas, uma vez que as características geológicas distintas e mesmo a ocupação territorial condicionam as reservas disponíveis e o seu tempo de residência, que é normalmente curto.

Segundo Pereira *et al.* (2009) um dos recursos mais importantes em ilhas com estas características é a sua floresta nativa. Nos Açores, apenas 10% da área total se encontra coberta com este tipo de florestação, estando mesmo ausente em algumas ilhas (como Graciosa e Corvo), o que acaba por ter influência, por exemplo, na manutenção dos solos e na regulação hídrica. Para além disso, os mesmos autores notam que há um imenso potencial de valorização económica aliado à floresta nativa, nomeadamente na sua relação com o ecoturismo, com o seu valor estético e recreativo.

Algumas espécies animais já se encontram ameaçadas, tanto nos meios terrestres como nos meios marinhos. As lapas (*Patella aspera* e *Patella candei*) e a craca (*Megabalanus azoricus*),

apreciadas como iguarias na gastronomia regional, encontram-se numa situação periclitante, relacionada com a sua intensiva apanha e com a delapidação de alguns habitats naturais. Contudo, o priôlo (*Pyrrhula murina*), uma ave endémica da ilha de São Miguel, é talvez o maior exemplo neste contexto, representando a espécie de passeriforme mais ameaçada de extinção em toda a Europa. A implementação do projecto LIFE Priôlo em 2003, através da Sociedade Portuguesa das Aves (SPEA) e do Governo Regional dos Açores, permitiu que se protegesse a espécie e se recuperasse o seu habitat, garantindo um aumento da sua população. Esta atitude representou uma verdadeira referência a nível mundial do trabalho que pode e deve ser promovido na preservação de espécies em vias de extinção.

Tabela 17 - Zonas de Protecção Especial nos Açores (Adaptado de: Rede Natura 2000 (<http://redenatura2000.azores.gov.pt/>)).

Zonas de Protecção Especial (ZPE)	Ilha	Área (ha)
Ilhéu da Vila e Costa Adjacente	Santa Maria	48
Pico da Vara/Ribeira do Guilherme	São Miguel	1 982
Ponta das Contendas	Terceira	93
Ilhéu das Cabras	Terceira	28
Ilhéu de Baixo	Graciosa	30
Ilhéu da Praia	Graciosa	12
Ilhéu do Topo e Costa Adjacente	São Jorge	346
Lajes do Pico	Pico	29
Ponta da Ilha	Pico	324
Furnas/Santo António	Pico	23
Zona Central do Pico	Pico	5 832
Caldeira e Capelinhos	Faial	2 076
Costa Sul e Sudoeste	Flores	230
Costa Nordeste	Flores	130
Costa do Caldeirão	Corvo	642

O reconhecimento da riqueza dos recursos naturais açorianos e da sua vulnerabilidade estimulou a produção de documentos legislativos, nomeadamente a nível comunitário, e a classificação de determinadas áreas, segundo padrões de protecção e preservação ambiental bastante rigorosos. Pereira *et al.* (2009) notam que a Rede Natura 2000 é o esquema mais importante para a protecção da biodiversidade nos Açores, nomeadamente na definição de áreas onde se deverão conservar habitats e espécies raras. Esta política ambiental surgiu enquadrada em duas directivas, a Directiva 79/409/CEE, de 2 de Abril, ou Directiva Aves, que tem por

objectivo a conservação e gestão de populações de aves (terrestres e marinhas), e a Directiva 92/43/CEE, ou Directiva Habitats, que perspectiva a preservação de habitats naturais ameaçados. Estes documentos enquadram, respectivamente, Zonas de Protecção Especial (ZPE) e Zonas Especiais de Conservação (ZEC), promovendo uma rede europeia de áreas ecológicas protegidas. Nos Açores foram criadas 15 ZPE (Tabela 17) e 23 Sítios de Interesse Comunitário (SIC) que darão lugar às ZEC (Tabela 18).

Tabela 18 - Sítios de Interesse Comunitário nos Açores (Adaptado de: Rede Natura 2000 (<http://redenatura2000.azores.gov.pt/>)).

Sítios de Interesse Comunitário (SIC)	Ilha	Área (ha)
Ponta do Castelo	Santa Maria	300
Ilhéu das Formigas e Recife de Dollabarat	Santa Maria	3 800
Lagoa do Fogo	São Miguel	1 360
Caloura – Ponta da Galera	São Miguel	36
Banco D. João de Castro (Canal São Miguel-Terceira)	São Miguel	1 500
Serra de Santa Bárbara e Pico Alto	Terceira	4 809
Costa das Quatro Ribeiras	Terceira	261
Ilhéu de Baixo – Restinga	Graciosa	243
Ponta Branca	Graciosa	78
Ponta dos Rosais	São Jorge	289
Costa Nordeste e Ponta do Topo	São Jorge	3 708
Baixa do Sul (Canal do Faial)	Pico	524
Montanha do Pico, Praínha e Caveiro	Pico	8 562
Ponta da Ilha	Pico	403
Lajes do Pico	Pico	128
Ilhéus da Madalena	Pico	152
Caldeira e Capelinhos	Faial	2 040
Monte da Guia	Faial	360
Ponta do Varadouro	Faial	20
Morro de Castelo Branco	Faial	138
Zona Central – Morro Alto	Flores	2 925
Costa Nordeste	Flores	1 243
Costa do Caldeirão	Corvo	981

A nível regional, procedeu-se a uma reformulação legislativa importante neste domínio, nomeadamente com a aprovação do Decreto Legislativo Regional n.º 15/2007/A, relativo ao regime jurídico da classificação, gestão e administração de áreas protegidas dos Açores. Neste documento foram inseridas metodologias adoptadas pela The World Conservation Union

(IUCN), a mais importante organização internacional dedicada à conservação da natureza. Este enquadramento legislativo permitiu o surgimento dos Parques Naturais de cada ilha do arquipélago, devidamente solidificado e estruturado.

Para além da Rede Natura 2000 e dos Parques Naturais de Ilha, os Açores possuem actualmente três Reservas da Biosfera, localizadas no Corvo (2007), Graciosa (2007) e Flores (2009). Esta distinção da UNESCO surge no âmbito do conceito de desenvolvimento sustentável, com o intuito de assegurar uma relação equilibrada entre conservação e uso de recursos naturais, salvaguardando a conservação paisagística e da biodiversidade e o desenvolvimento humano.

O vasto património vulcanológico-geológico encontra-se igualmente classificado ou em vias de classificação, nomeadamente através da designação de Monumento Natural Regional. Actualmente, encontram-se classificados os seguintes fenómenos:

- Gruta das Torres – Pico.
- Gruta do Carvão – São Miguel.
- Algar do Carvão – Terceira.
- Furnas do Enxofre – Terceira.
- Pedreira do Campo – Santa Maria.
- Pico da Camarinha e Ponta da Ferraria – São Miguel.
- Caldeira e Furna do Enxofre – Graciosa.
- Caldeira Velha – São Miguel.
- Rocha dos Bordões – Flores.

Para Pereira *et al.* (2009), dadas as circunstâncias actuais e o elevado crescimento económico registado em algumas ilhas, colocam-se neste momento vários problemas ambientais que influenciarão o futuro da sustentabilidade do arquipélago:

- tratamento de resíduos urbanos e industriais, que tem levado à criação de aterros sanitários e de estações de tratamento que nem sempre funcionam bem, aumentando a poluição de aquíferos e zonas costeiras;
- intensificação da exploração dos recursos hídricos, designadamente no que se refere à extracção de água potável proveniente dos aquíferos de base;
- aumento da poluição do meio hídrico de superfície e subterrâneo;

- extracções indiscriminadas de inertes com destruição de formações vulcânicas piroclásticas e impactos nefastos na vegetação nativa e paisagem. De notar ainda a ausência de projectos de recuperação de muitas destas explorações;
- a construção de muitas infra-estruturas novas (principalmente estradas) criou situações de inadequação na condução de águas torrenciais aumentando a erosão e tornando mais frequentes cheias, particularmente na ilha de São Miguel;
- o corte indiscriminado de plantações de *Cryptomeria japonica* sem limpeza dos restos dos toros, assim como a criação de pastagens de altitude em solos inadequados para o efeito, aumentou a erosão do solo com acumulação de inertes nas ribeiras de água torrencial, tornando assim mais frequentes as cheias;
- a intensificação da exploração da pastagem para produção leiteira levou ao aumento da adubação e conseqüente poluição azotada e fosfatada, que provocou a eutrofização de muitas lagoas (*e.g.* ilhas de São Miguel e Terceira).

3.5. Perspectivas de Desenvolvimento Sustentável

A prossecução de um verdadeiro desenvolvimento sustentável tem sido um dos desígnios das políticas públicas regionais. A contribuição para o crescimento económico com a respectiva conservação e valorização do ambiente e do património sociocultural tem estimulado o surgimento de vários planos e programas reguladores e orientadores dos mecanismos de gestão nas mais diversas áreas.

De seguida, analisam-se alguns dos planos enquadrados neste contexto e faz-se referência a importantes indicadores, relativos à Região Autónoma dos Açores, que balizam o desenvolvimento sustentável.

3.5.1. PReDSA – Plano Regional de Desenvolvimento Sustentável da Região Autónoma dos Açores

A elaboração do Plano Regional de Desenvolvimento Sustentável (PReDSA), em 2006, foi coordenada pela Secretaria Regional do Ambiente, através da Direcção Regional do Ambiente, com o objectivo de integrar a Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS) e o respectivo Plano de Implementação (PIENDS), salvaguardando as especificidades regionais e as suas particularidades sociais, ambientais e económicas.

Conforme definido pelas entidades acima referidas, os Estudos de Base para elaboração do PReDSA comportaram dois grandes objectivos:

- Fornecer um conjunto de ferramentas e elementos à Administração Regional para que, adoptando como prioridade a implementação de uma política de desenvolvimento sustentável nos Açores, possa agir de uma forma proactiva e eficiente.
- Sensibilizar e promover a construção de capacidades e competências da sociedade para enfrentar os desafios do desenvolvimento sustentável, uma vez que esse objectivo só poderá vir a ser implementado tendo por base um exercício de cidadania alargado.

Assim, o PReDSA define uma situação de referência, baseada numa avaliação da situação no momento do estudo, e traça perspectivas de desenvolvimento que potenciem a operacionalização de um processo de desenvolvimento sustentável (Costa *et al.*, 2004). Assim, o PReDSA encontra-se estruturado em três componentes: Situação de Referência, Cenários e Visões e, finalmente, Proposta para a Implementação.

Na Situação de Referência – Analisando o Presente, procura-se o conhecimento da situação que configura do ponto de partida para a abordagem ao desafio de definição de um processo de desenvolvimento sustentável (Costa *et al.*, 2004). Foi, então, construída uma análise com base num Sistema Regional de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável, englobando diversas variáveis relacionadas com as dimensões ambiental, económica, social e institucional, que permitiu sustentar o diagnóstico e identificar desafios e oportunidades (Tabela 19).

Tabela 19 - Descritores contemplados na análise da situação de referência (Adaptado de: Costa *et al.*, 2004).

Dimensão	Descritores
Ambiental	Atmosfera, solo e ordenamento do território, água, biodiversidade, resíduos.
Económica	Macroeconomia, sectores económicos (agropecuária, pesca, turismo, energia, indústria, transportes).
Social	População, saúde, educação, habitação, segurança.
Institucional	Gestão institucional e local, sociedade de informação e participação, investimento e despesa, gestão de riscos.

Uma vez que o conceito de desenvolvimento sustentável está, sobretudo, orientado para o futuro (Costa *et al.*, 2004), o PReDSA traça cenários alternativos de desenvolvimento com vista à avaliação e discussão conjunta, de maneira a potenciar a formulação de uma visão de futuro para a Região Autónoma dos Açores. Estes cenários, com horizontes de referência em 2015 e

2030, são assumidamente extremos e contrastantes, procurando identificar um conjunto de forças com potencial de influenciar acontecimentos futuros. Para cada um deles, foram identificadas forças motrizes e foi construída uma evolução hipotética, baseada no conceito causa-efeito, resultando em eventuais paradigmas futuros. Foram então idealizados quatro cenários alternativos, com as características expressas na Tabela 20.

Facilmente se identificam realidades conhecidas do paradigma açoriano nestes cenários, apesar se levar ao extremo cada um deles. Não obstante, essa situação, que desperta um envolvimento polémico e propício à discórdia, é propositada, procurando incentivar a discussão e o envolvimento e participação pública. O debate em torno deste tema proporciona oportunidades para identificar questões-chave que servirão de base a opções estratégicas para o modelo de desenvolvimento da Região Autónoma dos Açores (Costa *et al.*, 2004).

Na Proposta para a Implementação – Construindo o Amanhã, procura-se a definição de uma visão de futuro para a Região, com o argumento da sustentabilidade, através da protecção do ambiente e da coesão social. Segundo Costa *et al.* (2004), esta visão é identificada como missão para a Qualidade, uma vez que este conceito é indissociável da sustentabilidade. São assim definidas, pelo PReDSA, “10+1 Prioridades para a sustentabilidade dos Açores”:

1. O investimento prioritário é nas pessoas.
2. Uma economia regional baseada em vantagens competitivas.
3. A componente ambiental é o factor de diferenciação nuclear dos Açores.
4. O conhecimento e a inovação são instrumentos de Valor.
5. O património cultural, social e religioso é o espírito da Região.
6. A sustentabilidade energética é o exemplo do saber açoriano.
7. Os riscos geológicos e tectónicos podem ser minimizados.
8. Pensar global, decidir regional e agir local.
9. As práticas de governância devem aproximar-se dos cidadãos.
10. Os Açores devem estar no centro da Europa, junto dos Estados Unidos e com a Macaronésia.
- 10+1. Das palavras à acção.

Tabela 20 - Cenários de desenvolvimento (Adaptado de: PReDSA, 2006).

HOTELÂNDIA	
Descrição	Forças Motrizes
É necessário potenciar a qualidade dos produtos regionais e dos patrimónios natural e cultural em termos de aproveitamento turístico. Para tal, há uma aposta muito forte em infra-estruturas hoteleiras e de transportes aéreos.	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade dos produtos regionais. • Qualidade do património natural. • Diferenciação do património cultural. • Transportes aéreos e marítimos.
LACTOGENIA	
Descrição	Forças Motrizes
Os fundos provenientes da União Europeia devem ser aproveitados para um aumento da produção de produtos regionais de qualidade provenientes do sector dos lacticínios e da carne, que são uma imagem de marca da Região. Esta aposta estratégica deverá resultar na intensificação da actividade agro-pecuária açoriana.	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade dos produtos regionais. • Potencial agro-pecuário. • Subsídios da União Europeia. • Políticas da união Europeia.
ECOTOPIA	
Descrição	Forças Motrizes
O património natural é aquilo que os Açores têm de mais precioso e com tal deve ser salvaguardado e valorizado. O potencial geotérmico deve ser otimizado e os riscos geológicos minimizados.	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos geotérmicos • Qualidade do património natural. • Pressão sobre os recursos naturais. • Riscos geológicos e tectónicos.
SOCIOPOLIS	
Descrição	Forças Motrizes
O investimento prioritário deve ser nas pessoas. A exclusão social deve ser imediatamente erradicada da Região e o desenvolvimento deve ser baseado na educação e na segurança social, para onde passam a ser preferencialmente canalizados os fundos provenientes da União Europeia.	<ul style="list-style-type: none"> • População jovem. • Subsídios da União Europeia. • Educação. • Situações de exclusão social.
INFOCRACIA	
Descrição	Forças Motrizes
O isolamento geográfico é uma realidade difícil de contornar, mas isso não significa que os Açores tenham que ficar isolados dos Mundo. Hoje vivemos efectivamente na “Aldeia Global”, com ferramentas de comunicação que eliminam fronteiras naturais e artificiais. Aposta nas novas tecnologias de informação para aproximar os Açores do Mundo, inclusivamente da comunidade emigrante.	<ul style="list-style-type: none"> • Posição geoestratégica. • População jovem. • Diáspora. • Ultrapericidade.

3.5.2. PRA – Plano Regional da Água

O Plano Regional da Água dos Açores (PRA) é um plano estratégico que tem por objecto os recursos hídricos da Região. Este Plano, cujo Relatório Técnico se apresentou em 2001, foi concebido em consonância com o Plano Nacional da Água e comporta orientações para a gestão, protecção e valorização deste recurso natural. O PRA está consagrado legalmente pelo Decreto Legislativo Regional n.º 19/2003/A.

O PRA enquadra-se na perfeição no conceito de desenvolvimento sustentável, uma vez que prevê a racionalização de um recurso escasso, na sua valorização em termos qualitativos e económicos, reconhecendo as suas funções socioeconómicas. Reconhecidamente, a água é um bem cada vez mais valioso, dada a dificuldade de acesso em várias zonas do globo terrestre, assim como devido aos fenómenos de alterações climáticas que agravam essa situação.

Em termos ambientais, o PRA adopta vários princípios essenciais, como o princípio da prevenção, o princípio do poluidor-pagador e o princípio da correcção na fonte. A sua intervenção pauta-se por uma preservação estratégica que assegure o futuro do abastecimento da água à população e do desenvolvimento das actividades económicas, mas também reforçando o papel de protecção de ecossistemas. Segundo dados do Sistema de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (SIDS), em 2005, nos Açores o índice de abastecimento às populações já era de 99,7%, mas a população residente servida por redes de drenagem de águas residuais era apenas de 46%, enquanto a população residente servida por instalações de tratamento de águas residuais era de 33% (APA, 2007).

De acordo com o artigo 3.º do Decreto Legislativo Regional n.º 19/2003/A, a elaboração do PRA baseou-se nos princípios da globalidade, da racionalidade, da integração, da participação e da estratégica, a partir dos quais estabeleceu linhas de orientação estratégica (Tabela 21) para um trabalho de médio a longo prazo, tendo em vista o futuro dos recursos hídricos da Região Autónoma dos Açores

Tabela 21 - Linhas de Orientação Estratégica definidas por Área Temática (Adaptado de: PRA, 2001).

Área Temática	Linhas de Orientação Estratégica
A1. Abastecimento de Água	Melhorar e gerir a procura de água para as populações e actividades económicas.
A2. Qualidade da Água	Proteger a qualidade da Água
A3. Recursos Naturais	Proteger os recursos naturais, com destaque para os ecossistemas com especial interesse.
A4. Riscos Naturais e Antropogénicos	Prevenir e minorar riscos associados a fenómenos hidrológicos extremos e a acidentes de poluição.
A5. Ordenamento do Domínio Hídrico e do Território	Articular o ordenamento do território com o ordenamento do domínio hídrico.
A6. Quadro Institucional e Normativo	Ajustar o quadro institucional e adequar o quadro normativo regional.
A7. Regime Económico e Financeiro	Promover a sustentabilidade económica e financeira.
A8. Informação e Participação do Cidadão	Promover a informação e participação do cidadão
A9. Conhecimento	Aprofundar o conhecimento.

3.5.3. Plano Estratégico de Gestão de Resíduos dos Açores (PEGRA)

Como plano estratégico, o PEGRA posiciona-se como IGT que concretiza a política regional no que respeita aos resíduos, identificando e suprimindo lacunas no seu sistema de gestão. O seu enquadramento legal encontra-se estipulado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 10/2008/A, de 12 de Maio, e pela Declaração de Rectificação n.º 36/2008 de 11 de Julho. De acordo com o Governo Regional, os pilares da gestão de resíduos nos Açores são a eco-eficiência das empresas; os tecnossistemas apropriados para a gestão de resíduos; o regime económico-financeiro incentivando a sustentabilidade; o quadro regulador; a qualificação de recursos; a informação, a participação pública e a educação ambiental.

3.5.4. IGT – Instrumentos de Gestão Territorial

O Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de Setembro, estabelece o Regime Jurídico dos Instrumentos de Gestão Territorial (RJIGT) a nível nacional e já sofreu seis alterações desde a sua entrada em vigor, sendo a última configurada pelo Decreto-Lei n.º 46/2009 de 20 de Fevereiro. Em 2000, o RJIGT foi adaptado à Região Autónoma dos Açores pelo Decreto Legislativo Regional n.º 14/2000/A, de 23 de Maio, com a redacção que lhe foi conferida pelo Decreto Legislativo Regional n.º 43/2008/A, de 8 de Agosto.

A nível regional, os Açores possuem múltiplos Instrumentos de Gestão Territorial (IGT), incluindo planos sectoriais, com o objectivo de promover um planeamento, desenvolvimento e uma ocupação do território de forma equilibrada e devidamente estruturada.

3.5.4.1. PROTA – Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores

O trabalho de realização do Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores (PROTA) iniciou-se em 2005 e originou a estruturação de um Relatório Técnico dividido em vários volumes em 2008. O primeiro destes volumes designa-se “Visão e Sistemas Estruturantes” e o segundo “Modelos Territoriais e Normas Orientadoras”, acompanhados por uma Avaliação Ambiental Estratégica, consubstanciada num Relatório Ambiental, e por um Programa de Execução.

O Decreto Legislativo Regional n.º 26/2010/A, de 12 de Agosto, aprovou o enquadramento legal do Plano e definiu os seus objectivos e incumbências. Por um lado, estas materializam-se na tradução em termos espaciais dos grandes objectivos de desenvolvimento económico e social sustentáveis formulados para o arquipélago. Por outro, procura-se estabelecer as medidas de articulação, a nível regional, das políticas estabelecidas no Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território (PNPOT) e nos planos sectoriais preexistentes ou em elaboração, bem como das políticas e medidas de relevância regional contidas nos planos especiais de ordenamento do território (PEOT) e nos planos municipais de ordenamento do território (PMOT), culminando no objectivo de servir de quadro de referência para a elaboração de planos especiais, intermunicipais e municipais de ordenamento do território.

De notar que este Plano pretende atenuar as assimetrias de desenvolvimento entre ilhas, atendendo às suas especificidades e à preservação da sua identidade natural, paisagística e cultural. Reveste-se de uma fundamental importância para o progresso sustentado da Região e representa um instrumento estratégico essencial para o planeamento e processo de tomada de decisão política.

3.5.4.2. PEOT – Planos Especiais de Ordenamento do Território

Estes planos estão igualmente enquadrados no RJGT, na subsecção III, da Secção II – Âmbito nacional, do Capítulo II – Sistema de gestão territorial. A sua natureza regulamentar é da estrita responsabilidade da administração central, neste caso o Governo Regional dos Açores.

A nível regional existem três tipos de PEOT:

- **Planos de Ordenamento da Orla Costeira (POOC):** Neste momento, estão em vigor POOC em sete das nove ilhas dos Açores, abrangendo Santa Maria, São Miguel, Terceira, Graciosa, São Jorge, Flores e Corvo. Em São Miguel, dadas as dimensões da ilha e as características distintas das Costa Norte e da Costa Sul, existem dois POOC diferentes. Os POOC da ilha do Pico e da ilha do Faial encontram-se em preparação, segundo orientações do Governo Regional dos Açores. É de referir que os POOC surgem no âmbito da Resolução do Conselho do Governo Regional n.º 138/2000, de 17 de Agosto, sendo que alguns dos mesmos se desenvolveram através do projecto LITOSOST – Gestão Sustentável do Desenvolvimento Social, Económico, Ecológico das Áreas Litorais da Macaronésia, numa iniciativa enquadrada no Programa INTERREG III-B 2000-2006 Açores-Madeira-Canárias.
- **Planos de Ordenamento de Áreas Protegidas (POAP):** Encontra-se em vigor o Decreto Regulamentar Regional n.º 24/2006/A, de 13 de Janeiro, que configura o Plano de Ordenamento da Paisagem Protegida de Interesse Regional da Cultura da Vinha da Ilha do Pico, que foi criada pelo Decreto Legislativo Regional n.º 12/96/A. Este enquadramento resulta da sua valia intrínseca, natural, paisagística, histórica e cultural que convergiram para a classificação como património da humanidade.
- **Planos de Ordenamento de Bacias Hidrográficas de Lagoas (POBHL):** Estes planos assumem particular importância, uma vez que surgem da necessidade de se reequilibrar as zonas húmidas das ilhas de modo a fazer face a perturbações criadas pelo uso do solo, nomeadamente através da agricultura. O problema da eutrofização conduziu à criação do POBH da Lagoa das Furnas (Decreto Regulamentar Regional n.º 2/2005/A, de 15 de Fevereiro) e ao POBH da Lagoa das Setes Cidades (Decreto Regulamentar Regional n.º 3/2005/A, de 16 de Fevereiro), em São Miguel. Mais recentemente foi aprovado o Decreto Regulamentar Regional n.º 7/2009/A, de 5 de Junho, que estabelece o POBH das Lagoas do Caiado, Capitão, Paul, Peixinho e Rosada, na ilha do Pico.

3.5.4.3. PMOT – Planos Municipais de Ordenamento do Território

Os Planos Municipais de Ordenamento do Território estão enquadrados no âmbito do RJIGT, na subsecção II, da Secção IV – Âmbito municipal, do Capítulo II – Sistema de gestão territorial. São instrumentos de natureza regulamentar aprovados pelos municípios, e estabelecem o regime de uso do solo definindo modelos de evolução previsível da ocupação humana e da organização de redes e sistemas urbanos e, na escala adequada, parâmetros de

aproveitamento do solo e de garantia da qualidade ambiental. Estes planos tomam forma em Planos Directores Municipais (PDM), Planos de Urbanização (PU) e Planos de Pormenor (PP).

3.5.4.4. PS – Planos Sectoriais

Da mesma forma que os PMOT e dos PEOT, os Planos Sectoriais (PS) têm o seu enquadramento legal no RJIGT, através da Subsecção II, da Secção II – Âmbito nacional, do Capítulo II – Sistema de gestão territorial. A nível regional existem quatro PS, que terão diferentes enquadramentos neste trabalho.

- **Plano Sectorial da Rede Natura 2000:** Resulta, conforme já referido, de Directivas Comunitárias com o objectivo de conservação da natureza e da diversidade biológica. Este Plano encontra-se enquadrado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 20/2006/A, de 6 de Junho, pela Declaração de Rectificação n.º 48-A/2006, de 7 de Agosto e pelo Decreto Legislativo Regional n.º 7/2007/A, de 10 de Abril.
- **Plano Sectorial das Cavidades Vulcânicas e Monumentos Naturais Regionais dos Açores:** Encontra-se ainda em fase de preparação sob a orientação do GESPEA (Grupo de Trabalho para o Estudo do Património Espeleológico dos Açores). Este plano tem como objectivo a salvaguarda de recursos naturais, nomeadamente duzentas e cinquenta cavidades vulcânicas e oito monumentos naturais classificados, incluindo tubos lávicos, algares e grutas de erosão marinha (DROTRH, 2007).
- **Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA):** Dado o interesse deste plano específico para a presente investigação, a sua abordagem será desenvolvida de uma forma mais aprofundada.

3.5.5. POTRAA – Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores

O Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA) é um Plano Sectorial e, por conseguinte, configura um instrumento de gestão territorial (IGT). Está regulamentado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, procurando uma articulação permanente com diversos outros IGT, como PMOT, PEOT e PS.

A natural identificação do turismo como um dos pilares económicos da Região Autónoma dos Açores requereu a definição de estratégias de desenvolvimento turístico, que garantam a sustentabilidade ambiental e o ordenamento do território, tendo em conta a consolidação

qualitativa da sua imagem de destino de fruição da natureza. Assim, o POTRAA define a estratégia de desenvolvimento sustentável do sector do turismo e o modelo territorial a adoptar.

Como plano estratégico, o POTRAA prevê objectivos de longo prazo que orientem as políticas adoptadas e as decisões assumidas. Assim, de acordo com as linhas definidas, estipula-se uma capacidade de carga turística máxima em 2015 revelada por um objectivo de 15 500 camas, tendo em conta uma margem de variação de 1 551 camas. É recomendada a criação de espaços específicos de vocação turística (EEVT), através de outros IGT, em função das suas características urbanas, naturais e ou paisagísticas, segundo o artigo 10.º, e é previsto um enquadramento especial para espaços ecológicos de maior sensibilidade (artigo 12.º), limitando a sua utilização para fins turísticos.

O POTRAA está estruturado em três partes fundamentais. A primeira estabelece a ponte entre a assumpção de um dos cenários presentes no relatório intermédio e o Programa de Intervenção, para além de dar conta do processo e da justificação para a escolha de um cenário (designado de “cenário A”) como visão estratégica para o horizonte de 2015. A segunda parte é constituída pelo Plano de Intervenção e pelas suas Linhas Estratégicas de Desenvolvimento (LED). Finalmente, a terceira parte apresenta a proposta de Modelo de Organização Territorial.

Conforme expresso no documento, o POTRAA estabelece, e justifica, as opções e os objectivos do sector turístico com incidência territorial e define normas de execução, pelo que, para além do relatório que procede ao diagnóstico da situação territorial sobre a qual o instrumento intervém e à fundamentação técnica das opções e objectivos estabelecidos, integra também peças gráficas necessárias à representação da respectiva expressão territorial.

O POTRAA tem objectivos de várias ordens, podendo definir-se um objectivo global, que resulta da conjugação de quatro grandes desígnios, e quatro objectivos complementares. Não obstante, é de ressaltar que o plano não tem como objectivo identificar qual a melhor utilização para os diversos componentes territoriais da Região, pois o seu âmbito de intervenção circunscreve-se à identificação de áreas vocacionadas para o turismo e das áreas indesejáveis à expansão turística.

O objectivo global do Plano é o desenvolvimento e a afirmação de um sector turístico sustentável, que garanta o desenvolvimento económico, a preservação do ambiente natural e humano e que contribua para o ordenamento do território insular e para a atenuação da disparidade entre os diversos espaços constitutivos da Região. Os quatro grandes desígnios que o compõem este objectivo global são:

1. A promoção do desenvolvimento do sector turístico açoriano tendo em vista dotá-lo das capacidades necessárias e suficientes para cumprir os desígnios que os grandes documentos de estratégia regional lhe associam.
2. A garantia de que o desenvolvimento do sector se processará dentro de estritos padrões de sustentabilidade ambiental, social e económica.
3. A contribuição do sector para um correcto aproveitamento e gestão de todo o território insular, evitando, deste modo, conflitos entre funções e interesses, bem como a ocupação impensada e incontrolada do território.
4. A adopção de uma perspectiva de desenvolvimento turístico susceptível de contribuir para a justiça territorial e a solidariedade entre as partes constitutivas de todo o território.

A reforçar o objectivo global, estão quatro objectivos complementares:

1. Desenvolver diversas componentes do sistema turístico regional de forma a torná-lo mais competitivo e susceptível de assumir um lugar de destaque na economia regional.
2. Garantir a correcta expansão das actividades turísticas, evitando conflitos com outras funções, proporcionando, assim, uma ocupação e mobilização do território de acordo com as políticas regionais de ordenamento do território e com normas específicas a definir em sede de Plano.
3. Desenvolver medidas tendo em vista garantir que o desenvolvimento do sector turístico regional se processe de forma harmónica e equilibrada tendo em conta as características naturais, humanas, económicas específicas da Região, garantindo, deste modo, a sua continuidade no tempo em condições de manutenção de competitividade e qualidade.
4. Adoptar medidas tendo como objectivo garantir uma repartição equilibrada dos fluxos turísticos de acordo com as potencialidades e capacidades das diversas ilhas, mas também, dentro de cada uma destas, entre as diversas áreas que as constituem (de acordo com as vocações específicas).

Ainda no domínio dos objectivos, o POTRAA procura uma relação sinérgica entre a ordenação do território e o desenvolvimento turístico, não esquecendo pontos estratégicos necessários a essa articulação:

- A qualidade dos produtos turísticos em correspondência com os critérios de satisfação dos clientes potenciais em mercados segmentados.
- A conservação da natureza.
- A qualidade ambiental.
- A salvaguarda do património histórico-cultural e das identidades culturais.
- A identidade e diferenciação da oferta turística.

O estudo do posicionamento estratégico das diferentes ilhas nos circuitos turísticos regionais é fundamental, uma vez que é necessário compreender o cenário de referência, mas também perceber e até antever as dinâmicas futuras das tendências do mercado. É certo que os Açores são um destino relacionado maioritariamente com o produto natureza, pelo que as opções do POTRAA, assim como todas as decisões de desenvolvimento, têm sempre por base um dos maiores bens intrínsecos da Região, o binómio natureza/paisagem. A paisagem açoriana reflecte as interacções entre os indivíduos e o ambiente, numa súpula das componentes físicas e biológicas e da intervenção humana sobre elas.

Estão, assim, definidas seis Linhas Estratégicas de Desenvolvimento (LED) que garantem a concretização efectiva dos objectivos do Plano e a sua devida implementação operacional, em consonância com as decisões de desenvolvimento e de salvaguarda da natureza e da paisagem da Região:

- LED 1 – Reforço e aprofundamento das condições técnicas, organizacionais e regulatórias de apoio ao desenvolvimento turístico.
- LED 2 – Suporte à melhoria das infra-estruturas e serviços complementares de apoio/suporte ao sector turístico, às acessibilidades internas e externas e à sinalização turística.
- LED 3 – Suporte ao desenvolvimento, qualificação e diversificação da oferta turística regional.
- LED 4 – Fomento da procura turística e da visibilidade externa do turismo regional.
- LED 5 – Suporte a acções específicas no âmbito do ordenamento turístico do território.
- LED 6 – Suporte à implementação, seguimento e avaliação do POTRAA.

Por todo o Plano, existem inúmeras referências a áreas e empreendimentos turísticos considerados como estratégicos para a qualificação e diversificação da oferta turística regional,

incluindo campos de golfe, portos de recreio, complexos desportivos, turismo em espaço rural, turismo de natureza (*e.g.* mar, mergulho, *whale watching*, vulcanismo, pedestrianismo e montanhismo), turismo desportivo (*e.g.* pesca, surf, BTT, parapente, todo o terreno, balonismo, asa delta, equitação e orientação), património cultural (*e.g.* história, religião, gastronomia, artesanato e arquitectura), e produtos regionais (*e.g.* queijo, ananás, chá, tabaco e vinho). É importante ressaltar que, numa análise desenvolvida a cada uma das ilhas, todas elas apresentam elementos naturais nos principais produtos turísticos que configuram referências estratégicas do plano (Tabela 22).

Tabela 22 - Principais “produtos” turísticos e principais apostas estratégicas por ilha (Adaptado de: POTRAA, 2008).

Ilha	Principais “Produtos” Turísticos	Principal “Produto” Estratégico
Corvo	Comunidade Natureza	Comunidade Reserva Ambiental (Reserva da Biosfera – UNESCO) Vivência Repouso Mergulho
Faial	Náutica de recreio Golfe <i>Whale Watching</i> Natureza	Náutica de Recreio Mar <i>Whale Watching</i> Mergulho Vulcanismo Golfe Desportos náuticos Termalismo MI (<i>Meetings Industry</i>)
Flores	Natureza Mergulho Pedestrianismo Repouso	Diversidade paisagística Comunidade Repouso Mergulho Pedestrianismo
Graciosa	Termalismo Património edificado Vulcanismo	Termalismo Reserva Ambiental (Reserva da Biosfera – UNESCO) Vinho Vulcanismo Mergulho Património edificado Desportos náuticos

Pico	<i>Whale Watching</i> Natureza Vinha/Vinho	<i>Whale Watching</i> Vinho/Vinha (Paisagem da Cultura da Vinha – Património Mundial da UNESCO) Montanha Vulcanismo Queijo Pedestrianismo Espírito Santo
São Jorge	Queijo Natureza Fajãs	Queijo Fajãs Pedestrianismo Desportos náuticos Espírito Santo
Santa Maria	Natureza Praia Golfe	Praias Gastronomia Golfe Desportos náuticos
São Miguel	Vulcanismo Natureza Termalismo Golfe Outros	Vulcanismo Paisagem diversificada Património edificado História e manifestações culturais MI (Meetings Industry) Termalismo Eventos Náutica de recreio Mergulho Golfe Desportos Radicais Gastronomia Pedestrianismo
Terceira	Património edificado Vulcanismo Natureza	Património edificado (Angra do Heroísmo – Cidade Património Mundial – UNESCO) História e manifestações culturais Espírito Santo Vulcanismo MI (Meetings Industry) Vinha Golfe Gastronomia

É visível que os Açores sustentam um imenso potencial turístico, com capacidade para atrair uma procura elevada em vários segmentos de mercado. Todavia, é preocupação do POTRAA assegurar que não se caminha no sentido da massificação do turismo regional, garantindo sustentabilidade aos investimentos no sector e um progresso equilibrado nas suas diversas vertentes. Assim, o modelo de desenvolvimento assumido configura uma estratégia mista de concentração e dispersão, que deverá alargar os públicos e mercados alvo deste sistema, adaptando-o às recentes tendências da procura turística, garantindo a sua não massificação, valorizando cabalmente todos os recursos existentes, colocando no mercado produtos temáticos coerentes e de imersão, distribuindo mais-valias e oportunidades, promovendo o desenvolvimento local e garantindo a sustentabilidade a médio e a longo prazo.

Dada a importância do turismo de natureza, o POTRAA considerou, desde logo, os valores naturais classificados e as zonas ecológicas sensíveis, não se esgotando a totalidade das áreas integradas na Reserva Ecológica (RE). Existe um enquadramento específico das áreas identificadas, que inclui limitações e condicionamentos à actividade turística e requisitos exigentes para o seu desenvolvimento. Para além disso, identificou manifestações naturais de elevado potencial turístico com vista a um desenvolvimento estratégico que assegure a sua potenciação, mas também a sua preservação. De entre estas, destacam-se os fenómenos vulcanológico-geológicos, que promovem uma intersecção com o Plano Sectorial das Cavidades Vulcânicas e Monumentos Naturais Regionais dos Açores. Houve ainda a identificação de locais que apresentam as condições naturais para a prática de diferentes actividades de lazer ou outros que já foram alvo de intervenção humana para o usufruto dessas actividades, como zonas de campismo/parques de campismo, termas, campos de golfe e percursos pedestres.

3.5.6. Índice de Desenvolvimento Humano e Pegada Ecológica

Na perspectiva de estudo do desenvolvimento sustentável de uma Região, é importante considerar algumas dimensões e alguns indicadores que, apesar de generalistas, agregam muita informação vital para este conceito e para a sua avaliação. O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e a Pegada Ecológica são medidas que fornecem informação a vários níveis e podem dar uma perspectiva geral do bem-estar da população e pressão sobre o ambiente.

O IDH surgiu no âmbito do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), criado pelo Professor Amartya Sen (ONU), com o objectivo de aferir o grau de desenvolvimento humano sustentável, não focando apenas aspectos económicos como é promovido através de uma análise única ao PIB *per capita*. Em termos objectivos, o IDH é uma

medida (de 0 a 1) de comparação entre países e regiões, que analisa três factores principais: o nível de riqueza (medindo o PIB em dólares PPC), a esperança média de vida (expectativa de vida à nascença) e a educação (taxa de alfabetismo e taxa de matrícula em todos os níveis de ensino).

Segundo Relatório de Desenvolvimento Humano da ONU de 2009, Portugal encontrava-se no 34.º lugar do ranking do IDH em 2007, com um índice de 0,909, integrando, assim, o grupo de países com um desenvolvimento humano muito elevado. É de notar que apesar deste indicador ter subido de 0,896 em 2001, Portugal desceu do 23.º lugar do ranking para o actual 34.º. Segundo dados do PReDSA, os Açores encontravam-se no 31.º lugar do ranking, com um índice de 0,865.

A Global Footprint Network apresenta a Pegada Ecológica como um indicador que revela a pressão exercida sobre o ambiente. Assim, atribui-lhe a capacidade de medir a área de terra e água que uma população humana requer para produzir os recursos que consome e para absorver os seus resíduos, considerando a tecnologia disponível. Naturalmente que este indicador implica uma análise cuidada aos seus resultados, uma vez que as variáveis presentes e o seu modo de construção acabam por ser limitados, sendo notório que o grau de desenvolvimento de um país penaliza a sua posição no ranking internacional.

O *Living Planet Report 2010 – biodiversity, biocapacity and development*, produzido pela World Wildlife Foundation (WWF), pela Global Footprint Network e pela Zoological Society of London, revela que desde 1966 que a Pegada Ecológica mundial mais do que duplicou e que em 2007 (último ano de análise) era necessário 1,5 planetas Terra para sustentar as actividades e o consumo humano.

O cálculo da pegada ecológica para os Açores não é fácil de conseguir, uma vez que existem muito poucos dados disponíveis e que os relatórios produzidos desenvolvem a sua análise em países e não em regiões específicas. O PReDSA (2006) define, na situação de referência dos estudos de base, uma pegada ecológica de 3,90 para os Açores, posicionando a Região em 108.º lugar (em igualdade com o Japão), enquanto Portugal se quedava pelo 125.º lugar com 5,34. Em primeiro lugar, era o Bangladesh com 0,50, enquanto os Estados Unidos da América se situavam em 175.º lugar.

3.6. Pontos Fortes e Pontos Fracos da Região Autónoma dos Açores

Para um enquadramento mais resumido e genérico poder-se-á considerar a elencação de pontos fortes e pontos fracos da Região Autónoma dos Açores, proposta por Couto e Ponte (2009), que reflecte o seu paradigma e representa um potencial ponto de partida para futuras análises e enquadramentos estratégicos (Tabela 23).

Tabela 23 - Pontos fracos e pontos fortes da RAA (Adaptado de: Couto e Ponte, 2009).

Pontos fracos	Pontos fortes
<ul style="list-style-type: none">• Afastamento dos grandes centros (produtos e consumidores).• Dimensão reduzida dos centros urbanos.• Descontinuidade territorial e consequente fragmentação do mercado regional em nove micro mercados.• Escassas parcerias, públicas e público-privadas.• Elevada especialização da base económica, com dificuldades em diversificar a produção e em favorecer um sector terciário moderno.• Reduzido potencial demográfico.• Dependência exagerada do transporte marítimo e aéreo nas trocas e a consequente fraca mobilidade com influência nos custos-benefícios.• Necessidade de multiplicação de infra-estruturas.• Vulnerabilidade dos sistemas ambientais e dos recursos hídricos.• Grande variabilidade das forças da natureza.• Cultura diminuta de internacionalização quer a nível de empresas quer a nível das instituições.	<ul style="list-style-type: none">• Posição geoestratégica ímpar no Atlântico Norte.• Governo Autónomo próprio com possibilidades de maior capacidade de decisão, de integração de políticas activas e de relacionamento com a sociedade civil e com as estratégias empresariais.• População jovem no contexto europeu.• Zona Económica Exclusiva de grande dimensão.• Paisagens únicas nas nove ilhas com características específicas.• Potencialidades singulares para actividades relacionadas com o mar e o espaço.• Condições edafo-climáticas propícias à fileira agro-pecuária e para a química fina e biotecnologia.• Condições naturais para o desenvolvimento da fileira da pesca.• Identidade cultural forte, potenciadora de atracção turística e de actividades de lazer.• Recursos geotérmicos de alta entalpia e potencialidades de outras energias renováveis.• Infra-estruturas portuárias e aeroportuárias em todas as ilhas.• Fácil ligação a países de destino com grandes potencialidades participativas.

É importante verificar que as principais forças da Região se relacionam directamente com recursos naturais. A Zona Económica Exclusiva de grande dimensão agrega um imenso potencial em relação ao mar e ao seu aproveitamento económico, quer a nível turístico, quer a nível

científico e industrial (pescado). Para além disso, as condições climáticas, as características paisagísticas e de biodiversidade e a forte identidade cultural conferem ao arquipélago excelentes elementos de diferenciação em mercados internacionais.

Como principais fragilidades, importa destacar os crónicos problemas da insularidade, como a dependência externa e o isolamento geográfico, e, por se tratar de um arquipélago, a dispersão e a fragmentação do mercado.

IV. GREEN BUSINESS NO SECTOR DO TURISMO NA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES

4.1. Enquadramento e objectivos do estudo

Nos capítulos anteriores promoveu-se a sustentação teórica do estudo com base em referências bibliográficas, em fontes estatísticas secundárias, em legislação e planos e programas de políticas públicas.

Neste capítulo descreve-se a aplicação da análise ao *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores, tendo como último objectivo a sua caracterização. Este estudo surge com intuito de relacionar a realidade empresarial patente na Região Autónoma dos Açores com questões ambientais, designadamente através do sector de actividade que mais beneficia e que mais usufrui das características naturais das ilhas, o turismo. Este sector é um dos “pilares” do desenvolvimento económico regional, assumido com estratégico, pelo que faz todo o sentido perceber qual o seu enquadramento nesta problemática e quais as perspectivas para a sua evolução.

É reconhecido que o arquipélago dos Açores apresenta características únicas, proporcionadas pela origem vulcânica, pela localização em pleno Oceano Atlântico e pela especificidade climática. A beleza natural de todas as ilhas tem corrido o mundo, conferindo aos Açores o “rótulo” de destino turístico com fortes ligações à natureza. Na verdade, as recentes políticas públicas de desenvolvimento do turismo têm vincado recorrentemente esta ideia, apresentando slogans que procuram cativar os mercados através da conotação a belezas naturais e capitalizando este factor como elemento diferenciador.

Tendo em atenção as questões levantadas nos últimos anos em matéria de ambiente; perante as evidências do reconhecimento internacional designadamente no que concerne à sua preservação e protecção; perante algumas evidências públicas, nomeadamente patentes na formulação de estratégias e planos que garantam um verdadeiro desenvolvimento sustentável para os Açores; considerando o grande crescimento do sector turístico na Região, com impactes directos na exploração dos recursos naturais do arquipélago; e atendendo às problemáticas abordadas em de Gestão Ambiental, surgiram questões que foram orientadoras para a estruturação da investigação, com o principal objectivo de se conseguir uma caracterização geral do *green business* no sector do turismo dos Açores, que favorecesse futuros estudos e contribuísse para a definição de políticas públicas de desenvolvimento.

Perspectivou-se ser pertinente perceber se as empresas também têm a mesma percepção e se compreendem que a sua actividade tem um impacto directo na valorização ou não do seu maior recurso a nível de marketing estratégico e que lhes garante a sua diferenciação no mercado. Deste modo, procurou-se estruturar o estudo de modo a averiguar qual é realmente o posicionamento das empresas turísticas dos Açores nesta matéria, quais as suas motivações e quais as acções que adoptam no sentido da promoção de um verdadeiro desenvolvimento sustentável no sector.

Assim, tendo em atenção a realidade dos Açores, podem enumerar-se os objectivos deste estudo da seguinte forma:

- Compreender se as empresas a operar no sector do turismo aproveitam a beleza natural do arquipélago na sua actividade e planeamento estratégico.
- Perceber se há uma efectiva preocupação com o ambiente por parte dessas empresas, uma vez que dele dependem, directa ou indirectamente, para a sua actividade.
- Determinar quais os mecanismos utilizados por essas empresas para salvaguardar o ambiente.
- Averiguar o número de empresas com algum tipo de certificação de índole ambiental.
- Identificar os sectores de actividade turística onde a certificação ambiental é mais implementada.
- Avaliar os motivos para a adopção de instrumentos de gestão ambiental.
- Perceber qual o investimento financeiro normalmente aplicado para a implementação de instrumentos de gestão ambiental.
- Compreender quais as razões que funcionam como barreira para a não adopção deste tipo de instrumentos.
- Apurar se as empresas têm a percepção de algum tipo de retorno associado à implementação de instrumentos de gestão ambiental.

Pretende-se, pois, perceber qual o grau de importância que o ambiente tem para as empresas do turismo na Região Autónoma dos Açores, não só numa vertente comercial e de marketing estratégico, mas, sobretudo, numa vertente de preservação e protecção do ambiente, de modo a garantir a sua sustentabilidade, a médio e a longo prazo.

4.2. Caracterização da situação de referência

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 de desenvolvimento de produtos (Pearce, 1987, *apud* Moniz, 2009). Cooper (1995), citado por Moniz (2009), refere que a 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 de vários sectores económicos. Dadas as limitações da base económica das ilhas, a dependência do turismo torna-se ainda mais intensa, impondo claramente uma necessidade de um desenvolvimento sustentável e, mais especificamente, de um turismo sustentável.

A Região Autónoma dos Açores encontra-se numa fase crítica de desenvolvimento e de preparação de progresso com vista a uma consolidação da realidade socioeconómica. Desde o início do século que se têm elaborado planos e assumido decisões estratégicas que estabelecem metas ambiciosas e modelos de desenvolvimento específicos, onde o turismo e a sustentabilidade ganham um lugar de destaque. Neste contexto, poder-se-á destacar o PReDSA, o POTRAA, o PROTA, os POOC, o PEGRA e o PRA como documentos orientadores de um rumo de progresso que alia o crescimento socioeconómico à conservação ambiental e à capitalização das características naturais dos Açores.

O turismo foi definido como sector de actividade estratégico e considerado um pilar da economia regional pelas Orientações de Médio Prazo do Governo Regional dos Açores 2009-2012. O POTRAA, como plano estratégico para o turismo com um horizonte de longo prazo, foi fundamental neste enquadramento e surgiu na vanguarda do turismo nacional, tornando a Região Autónoma dos Açores a primeira do país com uma formalização desta natureza. Um dos seus grandes desígnios é a qualificação do turismo regional, por oposição à sua massificação.

No Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) (MEI, 2007), apontam-se linhas orientadoras do desenvolvimento turístico nos Açores, com vista à qualificação do destino, à sua diferenciação e à redução dos efeitos da sazonalidade. De ressaltar que este quadro de desenvolvimento é directamente relacionado o volume de receitas provenientes de várias actividades, favorecendo a decisão dos cenários prioritários de investimento. Daqui resulta que o turismo de natureza se apresenta no nível mais elevado de prioridade, realçando-se, ainda, no segundo nível, o *touring*, no terceiro nível, o turismo náutico e o turismo de saúde e bem-estar, e no quarto nível, o golfe (Tabela 24).

Tabela 24 - Contribuição dos produtos turísticos para os Açores apresentada no PENT (Adaptado de: APA, 2007).

	Contribuição	Volume de Receitas	Diferenciação		
			Redução da sazonalidade	Qualificação do destino	
<i>Touring</i>	2.º nível	+		-	
Turismo de Natureza	1.º nível	↑		↓	
Golfe	4.º nível				
Turismo Náutico	3.º nível				
Saúde e Bem-estar	3.º nível		-		+

Não obstante, tendo em consideração a potenciais mais-valias futuras, o PENT identifica o turismo de natureza, o turismo de saúde e bem-estar (*wellness*) e o turismo náutico, nomeadamente no segmento marítimo-turístico, como produtos com grande potencial onde se torna prioritário investir. Efectivamente, os Açores são a região do país onde o turismo de natureza (36%), devido às suas características únicas, quer ao nível da geodiversidade, quer ao nível da biodiversidade, e o turismo náutico (6,2%), devido ao grande potencial desportivo e recreativo, são mais importantes. Por seu turno, o turismo de saúde e bem-estar, enquanto aposta estratégica a nível nacional, encontra na Madeira e, particularmente, nos Açores potencialidades únicas. O segmento das termas associado ao exotismo e beleza natural, sendo capaz de aumentar a diferenciação da oferta regional e diminuir os efeitos da sazonalidade, torna este sector uma prioridade de investimento. O golfe é considerado um produto complementar de reforço da proposta do valor global do destino (MEI, 2007).

O reconhecimento internacional das características naturais tem valido aos Açores distinções nacionais e internacionais de grande relevo, que servem para aumentar a sua notoriedade no mercado. Os cuidados do Governo Regional com a preservação dos ecossistemas do arquipélago conferiu à Região uma das menções honrosas do “Prémio Europeu de Turismo e Ambiente” (ATA, 2009), que se acoplou ao reconhecimento como segundo melhor destino turístico sustentável do mundo, atribuído por uma das mais conceituadas revistas internacionais, a National Geographic Traveler (2007). Mais recentemente, em 2010, os Açores receberam a bandeira *Quality Coast*, integrando uma rede de destinos europeus de excelência, juntamente com outras 15 ilhas e cidades costeiras, atribuída pela Coastal and Marine Union (EUCC) (organização europeia com mais de 2 700 membros de 40 países com o objectivo de promover a conservação das zonas costeiras através da ligação entre cientistas, ambientalistas, gestores operacionais e entidades de planeamento e decisões políticas).

Noutro enquadramento, mas revelador da percepção do mercado, ainda em 2010, foram reconhecidas nos Açores duas das sete maravilhas naturais de Portugal, a Lagoa das Sete Cidades, na categoria “Zonas Aquáticas Não Marinhas”, e a Paisagem da Ilha do Pico, na categoria “Grandes Relevos”. A Região foi a única a obter duas distinções a nível nacional e, entre as vinte e uma maravilhas naturais finalistas, tinha cinco nomeações, onde figuravam, para além das já referidas, a Reserva Natural da Lagoa do Fogo, na categoria de “Zonas Protegidas”, e o Algar do Carvão e a Furna do Enxofre, na categoria de “Grutas e Cavernas”.

A ATA vai ao encontro deste contexto, uma vez que procura posicionar a Região no contexto internacional como um destino de natureza, sendo a última evidência dessa situação o investimento realizado, já em 2010, na campanha de promoção *Azores, nature that fits you*, que se situa na ordem de um milhão de euros. A ATA tem-se destacado igualmente pelas suas agressivas campanhas de marketing, com frases fortes que pretendem alavancar as características naturais das ilhas.

Açores, ilhas da Natureza Mágica induz claramente a ideia de um misto de emoções possíveis, desde o mar, aos montes ou ao misticismo associado aos fenómenos vulcânicos. Se relacionarmos a frase com as imagens que serviram para divulgação visual do destino Açores, percebe-se que as cores verdes e azuis são fundamentais para a mensagem, pois são as cores naturais das ilhas e que se associam directamente com o mar e com a biodiversidade. Há aqui o apelo a diversos segmentos de mercado, desde o turismo náutico, ao pedestrianismo, ao turismo rural, aos desportos radicais ou ao turismo derivado do estudo da biodiversidade e geodiversidade. É de referir que o vídeo incluído nesta campanha venceu o prémio de “Melhor Imagem” no *Intenational Tour Film Festival*, realizado na Polónia em 2009, o que revela a dimensão da aposta feita em torno da associação da imagem dos Açores à natureza.

Pronto para o melhor tempo da sua vida é uma frase que foi mais recentemente lançada no mercado. Há uma notória, e assumida intenção, por parte dos promotores, de desmistificar as condições climáticas do arquipélago, procurando revelar que as práticas para o turismo activo se mantêm todo o ano. Toda a campanha foca recorrentemente várias actividades que se poderão desenvolver nos Açores, procurando valorizar a animação turística existente, sobretudo a ligada à natureza, como o *whale watching*, golfe, mergulho e o pedestrianismo.

Azores, closer to nature é igualmente uma das frases de promoção da Região no contexto internacional, que revela claramente a aposta no turismo de natureza que tem sido desenvolvida, de acordo com as orientações do PENT e do POTRAA.

Analisando cada uma das frases por si, poder-se-á compreender a importância da preservação ambiental no arquipélago e verificar a real necessidade de um turismo sustentável. Um dos indicadores que serve para aferir a sustentabilidade do turismo é a intensidade turística, razão do número de dormidas num ano por cem habitantes. Segundo a metodologia da Comissão Europeia, caso este indicador se situe abaixo de 1,1, estamos perante um caso de turismo sustentável, entre 1,1 e 1,5 perante turismo pouco sustentável e acima de 1,5 considera-se um caso de turismo insustentável. Segundo o SIDS (APA, 2007), a intensidade turística na Região tem apresentado um acréscimo ligeiro desde o final da década de 90 e o início do século XXI, naturalmente devido à aposta estratégica realizada deste 1998 neste sector. Ainda assim, fica abaixo de 0,5, sendo, pois, considerado turismo sustentável. No entanto, devido aos efeitos da sazonalidade, em Agosto este índice ultrapassa 2, ou seja, atinge valores insustentáveis.

Efectivamente, o turismo regional continua a caracterizar-se por ser altamente sazonal, com um pico alto em Agosto e baixo em Dezembro. Não obstante, há, do ponto de vista estratégico, a pretensão de atingir 1,2 milhões de dormidas de estrangeiros até 2015 (APA, 2007), horizonte temporal estratégico definido pelo POTRAA, representando um aumento de 80% do número de turistas. Segundo o PENT, estes são provenientes de três mercados explorados pelos Açores que não se verificam nas outras regiões do país: Dinamarca, Suécia e Noruega. A ATA (2010) revela que recentemente os esforços de promoção do destino têm sido direccionados para o mercado alemão. Relativamente ao turismo de origem nacional, prevê-se um aumento anual de dormidas de 3,3%. Poder-se-á, então, levantar a questão se será possível manter níveis de sustentabilidade no turismo regional, tendo em conta a insustentabilidade já verificada no pico da época alta e a manutenção desta evolução do número de turistas.

Não obstante este enquadramento, cada vez mais emerge um desafio de grande dimensão, que influenciará certamente os padrões de sustentabilidade do turismo regional. Cunha *et al.* (2010) destacam que os efeitos das alterações climáticas são globais, mas ilhas e arquipélagos são mais susceptíveis de sofrerem impactes adversos. Santos *et al.* (2004) ressaltam que a percepção destas alterações é fundamental nos Açores, dado que a economia e o potencial turístico da Região são altamente dependentes dos seus recursos naturais. Um dos produtos estratégicos neste domínio é o *whale watching*, que Lambert *et al.* (2009) identificam como uma das actividades mais sensíveis às alterações do clima, nomeadamente no que diz respeito à distribuição e abundância de cetáceos. De uma forma resumida, poder-se-á dizer que a sustentabilidade desta actividade turística está ameaçada pelas alterações climáticas que se vêm registando.

O *whale watching*, por força da sua crescente importância para o turismo regional, tem sido uma actividade sob enorme pressão. Em Junho de 2009, o jornal Açoriano Oriental dava conta de maior exigência fiscalizadora da actividade, uma vez que havia vários operadores a não respeitar imposições legais. Já em 2010, a Secretaria Regional do Ambiente e do Mar necessitou tomar medidas para a redução da pressão na observação de cetáceos, travando a emissão de licenças de registo audiovisual destes mamíferos, uma vez que se registou a presença de crias de golfinhos e cachalotes, as quais são extremamente sensíveis a esta actividade. Foi igualmente prevista a eventual não autorização de recolha de imagens no pico do Verão de 2011 no Grupo Central pelas mesmas razões.

As pressões de 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 (Moniz, 2009). Contudo, a EUCC (2010), muitas empresas açorianas têm desenvolvido as suas actividades num relacionamento próximo com o turismo sustentável, valorizando a biodiversidade, a paisagem, actividades tradicionais, a gastronomia típica e o património cultural.

Apesar de já se verificarem várias iniciativas de protecção do ambiente por parte das empresas, os dados estatísticos disponíveis ainda são muito reduzidos, revelando oficialmente um cenário pouco animador. Nota-se, por exemplo, que entre 2007 e 2008, as empresas de distribuição de electricidade, gás e água reduziram significativamente a sua as suas actividades de protecção do ambiente, mas, ao invés, as empresas das indústrias extractivas aumentaram para quase o triplo este tipo de intervenção (Tabela 25). Todavia, no total, nem um terço das empresas adopta medidas de protecção ambiental.

Tabela 25 - Empresas que realizaram actividades de protecção ambiental (%) nos Açores (Adaptado de: INE, 2010).

Sector de Actividade	2007	2008
Indústrias Extractivas	13%	33%
Indústrias Transformadoras	26%	28%
Electricidade, gás e água incluindo a captação, tratamento e distribuição de água	50%	38%
Total	26%	29%

Vários esforços, públicos e privados, têm sido empreendidos para contrariar pressões mencionadas e garantir sustentabilidade à actividade turística regional, assegurando que as características naturais das ilhas se mantêm protegidas e identificadas como prioridade de conservação. Um dos indicadores que poderá espelhar esses esforços é o número de Bandeiras

Azuis atribuídas a zonas balneares, marinas e portos de recreio nos Açores, que em 2010 foram 29, o valor mais alto dos últimos cinco anos (Tabela 26). Ressalva-se ainda a grande evolução que promoveu desde 1988, ano inicial do projecto, quando o arquipélago apenas contava com três Bandeiras Azuis.

Tabela 26 - Bandeiras Azuis nos Açores entre 2006 e 2010 (Adaptado de: ABAE, 2010).

Ilha	2006	2007	2008	2009	2010
Santa Maria	4	2	3	4	3
São Miguel	10	8	8	11	13
Terceira	10	10	10	10	9
São Jorge	0	0	0	1	1
Faial	1	2	2	2	3
Total	25	22	23	28	29

Relativamente aos instrumentos de gestão ambiental passíveis de serem adoptados por empresas e, por conseguinte, possibilitarem um contributo para a prática de *green business*, de acordo com os dados do Instituto Português de Acreditação (IPAC) (2010), nos Açores há catorze entidades com certificações na ISO 14001, sendo treze delas empresas de São Miguel, uma empresa da Terceira e a Câmara Municipal de Ponta Delgada (São Miguel). De todas estas certificações, apenas quatro são relativas a empresas a operar no sector turístico, mais propriamente estabelecimentos hoteleiros – Hotel Marina Atlântico (São Miguel), Terceira Mar Hotel (Terceira), Aparthotel do Mirante (São Miguel) e Hotel Royal Garden (São Miguel). Destes quatro empreendimentos, apenas o Hotel Royal Garden não se encontra registado no EMAS. De facto, segundo a APA (2010), apenas existe mais uma organização regional registada neste SGA, a Câmara Municipal de Ponta Delgada. Todavia, o Terceira Mar Hotel surge como um dos *case studies* no sector do turismo apresentados pela Comissão Europeia no site de apresentação do EMAS.

Os dados disponibilizados no site do Ministério da Economia revelam, ainda, que não há nenhum Rótulo Ecológico atribuído nos Açores e que, a nível nacional, apenas três foram concedidos a empresas a operar no sector turístico.

Através da ABAE, foram ainda identificados quatro diplomas Chave Verde em 2010, menos dois do que em 2008 e 2009 (Tabela 27), distinguindo a Quinta do Martelo (Terceira), as Casas de Campo A Abegoaria (Pico), a Casa da Torre (Pico) e a Quinta das Buganvílias (Faial), todas elas unidades de turismo em espaço rural.

Tabela 27 - Diplomas Chave Verde atribuídos entre 2008 e 2010 nos Açores (Adaptado: ABAE, 2010).

Ilha	2008	2009	2010
São Miguel	0	1	0
Terceira	1	1	1
Pico	2	2	2
Faial	3	2	1
Total	6	6	4

Entre 2007 e 2010, foram emitidas 16 licenças ambientais e nenhuma delas se prendeu com qualquer actividade turística, centralizando-se em centrais termoeléctricas, estações de tratamento de resíduos, aterros sanitários e em instalações do sector agro-alimentar e de produção animal (DRA, 2010). A nível de Estudos de Impacte Ambiental, parte integrante do processo de AIA, Pacheco (2008) refere que entre 2000 e 2007 foram realizados vinte para pedreiras, dez para estradas, seis para marinas, portos e docas, seis para unidades de produção de energia eléctrica (eólica, geotérmica e térmica) e três para novos hotéis.

Apesar de todo este enquadramento de promoção do desenvolvimento sustentável, a 17 de Março de 2010, o POTRAA, por proposta do Governo, foi suspenso parcialmente, conforme votação da Assembleia Legislativa Regional. Esta suspensão deveu-se aos constrangimentos administrativos que impediam a aprovação de licenciamento para ampliação ou construção de novas unidades hoteleiras nas ilhas de S. Miguel, Pico e S. Jorge (GRA, 2010). Apesar dos esforços no sentido de se promover um turismo sustentável para a Região, esta situação pode indicar que os valores económicos ainda subjagam este tipo de estratégias. Ainda assim, não se deve deixar de sublinhar o trabalho do Governo Regional no sentido de minimizar esta suspensão, recorrendo à bolsa de 1 551 camas (vide ponto 3.5.4.) nos casos do Pico, São Jorge e, potencialmente, Santa Maria.

4.3. Metodologia

A abordagem metodológica do estudo foi desenvolvida em diversas fases, procurando dotá-lo de informação de fontes credíveis e variadas que pudessem atestar a validade científica, de acordo com a realidade socioeconómica actual.

4.3.1. Amostra

Foi definido *a priori* que o estudo ficaria limitado ao sector do turismo, excluindo a restauração, o que reduz o universo em análise. Apesar da forte dinâmica de crescimento neste sector, o número de empresas a operar é relativamente reduzido.

Tabela 28 - Diferentes actividades do sector turístico nos Açores (Adaptado: DRT, 2010).

Sector	Actividades
Actividades Náuticas	<ul style="list-style-type: none">• Aluguer de embarcações com e sem tripulação• Aluguer de barcos à vela• Aluguer de outras embarcações• Passeios turísticos (vela e motor)• Canoagem, windsurf e surf• Táxi marítimo• Mergulho, escafandrista e actividades de apoio ao mergulho• Observação de cetáceos• Pesca turística e pesca desportiva• Outros serviços
Agências de Viagens	<ul style="list-style-type: none">• Agências de viagens
Animação Turística	<ul style="list-style-type: none">• Karting• Termas• Parques temáticos• Golfe e minigolfe• Passeios turísticos em aeronaves• Passeios de natureza turística em BTT, moto4 e scooters• Passeios de natureza turística em VTT e outros veículos• Salas de congressos, seminários e conferências• Actividades equestres• Espeleologia, alpinismo e montanhismo• Percursos pedestres• Pára-queda, balonismo e parapente• Organização de eventos• Actividades e serviços de animação ambiental• Outras actividades
Empreendimentos Turísticos	<ul style="list-style-type: none">• Hotelaria
Rent-a-car	<ul style="list-style-type: none">• Aluguer de carros
Turismo em Espaço Rural	<ul style="list-style-type: none">• Turismo rural• Turismo de habitação• Casas de campo

Dada a dificuldade em encontrar dados oficiais actualizados sobre o número de empresas, foi solicitado a diversas entidades públicas a sua indicação, podendo ressaltar-se o inestimável contributo do Observatório Regional do Turismo (ORT), da Delegação de Turismo de São Miguel e da Direcção Regional de Turismo (DRT). Esta última entidade forneceu uma lista exhaustiva com a indicação das diferentes empresas a operarem nas diversas áreas relacionadas com o turismo nos Açores (Anexo II). Assim, segundo os dados da DRT, podemos definir os seguintes sectores de actividade e as respectivas actividades que os compõem (Tabela 28).

O somatório das entidades a desenvolver as diferentes actividades turísticas é de 452, mas este número resulta da repetição da contabilização de empresas que operam em vários sectores de actividade (*e.g.* actividades náuticas e actividades terrestres), da contabilização de sucursais como entidades individuais e da contabilização de cada unidade hoteleira *per si* (Tabela 29).

Tabela 29 - Actividades turísticas por ilha nos Açores (Adaptado de: DRT, 2010).

	Santa Maria	São Miguel	Terceira	Graciosa	São Jorge	Pico	Faial	Flores	Corvo	Total
Actividades Náuticas	11	37	14	2	4	14	16	7	1	106
Agências de Viagens	1	24	11	2	3	6	5	0	0	51
Animação Turística	1	23	7	1	0	4	2	0	0	38
E. Turísticos	4	43	17	3	2	4	6	2	1	82
Rent-a-car	3	24	11	3	5	6	5	4	0	61
Turismo Rural	3	43	15	5	4	27	16	1	0	114
Total	23	194	75	16	18	61	50	14	2	452

Esta elencação necessitou, portanto, de ser trabalhada, uma vez que a contabilização extraída da lista da DRT desvirtuava o cálculo do universo e, por conseguinte, da amostra. Procedeu-se, então, a uma selecção consoante os seguintes critérios:

1. Cruzaram-se os diversos sectores de actividade, procurando averiguar a existência da duplicação de determinadas empresas, eliminando-se cada uma das repetições. Verificou-se que esta situação era particularmente recorrente nas empresas que desenvolvem animação turística, pois exploram também a vertente das actividades náuticas. É igualmente frequente no Turismo Rural, onde alguns proprietários deste tipo de alojamento procuram oferecer actividades de animação turística.
2. No sector das agências de viagem e no sector do rent-a-car, não se consideraram as sucursais, partindo-se do pressuposto que a estratégia empresarial é decidida pela gestão de topo, abrangendo todos os espaços comerciais da empresa.

3. Para os empreendimentos turísticos, considerou-se cada unidade por si, pois a gestão das unidades hoteleiras é geralmente individualizada. No entanto, excluíram-se casos pontuais, onde se verificou que as políticas de gestão eram transversais no grupo (e.g., Grupo Bensaúde).
4. No sector do turismo rural, uma vez que há empresários/empresas que detêm diversos estabelecimentos, optou-se por considerar cada empresário/empresa individualmente e não cada unidade de alojamento.

Após a aplicação destes critérios, apurou-se que o número de empresas a operar no sector turístico dos Açores, ou seja, o universo do estudo é de 376 empresas.

Apesar dos vários esforços, incluindo do ORT, apenas participaram no estudo 46 empresas, constituindo-se assim os dados recolhidos para a investigação. Esta situação acarretou naturais limitações à investigação. Todavia, era uma condição expectável, dados os alertas avançados pelo próprio ORT que referiu não ser habitual uma elevada taxa de resposta e participação.

4.3.2. Questionário

Uma vez que se optou por proceder a uma recolha de dados de fonte primária e que se pretendia um estudo original com a agravante de ser uma área ainda pouco explorada em outros estudos, conforme atestado por Moniz (2009), procurou-se conceber um questionário novo, adaptado à investigação e que pudesse permitir o cumprimento dos objectivos definidos para a investigação. Este questionário foi posteriormente distribuído pelas diversas empresas a operar no sector turístico nos Açores.

Antes da sua aplicação, promoveu-se a sua validação junto de fontes credíveis e experientes. Procurou-se, sobretudo, encontrar eventuais dificuldades na compreensão das questões, na ambiguidade das respostas e na abrangência do estudo.

O questionário está estruturado de forma sequencial, garantindo que os empresários e/ou gestores que o preenchessem tivessem a percepção de que se tratava de um estudo aplicado a empresas e à cultura empresarial e não tanto à opinião individual de cada indivíduo (Anexo I).

A primeira parte do questionário visa a caracterização genérica das empresas que participam no estudo, procurando definir sectores de actividade, volume de negócios e número de trabalhadores de cada uma delas (pergunta 1 à pergunta 3).

A segunda parte apresenta questões com o objectivo de compreender a relação de cada empresa com o ambiente a nível comercial e estratégico, nomeadamente através do seu posicionamento de marketing. É importante constatar se, de facto, as empresas entendem as características naturais dos Açores como factores diferenciadores no mercado e se as capitalizam enquanto nessas condições (pergunta 4 à pergunta 9).

A terceira parte do questionário está orientada para a percepção da relação que as próprias empresas promovem com o ambiente no sentido da sua preservação e protecção. Neste campo, procura-se compreender se o ambiente é encarado como uma mais-valia que deve ser tida em consideração no planeamento estratégico e se há a implementação de sistemas de gestão ambiental ou a adopção de comportamentos ambientalmente responsáveis. Há ainda a intenção de perceber quais as reais motivações que levam ao relacionamento voluntário com o ambiente, procurando saber se são meramente comerciais ou se há reais preocupações de sustentabilidade (pergunta 10 à pergunta 16).

Finalmente, na quarta parte, há uma abordagem específica aos instrumentos de gestão ambiental, procurando perceber qual o investimento que as empresas normalmente lhes destinam e qual o retorno que daí esperam. Estas indicações poderão revelar se o investimento em instrumentos de gestão ambiental é uma aposta forte, de carácter estratégico, ou se é entendido como algo de curto prazo, sem grandes resultados (pergunta 17 à pergunta 20).

Procurou-se construir um documento simples, objectivo e de fácil preenchimento, sem que, contudo, colocasse em causa a validade científica da investigação. Para além de se aspirar pragmatismo na sua aplicação, atendeu-se à disponibilidade de tempo dos indivíduos que preencheriam o formulário. Elaboraram-se questões de escolha múltipla, escalas de Likert e questões do tipo binomial (sim/não).

O ano de referência do estudo foi 2010 e pretendia-se aplicar o questionário durante a época média e a época alta do turismo nos Açores, ou seja, entre Março e Setembro, já que é nesta altura que as empresas turísticas estão no auge da sua actividade e se deparam com decisões estratégicas fundamentais.

A divulgação do questionário desenvolvido tornou-se fundamental, nomeadamente tendo em conta a habitual taxa elevada de não resposta. Neste sentido, procurando credibilizar o estudo junto das empresas e procurando reforçar a importância de respostas francas, solicitou-se o apoio a diversas entidades públicas directamente ligadas ao sector do turismo, com o intuito de divulgarem o estudo e solicitarem resposta ao questionário. Contou-se com o apoio do ORT, da Delegação de Turismo de São Miguel e da DRT. A divulgação procedeu-se de forma electrónica,

através de e-mail, possibilitando o preenchimento online do inquérito de uma forma simples, acessível e extremamente rápida.

4.3.3. Tratamento e análise de dados

O método de recolha electrónica dos dados permitiu a agregação das respostas automaticamente, facilitando a construção de uma base de dados e o seu tratamento estatístico através do programa SPSS.

O trabalho de análise procurou caracterizar variáveis e identificar tendências das empresas que integram a amostra. Pretendeu-se, igualmente, estabelecer o relacionamento entre algumas dessas variáveis, nomeadamente tentando perceber quais os factores que influenciam as empresas a adoptar práticas ambientais e quais as principais obstáculos que as impedem de o fazer.

4.4. Resultados obtidos e discussão

Através das questões iniciais, destinadas à caracterização das empresas que responderam ao questionário, constatou-se que metade delas são do sector hoteleiro, onde se incluem empreendimentos turísticos e turismo rural. A amostra foi ainda constituída por 34,8% de empresas de animação turística, incluindo operadores marítimo-turísticos e de mergulho, 6,5% de agências de viagem, 6,5% de rent-a-car e 2,2% de outras actividades.

Praticamente 74% das empresas participantes apresenta um volume de negócios inferior a 500 000€, enquanto apenas 8,4% atingem volumes de negócio superiores a 2 500 000€. Simultaneamente, 69,6% têm menos de 5 trabalhadores, enquanto 10,9% têm entre 20 a 50 trabalhadores e apenas 4,3% têm mais do que 50. Considerando a realidade empresarial da Região Autónoma dos Açores, onde a grande maioria das empresas são PME's (IAPMEI, 2008), estes resultados já eram esperados.

Quando questionadas sobre que “recursos naturais exploram directa ou indirectamente”, as respostas concentraram-se sobretudo na paisagem, com mais de 50% das empresas a escolherem esta opção, e, logo de seguida, o mar. Não responderam a esta questão 23,9% das empresas participantes no estudo (Figura 9).

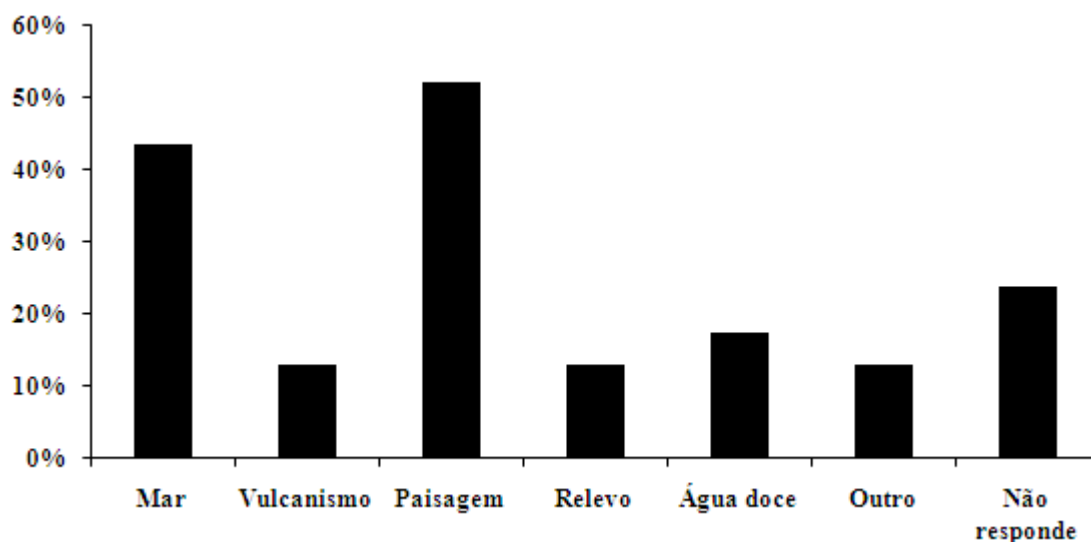


Figura 9 - Recursos naturais explorados pelas empresas do sector turístico.

Verifica-se que 87% das empresas participantes “concordam totalmente” que o ambiente é um importante factor de desenvolvimento socioeconómico dos Açores, ao passo que 10,9% “concordam” com esta afirmação. No entanto, quando confrontadas com a necessidade de ordenar os três pilares do conceito de desenvolvimento sustentável, ambiente, economia e sociedade, 41,3% responderam os três ao mesmo nível e apenas 19,6% colocaram o ambiente isoladamente em primeiro lugar nessa ordenação (17,4% mais 2,2%) (Tabela 30).

Tabela 30 - Classificação dos pilares de desenvolvimento sustentável no desenvolvimento dos Açores

Ordenação	%
Os três ao mesmo nível	41,3%
1.º Ambiente, 2.º Sociedade, 3.º Economia	17,4%
1.º (Ambiente+Economia); 2.º Sociedade	13,0%
1.º Sociedade, 2.º Ambiente, 3.º Economia	10,9%
1.º (Sociedade+Ambiente), 2.º Economia	8,7%
1.º Economia, 2.º Ambiente, 3.º Sociedade	2,2%
1.º Economia, 2.º Sociedade, 3.º Ambiente	2,2%
1.º Ambiente, 2.º Economia, 3.º Sociedade	2,2%
1.º Sociedade, 2.º Economia, 3.º Ambiente	2,2%
1.º (Economia+Sociedade), 2.º Ambiente	0,0%

Nas questões direccionadas para as políticas de mercado, 78,3% das empresas concordou totalmente que as características ambientais representam uma mais-valia na competição em mercados internacionais, enquanto 19,6% concordaram com esta indicação. De ressaltar que nenhuma empresa revelou qualquer tipo de discordância neste caso. Nesse seguimento, 84,8% da

amostra afirmou utilizar ou já ter utilizado as características ambientais regionais como elemento de diferenciação de produtos ou serviços, enquanto 10,9% ainda não o fez, mas perspectiva fazê-lo. Nas estratégias de marketing e publicidade, dos elementos naturais mais utilizados pelas empresas que integraram o estudo, destacam-se os elementos da paisagem (63%), elementos do mar (50%) e elementos da biodiversidade (47,8%) (Tabela 31). Regista-se ainda que 10,9% das empresas não responderam a esta questão.

Tabela 31 - Elementos considerados em estratégias de marketing e publicidade.

Elementos	%
Elementos naturais relacionados com a paisagem	63,0%
Elementos naturais relacionados com o mar	50,0%
Elementos da Biodiversidade	47,8%
Elementos naturais relacionados com o vulcanismo	19,6%
Qualidade das águas balneares	13,0%
Clima	13,0%
Elementos da Geodiversidade	8,7%
Qualidade do ar	6,5%
Praias com Bandeira Azul	2,2%

Procurou-se perceber, também, o tipo de relação promovida pelas empresas com o ambiente e verificou-se que 78,3% das mesmas nunca realizou uma avaliação do seu desempenho ambiental. Paradoxalmente, regista-se que 80,4% das empresas envolve o ambiente no seu planeamento estratégico, e 50% delas diz possuir uma política ou programa ambiental formalizado com objectivos definidos.

Relativamente à adopção de práticas de gestão ambiental, a separação de resíduos destaca-se com 73,9% como prática instalada nas empresas participantes. Igualmente relevante é utilização de mecanismos de redução do consumo de energia eléctrica (60,9%), do mesmo modo que a utilização de produtos biodegradáveis ou ecológicos de limpeza (54,3%) e a reutilização de resíduos (43,5%). Numa dimensão mais reduzida, surge a utilização de reguladores de água (30,4%), o privilégio de relações com entidades que adoptam práticas ambientais (28,3%) e a utilização de água da chuva após recolha (26,1%) (Tabela 32). Não responderam 6,5% das empresas.

Tabela 32 - Práticas ambientais adoptadas pelas empresas

Práticas	%
Separação de resíduos para reciclagem	73,9%
Mecanismo de redução do consumo de energia eléctrica	60,9%
Produtos biodegradáveis ou ecológicos de limpeza	54,3%
Reutilização de resíduos	43,5%
Reguladores de água	30,4%
Privilégio de relações com entidades que adoptam práticas ambientais	28,3%
Água da chuva, após recolha (lavagem e rega)	26,1%
Energias alternativas/renováveis	15,2%
Controlo de emissões para a atmosfera	13,0%
Controlo do ruído	13,0%
Produtos biodegradáveis ou ecológicos para tratamento de piscinas	8,7%
Reutilização da água (rega e lavagem)	8,7%

Apesar de tudo, 48,7% das empresas inquiridas nunca adoptou instrumentos de gestão ambiental, sendo os instrumentos mais usados os ecopontos, em 43,5%, e os guias de boas práticas, em 32,6% das empresas. A nível de certificações, regista-se apenas 4,3% das empresas com ISO 14001, 2,2% com Rótulo Ecológico e 6,5% com Chave Verde (Tabela 33).

Tabela 33 - Adopção de instrumentos de gestão ambiental.

Instrumentos de gestão ambiental	%
Não adopta	47,8%
Ecopontos	43,5%
Guia de boas práticas	32,6%
Código de condutas	15,2%
Chave Verde	6,5%
ISO 14001	4,3%
Rótulo Ecológico	2,2%
Avaliação de desempenho ambiental	2,2%
Ecodesign	2,2%
EMAS	0,0%
Agenda 21 Turismo	0,0%
Contabilidade ambiental	0,0%
Avaliação de locais e organizações	0,0%

A protecção do ambiente é o objectivo mais apontado (80,4%) para a adopção deste tipo de instrumentos, mas 67,4% das empresas do estudo refere que a redução de custos é também um dos objectivos. De referir ainda que a ética é igualmente um objectivo muito referido (60,9%), na mesma medida que a melhoria da imagem da empresa (58,7%). Abaixo destas referências surge

ainda a optimização de recursos, com 43,5%, e a fidelização de clientes, com 34,8%. Em último lugar, surge a abordagem a novos mercados, que vem, de certa forma, reforçar as indicações de fraca apetência pela internacionalização das empresas dos Açores (Figura 10).

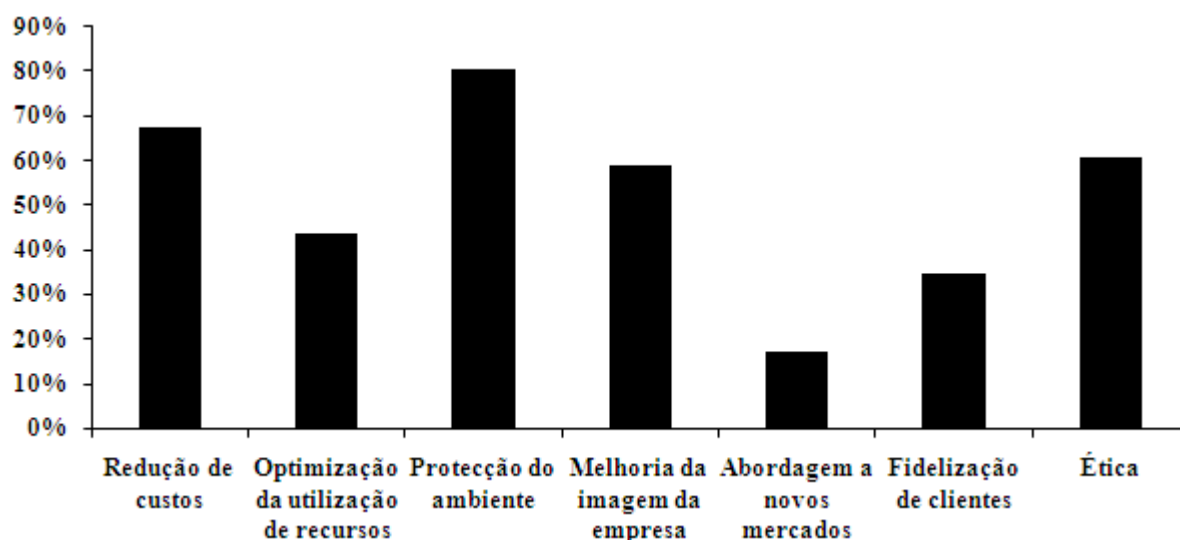


Figura 10 - Objectivos na adopção de instrumentos de gestão ambiental.

Foi igualmente intenção do estudo perceber que barreiras impedem as empresas de adoptar instrumentos de gestão ambiental, procurando compreender se essas barreiras estariam relacionadas com uma ausência de consciência ambiental, com uma fraca percepção dos benefícios que daí derivam ou com dificuldades de operacionalização. Assim, 39,1% das empresas apontam o investimento necessário (capital, tempo ou recursos humanos) como um dos motivos que as desencorajam, seguido da falta de acompanhamento ou assistência especializada, com 34,8%. Estas empresas indicam ainda, na mesma medida, o desconhecimento dos instrumentos disponíveis e a ausência de benefícios que superem os custos e esforços necessários, com 30,4%, como motivos para a não adopção de instrumentos de gestão ambiental. A complexidade do processo de operacionalização (28,3%), a falta de vantagens para a empresa (26,1%) e o tempo de recuperação do investimento (23,9%) são outras opções que colhem várias referências (Tabela 34). Registou-se ainda que 4,3% das empresas não responderam.

Tabela 34 - Motivos que impedem as empresas de adoptar instrumentos de gestão ambiental.

Motivos	%
Investimento necessário	39,1%
Falta de acompanhamento especializado e assistência técnica	34,8%
Desconhecimento dos instrumentos disponíveis	30,4%
Benefícios não superam os custos/esforços	30,4%
Complexidade do processo de operacionalização	28,3%
Falta de vantagens para a empresa	26,1%
Tempo de recuperação do investimento	23,9%
Despreocupação com o ambiente	6,5%
Outra	4,3%
Desinteresse por este tipo de projectos	2,2%

As vantagens que resultam da adopção de instrumentos de gestão ambiental estão, sobretudo, relacionadas com a melhoria da imagem da empresa (de acordo com 43,5% das inquiridas). De seguida, surge o aumento da satisfação dos clientes, com 37%, a optimização da utilização de recursos, com 30,4%, a redução de custos, com 26,1%, e o surgimento de factores de diferenciação, com 23,9% (Tabela 35). Regista-se o facto de 34,8% das empresas não terem respondido a esta questão, o que se entende, pois um número elevado das participantes no estudo afirmou não ter adoptado nenhum instrumento de gestão ambiental.

Tabela 35 - Vantagens da adopção de instrumentos de gestão ambiental.

Vantagens	%
Melhoria da imagem da empresa	43,5%
Aumento da satisfação dos clientes	37,0%
Optimização da utilização de recursos	30,4%
Redução de custos	26,1%
Factores de diferenciação no mercado	23,9%
Aumento da satisfação dos trabalhadores	15,2%
Melhoria da relação com fornecedores	10,9%
Outra	2,2%

A nível de investimento necessário para implementar um instrumento de gestão ambiental, verifica-se que 26,1% das respostas registadas apontam uma necessidade de menos de 1 000€ (Figura 11). Não responderam 34,8% das empresas.

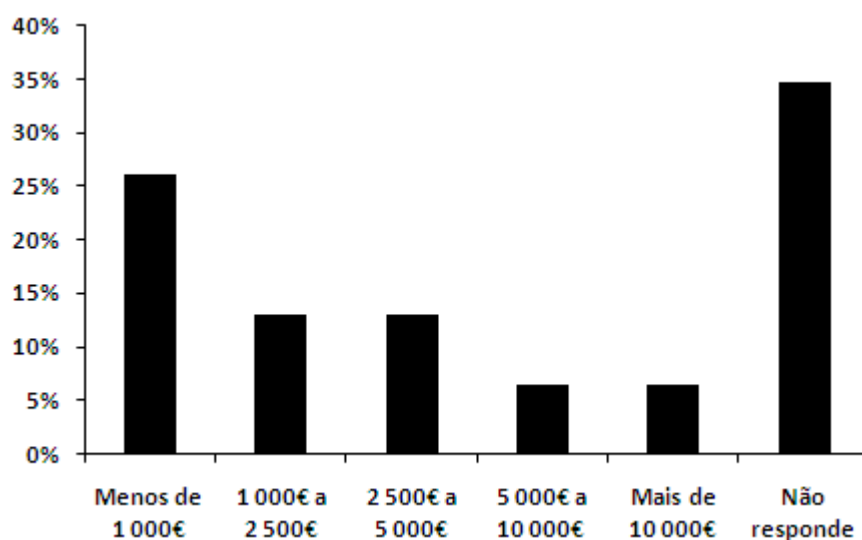


Figura 11 - Investimento necessário para implementar um instrumento de gestão ambiental.

Constata-se também que 28,3% das respostas apontam o retorno desta implementação como inferior a 1 000€, enquanto 43,5% das empresas não responde (Figura 12).

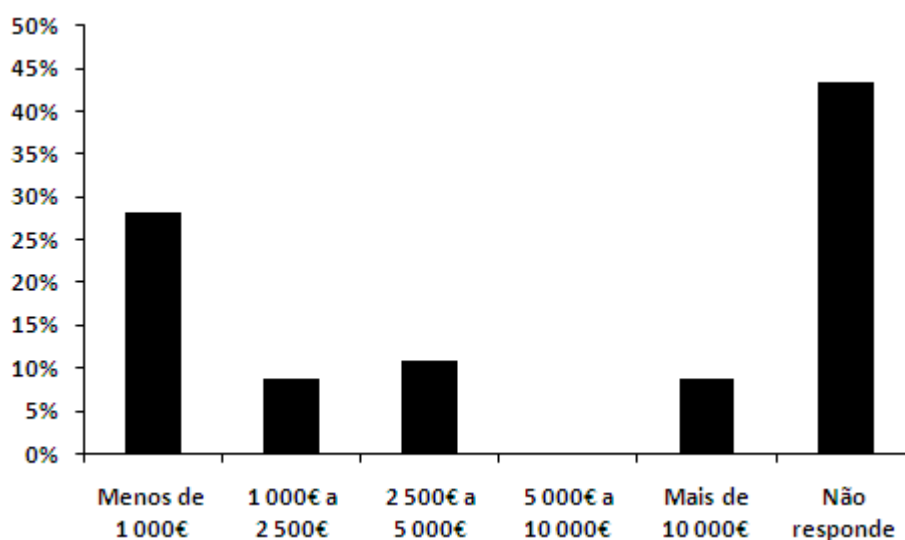


Figura 12 - Retorno esperado dos investimentos em instrumentos de gestão ambiental.

Finalmente, os benefícios que resultam directamente dos instrumentos de gestão ambiental, são a melhoria da imagem da empresa (39,1%), a redução de custos (28,3%) e o aumento da satisfação dos clientes (26,1%) (Figura 13). Não responderam 43,5% das empresas.

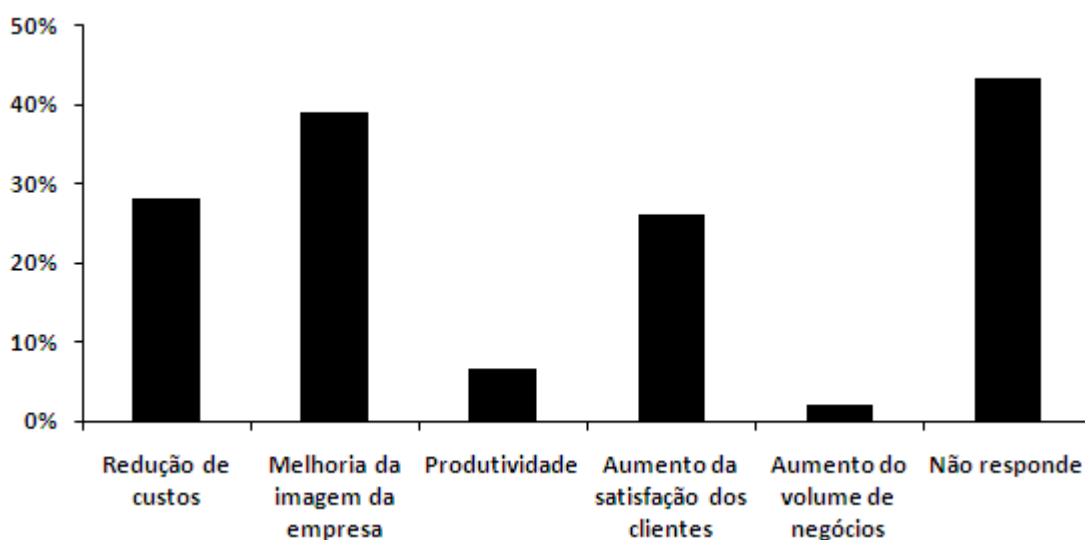


Figura 13 - Benefícios resultantes da adoção de instrumentos de gestão ambiental

Após a identificação e caracterização da amostra, entendeu-se pertinente procurar um eventual relacionamento entre algumas delas, de modo a perspectivar que indicadores poderiam influenciar o comportamento das empresas turísticas face ao ambiente. Todavia, as limitações da dimensão da amostra inviabilizaram conclusões inequívocas, revelando apenas indícios que abrem espaço a estudos mais profundos.

Uma das questões que se pretendia comprovar era o relacionamento da dimensão da empresa com as práticas ambientais que, conforme aventado por O'Neill e Alonso (2009), são muito mais frequentes nas grandes empresas, mas que, em termos estratégicos, ganham particular importância nas PME's, dada a sua relevância para o sector empresarial. É perceptível que essa situação é ainda mais premente na Região Autónoma dos Açores, onde mais de 95% são PME's.

Assim, através de testes não paramétricos, procurou-se perceber se o volume de negócios e o número de trabalhadores, indicadores da dimensão das empresas, estariam relacionados com a identificação do ambiente como factor importante para o desenvolvimento socioeconómico dos Açores, com o reconhecimento das características naturais dos Açores como mais-valia na competição em mercados internacionais, com o investimento necessário para implementar instrumentos de gestão ambiental e com o retorno que deriva dessa implementação. Identificaram-se indícios de que o ambiente pode ser encarado pelas maiores empresas (volume de negócios superior a 2 500 000€ ou mais de 50 trabalhadores) como uma mais-valia competitiva em mercados internacionais, o que, de certa forma, não é surpreendente, dado que são estas empresas que procuram mais frequentemente a internacionalização.

Verificou-se, também, a tendência de relacionamento entre as empresas mais pequenas (volume de negócios inferior a 500 000€ ou menos de 5 trabalhadores) e o investimento necessário para implementar instrumentos de gestão ambiental. Verificou-se que há a possibilidade de as empresas que tenham entre 10 a 20 trabalhadores estarem mais relacionadas com o retorno deste tipo de investimento. Comprovou-se, ainda, que há uma correlação entre o investimento e o retorno esperado, o que pode revelar que as empresas apenas investem em instrumentos de gestão ambiental porque é bom para ao negócio, conforme sustentado por Hendry e Vesilind (2005).

Dada a distribuição de frequências na classificação dos factores de desenvolvimento sustentável nos Açores, entendeu-se pertinente proceder a uma reformulação da variável, construindo três grupos: 1) o das empresas que colocam o ambiente em primeiro lugar; 2) o das empresas que não colocam o ambiente em primeiro lugar; e 3) o das empresas que consideram que ambiente, sociedade e economia estão ao mesmo nível. Verificou-se então, através de testes de chi-quadrado, que há indícios de que as empresas do sector hoteleiro não vêm o ambiente como primordial, escolhendo preferencialmente o grupo 2. Contudo, nota-se a tendência de empresas de animação turística indicarem que os três factores estão ao mesmo nível. Surpreendentemente, regista-se maior propensão de empresas com volume de negócios inferior a 500 000€ para indicarem o ambiente como factor principal para o desenvolvimento dos Açores e de o incluírem no seu planeamento estratégico. Esta situação poderá indicar uma maior proximidade das PME's com a natureza, como acontece no turismo rural ou na animação turística.

A nível de desempenho ambiental, registou-se que 25% das empresas de animação turística já fizeram a sua avaliação, enquanto apenas 21,7% das empresas hoteleiras a realizou. No entanto, verificou-se uma tendência das primeiras incluírem o ambiente no seu planeamento estratégico, enquanto essa tendência é menos evidente nas empresas hoteleiras. Apesar de tudo, não se consegue identificar uma propensão para a adopção de uma política ambiental nestas empresas e apenas se regista a possibilidade de empresas que não têm política ambiental não envolverem o ambiente no seu planeamento estratégico. Foi também possível considerar que há possibilidade de empresas que consideram o ambiente no planeamento estratégico serem mais propensas à adopção de instrumentos de gestão ambiental.

Registaram-se igualmente indícios de que as empresas que utilizam elementos naturais dos Açores nas suas estratégias de marketing e publicidade têm efectivamente em consideração o

ambiente no seu planeamento estratégico. Curiosamente, o mesmo se regista em empresas que não utilizam as mesmas estratégias de marketing.

Verificou-se maior propensão no sector da animação turística, no sector hoteleiro e no sector de rent-a-car para a adopção de instrumentos de gestão ambiental, do mesmo modo que se verificaram indícios de que as empresas que já realizaram avaliações de desempenho ambiental adoptam este tipo de instrumento. Paradoxalmente, não se verifica uma relação entre a adopção de instrumentos de gestão ambiental e as empresas que concordam totalmente com a importância do ambiente no desenvolvimento socioeconómico da Região e nota-se a possibilidade de empresas que não têm política ambiental não adoptarem estes instrumentos.

V. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A produção de conclusões objectivas a partir de qualquer investigação é um ponto fundamental para que os seus resultados possam criar mais-valias e contribuir para processos de desenvolvimento e melhoria de qualquer actividade. Neste sentido, a partir do quadro teórico do *green business* e do turismo sustentável é possível interpretar os dados recolhidos no estudo realizado às empresas do sector turístico da Região Autónoma dos Açores, formulando, igualmente, recomendações e aconselhando rumos de acção que possibilitem o aproveitamento concreto das conclusões extraídas.

Ao longo da investigação, foram notórias as dificuldades de abordar a relação empresa-ambiente com vários gestores e elementos ligados ao turismo. Apesar de a grande maioria revelar que o ambiente deve ser encarado de uma forma estratégica e que deve ser preservado, quando a discussão se centra no contributo efectivo das empresas há uma considerável relutância a aprofundar o tema. A falta de interesse pela temática ficou bem expressa pela reduzida participação no estudo.

Não obstante, as entidades públicas, como o ORT, a DRT e a Delegação de Turismo de São Miguel, mostraram sempre que essa é uma preocupação crescente na sua actividade e que é de extrema importância passar uma mensagem para as entidades privadas. Ainda assim, a suspensão do POTRAA no início do ano de 2010 pode fomentar uma

Se o POTRAA foi elaborado com vista à sustentabilidade do turismo, poder-se-á considerar que esta corre alguns riscos, uma vez que foi suspenso no início do ano de 2010. Repare-se que esta suspensão se deveu à necessidade de ultrapassar os limites de camas definidos para 2015, ou seja, menos de dois anos após a aprovação e cinco anos antes do horizonte temporal, o que está a fomentar uma forte apreensão, nomeadamente nos meios mais pró-ambientalistas.

A National Geographic Traveler (2007), apesar de premiar a Região com a distinção de segundo melhor destino (de ilhas) de turismo sustentável do mundo, alertava que começava a surgir um desenvolvimento inadequado. Na mesma linha estão os dados do SIDS (APA, 2007) que revelam que no pico da época alta nos Açores (mês de Agosto) o índice de intensidade turística indica a prática de um turismo insustentável. Neste contexto, os efeitos da pressão das actividades de *whale watching* são cada vez mais evidentes, levando mesmo o Governo Regional a ter que limitar a actividade em 2010 e, previsivelmente, em 2011.

Neste cenário de macro-enquadramento, a principal bibliografia de referência, assim como os documentos de definição estratégica recomendam a potenciação do ecoturismo, do agroturismo e do turismo rural como possíveis soluções para a sustentabilidade do turismo nos Açores, nomeadamente se a essas actividades se acoplar a utilização de energias alternativas. A qualificação do destino é igualmente importante, evitando a sua massificação e apostando em actividades de elevado valor acrescentado, como o turismo de bem-estar e saúde.

A nível da gestão e da actividade empresarial, constata-se que o ambiente é referido como um importante factor de desenvolvimento da Região e que deve ser preservado e protegido. É claramente perceptível que as características naturais das ilhas se assumem como factores diferenciadores nos mercados internacionais e que as empresas do sector turístico as capitalizam para apresentar os seus produtos e serviços.

Contudo, é possível verificar, na mesma medida, que existe uma grande dificuldade de compreensão da linguagem relacionada com o ambiente, com desenvolvimento sustentável e com a integração do turismo nesta realidade. Esta situação é particularmente notória quando a generalidade das empresas afirma nunca ter realizado uma avaliação de desempenho ambiental, mas integrar o ambiente no seu planeamento estratégico.

Os resultados do presente estudo sugerem que as empresas têm efectivamente um pensamento economicista quando investem em instrumentos de gestão ambiental, ou seja, verificou-se que existe relação entre o investimento realizado e o retorno esperado. Não obstante, tanto o investimento como o retorno são relativamente baixos, normalmente abaixo de 1 000€ o que pode revelar que a implementação de instrumentos de gestão ambiental não é uma prioridade das empresas ou sequer considerada uma mais-valia a longo prazo. Há, pois, indícios de falta de investimento estruturante que adapte as actividades empresariais a uma verdadeira relação de equilíbrio com o ambiente.

Para além disso, foi igualmente importante verificar que a melhoria da imagem empresarial é a principal vantagem citada resultante da adopção de práticas ambientais. Esta situação revela que, para este tipo de comportamento, podem existir mais motivações comerciais do que motivações ambientais e de preocupação com os impactes da actividade empresarial nos meios naturais.

Tendo em conta estas conclusões, existem recomendações que surgem naturalmente e que podem contribuir para melhorar as práticas de *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores. Estas não se limitam apenas às empresas, expandindo-se também às

entidades públicas, nomeadamente as que procuram mobilizar a iniciativa privada para a adopção de práticas sustentáveis nas suas actividades.

O estudo sugere que existem dificuldades, por parte das empresas, na compreensão da linguagem relacionada com ambiente, o que dificulta a transmissão da mensagem de que sem protecção e preservação ambiental, o futuro económico das actividades, directa ou indirectamente, ligadas ao aproveitamento de recursos e características naturais das ilhas fica comprometido, o que é também sustentado por Rotheroe *et al.* (2003). Nesse sentido, é de grande importância rever a linguagem utilizada, tornando-a mais acessível e capaz de relacionar facilmente a adopção de práticas ambientais com os benefícios inerentes para a actividade empresarial. Se necessário, dever-se-á traduzir a rigidez científica de alguns conceitos para se conquistar objectividade e possibilitar uma compreensão mais rápida e eficaz.

Num sentido estratégico, será igualmente importante a estruturação de um código de boas práticas para o *green business* e para o turismo sustentável nos Açores. Poderá ser encarado como um instrumento de complementaridade de outros documentos, como o POTRAA e o PENT. Este código de boas práticas deverá ser construído com uma linguagem acessível e objectiva que facilite a transposição dos requisitos em práticas adaptáveis à realidade de uma empresa, de forma quase imediata e intuitiva.

Um desafio que se poderá lançar às entidades públicas no âmbito deste enquadramento é a criação de uma bolsa de consultores em ambiente, da mesma forma que foi construída uma bolsa de consultores em gestão empresarial em 2009. Estes consultores teriam como principal objectivo proceder à avaliação do desempenho ambiental das empresas que requisitassem os seus serviços. Seria uma forma expedita de ajudar as empresas a identificarem os impactes resultantes das suas actividades e a margem que possuem para adoptar medidas que os minimizem, melhorando os seus resultados globais.

Finalmente, uma mensagem bastante importante a passar às empresas, que de certo recolherá a sua atenção, prende-se com o pensamento e processo de decisão dos consumidores. Dever-se-á mostrar claramente que cada vez mais consumidores, nomeadamente os que têm maior poder de compra, são muito rigorosos na protecção e preservação do ambiente e penalizam a má gestão dos recursos naturais. É fundamental passar a mensagem que a variável ambiental integra o processo de decisão, ganhando cada vez maior influência.

Do ponto de vista prático, afigura-se relevante sumarizar a investigação numa matriz SWOT, facilitando a identificação dos aspectos positivos e negativos do *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores (Tabela 36). Este instrumento poderá ser o ponto de

partida para futuras investigações ou para a estruturação de documentos de enquadramento estratégico e operacional.

Tabela 36 - Matriz S.W.O.T. do *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores.

<u>Pontos Fortes</u>	<u>Pontos Fracos</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Aposta estratégica do Governo Regional na sustentabilidade do desenvolvimento socioeconómico. • POTRAA. • Progressiva adopção de práticas ambientais. • Consciencialização da importância do ambiente para o desenvolvimento da Região. • Melhoria da imagem empresarial resultante da adopção de práticas ambientais. • Aproveitamento das características naturais das ilhas como factores distintivos para diferenciação no mercado. • Serviços de proximidade com a natureza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificuldade do entendimento da linguagem ambiental. • Visão redutora, centrada no economicismo, negligenciando a componente ambiental. • Dificuldade de pensamento estratégico relativamente ao ambiente. • Sazonalidade muito acentuada. • Ausência de uma política ambiental formalizada nas empresas. • Gestão não optimizada dos recursos naturais. • Falta de interesse na relação das empresas com o ambiente. • Falta de conhecimento da fragilidade ambiental das ilhas. • Suspensão do POTRAA. • Intensidade turística em Agosto.
<u>Oportunidades</u>	<u>Ameaças</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento internacional da qualidade do destino. • Excelentes condições para ecoturismo, agroturismo e turismo rural. • Diferenciação e qualificação do destino. • Turismo de saúde e bem-estar. • Turismo de natureza. • <i>Meeting Industry</i>. • Actividades marítimo-turísticas. • Procura de destinos menos massificados e mais diferenciados por parte do mercado internacional. • Incentivos à certificação ambiental. • Aumento progressivo das ligações aéreas com mais destinos. • Criação de bolsas de negócios sustentáveis. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exigências ambientalistas dos consumidores com maior poder de compra. • Evidências de desenvolvimento inadequado percebidas no mercado externo. • Fragilidade de ecossistemas terrestres e marinhos das ilhas. • Fragilidade das zonas costeiras. • Perigo de massificação. • Limitação da observação de cetáceos. • Condicionamento das ligações aéreas. • Preço das estadias mais favoráveis em mercados concorrentes. • Privilégio do <i>touring</i> às actividades de valor acrescentado. • Exploração de recursos de forma não sustentada. • Alterações climáticas.

Caracterização do *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores

João Crispim Ponte

No desenvolvimento do turismo nos Açores, as decisões de curto prazo podem ter sérias repercussões a médio e a longo prazo. Apesar do reconhecimento internacional das qualidades ambientais dos Açores e da sustentabilidade actual da actividade turística na Região, é essencial tomar consciência, quer a nível público, quer a nível privado, que o passado não assegura o futuro e que o trabalho para se promover o desenvolvimento sustentável é contínuo e em constante adaptação, devendo ser monitorizado e reavaliado com frequência, com consonância com indicadores estratégico de desempenho.

BIBLIOGRAFIA

ABAE (2010). *Guia de Interpretação e Explicação do Programa “Chave Verde”*. Acedido a 13 de Fevereiro de 2010 em:

http://www.abae.pt/programa/ChaveVerde/documentacao/guia_de_interpretacao_e_explicacao_da_campanha2011.pdf

ABAE (2010). *Guia de Critérios – Programa Bandeira Azul*. Acedido a 13 de Fevereiro de 2010 em: <http://www.abae.pt/programa/BA/guias.php>.

Agência Portuguesa do Ambiente (2007). *Sistema de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável – SIDS Portugal*. Agência Portuguesa do Ambiente, Lisboa. Acedido a 13 de Fevereiro de 2010 em:

<http://www.apambiente.pt/Instrumentos/sids/Documents/SIDS%202007/SIDS%20Portugal.pdf>

ATA (2007). *Açores Meeting Industry*. Associação de Turismo dos Açores. Ponta Delgada. Acedido a 4 de Setembro de 2010 em:

http://www.ana.pt/ucm/groups/acoeres/documents/documento/mkt_004441.pdf.

Barnard, J.W. (1990). *Exxon collides with the “Valdez Principles”*. *Business and Society Review*, pp. 32-35.

Birkin, F., Cashman, A., Koh, S.C.L., Liu, Z. (2009). *New Sustainable Business Models in China*. *Business Strategy and the Environment*, 18, pp. 64-77.

Borges, P.A.V., Bried, J., Costa, A., Cunha R., Gabriel, R., Gonçalves, V., Martins, A.F., Melo, I., Parente, M., Raposeiro, P., Rodrigues, P., Santos, R.S., Silva, L., Vieira, P., Vieira, V., Mendonça, E. & Boieiro, M. (2010). Description of the terrestrial and marine Azorean biodiversity. In: Borges, P.A.V., Costa, A., Cunha, R., Gabriel, R., Gonçalves, V., Martins, A.F., Melo, I., Parente, M., Raposeiro, P., Rodrigues, P., Santos, R.S., Silva, L., Vieira, P., Vieira, V. (eds.). *A list of the terrestrial and marine biota from the Azores*. pp. 9-33, Princípiã, Cascais, 432 pp.

Briassoulis, H. (2002). *Sustainable tourism and the question of the commons*. *Annals of Tourism Research*, 29:4, pp. 1065-1085.

Brito, A.G., Nogueira, R., Cunha, R. (2007). *Waste Management at Azores Islands: Challenges and Opportunities*. Proceedings of the 2nd International Conference on Coastal Conservation and Management in the Atlantic and Mediterranean.

Calomarde, J.V. (2000). *Marketing ecológico*. Pirâmide, Madrid, 237 pp.

Comissão Europeia (2000). *Quadro Comunitário de Apoio – Portugal 2000-2006*. Acedido em 5 de Agosto de 2010 em:

http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/prord/document/cca_pt1.pdf.

Comissão Europeia (2010). *Natura 2000 na Região Macaronésia*. Serviço de Publicações da União Europeia. Luxemburgo.

Costa, R.S. e Marion, J.C. (2007). *A uniformidade na evidenciação das informações ambientais*. *Revista Contabilidade e Finanças-USP*, 43, pp. 20-33.

Costa, S., Santana, P., Lobo, G., Almeida, J., Castro, F., Gonçalves, P., Almeida, S., Nogueira, R., Brito, A. (2004). *Perspectivas para Sustentabilidade: o caso dos Açores*. Conferência Nacional de Ambiente, 8, Lisboa, 2004 – “Actas da 8.ª Conferência Nacional de Ambiente”. Lisboa: Universidade.

Couto, G., Ponte, J. (2009). *Dinâmicas de empreendedorismo e microcrédito nos Açores*. CEEApIA, Universidade dos Açores, *Working paper 07/2009*.

Couto, J., Faias, C., Faias, C. (2009). *Marketing Turístico: Conceitos e Tendências*. Centro de Estudos de Economia Aplicada do Atlântico, Universidade dos Açores.

Cunha, R.T., Rangel, B., Vieira, O., Rego, I.E.(2010). *Is it really happening here? A study of climate change perception in the Azores*. In: Favro, S., Brebbia, S.A. (2010). *Island Sustainability*. First International Conference on Island Sustainability. WIT Press. Southampton.

D'Arelli, P. (2008). *Selling and Governing the Green Project: Owner Risks in Marketing, Entitlement and Project Governance*. Real Estate Issues, 33:3, pp. 15-21.

Douglas, C.H. (2006). *Small Island States and Territories: Sustainable Development Issues and Strategies – Challenges for Changing Islands in a Changing World*. Sustainable Development, 14, 75-80.

Dinica, V. (2009). *Governance for sustainable tourism: a comparison of international and Dutch visions*. Journal of Sustainable Tourism, 17: 5, pp. 583-603.

Douglas, C.H. (2006). *Small Island States and Territories: Sustainable Development Issues and Strategies – Challenges for Changing Islands in a Changing World*. Sustainable Development, 14, 75-80.

DRA (2006). Relatório do Estado do Ambiente. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ambiente. Acedido em 15 de Fevereiro de 2010 em: <http://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/52A09F94-9753-4F27-A690-A6E6181E9A7F/0/rea05.pdf>.

DRA (2006). *Perspectivas para a Sustentabilidade na Região Autónoma dos Açores*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ambiente.

DRA (2007). *Plano Estratégico de Gestão de Resíduos dos Açores (PEGRA)*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ambiente. Ponta Delgada. Disponível em http://sram.azores.gov.pt/pegra/doc/PEGRA_dez_2007.pdf

DRACE (2008). *Guia do Investidor*. Direcção Regional de Apoio à Coesão Económica.

DROTRH e INAG (2001). Plano Regional da Água. Relatório Técnico. Versão para consulta pública. Secretaria Regional do Ambiente, Direcção Regional do Ordenamento do Território e Recursos Hídricos, Instituto Nacional da Água, Ponta Delgada, 414 pp.

DROTRH (2007). *Estudos Territoriais na Região Autónoma dos Açores*. Edição Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ordenamento do Território e dos Recursos Hídricos.

DROTRH (2008). *Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ordenamento do Território e dos Recursos Hídricos.

DRPFE (2009). *Orientações Médio Prazo 2009/2012 da Região Autónoma dos Açores*. Vice-Presidência do Governo, Direcção Regional do Planeamento e Fundos Estruturais.

Engle, C. (1990). *Getting in on the bottom line*. *Environmental Action*, 21:5.

Ferreira, E.C., Rodrigues, E. (2002). *Fontes de Informação em Ambiente*. Centro Atlântico, Lisboa.

Freitas, C.R. (2009). *A Review of "Tourism and climate change: risks and opportunities"*, *Journal of Sustainable Tourism*, 17: 5, pp. 640-642.

Hendry, J.R., Vesilind, P.A. (2005). *Ethical motivations for green business and engineering*. *Clean Technology Environmental Policy*, 7, pp. 252-258.

Hoeffel, J.L., Fadini, A.A.B., Suarez, C.F.S. (2009). *"The Nature We All Want"—Influences of São Paulo Metropolis on Tourism Development in the Bragantina Region, São Paulo, Brazil*. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 6: 3, pp. 191-205.

Ilinitch, A.Y., Schaltegger, S.C. (1995). *Developing a Green Business Portfolio*. *Long Range Planning*, 28: 2, pp. 29-38.

International Organization for Standardization (2004). *ISO 14001:2004 – Sistemas de Gestão Ambiental – Requisitos e linhas de orientação para a sua utilização*. Genebra, 33p.

Jeong, I., Lee, K. (2009). *Assessment of the ecodesign improvement options using the global warming and economic performance indicators*. Journal of Cleaner Production, 17, pp. 1206-1213.

Kirchhoff, S. (2000). *Green Business and Blue Angels – A Model of Voluntary Overcompliance with Asymmetric Information*. Environmental and Resource Economics, 15, pp. 403-420.

Kuo, N., Hsiao, T., Lan, C.(2003). *Tourism management and industrial ecology: a case study of food service in Taiwan*. Elsevier, Tourism Management, 26, 503-508.

Lambert, E., Hunter, C., Pierce, G.J., MacLeod, C.D. (2010). *Sustainable whale-watching tourism and climate change: towards a framework of resilience*, Journal of Sustainable Tourism, 18: 3, pp. 409-427.

Lampe, M., Gazda, G.M. (1995). *Green Marketing in Europe and the United States: an Evolving Business and Society Interface*. International Business Review, 4:3, pp. 295-312.

Lavallée, S., Plouffe, S. (2004). *The Ecolabel and Sustainable Development*. International Journal of life Cycle Assessment, 9:6, pp. 349-354.

Lewandowska, A., Kurczewski, P. (2010). *ISO 14062 in theory and practice – ecodesign procedure. Part I: structure and theory*. International Journal of life Cycle Assessment, 15, pp. 769-776.

Luck, G.W., Daily, G.C., Ehrlich P.R. (2003). Population diversity and ecosystem services. *TRENDS in Ecology and Evolution*, 18:7, pp. 331-336.

Marin, C., Jafari, J. (2001). *Review Sustainable Hotels for Sustainable Destinations*. Research Notes and Reports, pp. 266-268.

Mathur, L.K., Mathur, I. (2000). *An Analysis of the Wealth Effects of Green Marketing Strategies*. Journal of Business Research, 50, pp. 193-200.

McMinn, S. (1997). *The challenge of sustainable tourism*. The Environmentalist, 17, pp. 135-141.

MEI (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo*. Ministério da Economia e Inovação, Turismo de Portugal, ip, Lisboa. Acedido em 5 de Agosto de 2010 em: http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.pdf.

Melo, C.S.S. (2007). *Levantamento Ambiental 2005 do Campus de Ponta Delgada – Universidade dos Açores*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Ambiente, Saúde e Segurança. Universidade dos Açores, Ponta Delgada, 164 pp.

Moniz, A.I. (2009). *A Sustentabilidade do Turismo em Ilhas de Pequena Dimensão: O Caso dos Açores*. CEEAplA, Universidade dos Açores, Ponta Delgada.

Monteiro, R., Furtado, S., Rocha, M., Freitas, M., Medeiros, R., Cruz, J.V. (2008). *O Ordenamento do Território nos Açores: Política e Instrumentos*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ordenamento do Território e Recursos Hídricos, Ponta delgada.

Morgan, A.D. (2009). *Learning communities, cities and regions for sustainable development and global citizenship*. Local Environment, 14:5, pp. 443-459.

Oliveira, A.J.S.M. (2008). *Eco-eficiência na indústria de lacticínios da ilha de São Miguel*. Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Mestre em Ambiente, Saúde e Segurança. Universidade dos Açores, Ponta Delgada, 99 pp.

Oliveira, J.F.S. (2005). *Gestão Ambiental*. LIDEL, Lisboa.

O'Neill, M.A., Alonso, A.D. (2009). *Small Hospitality Business Involvement in Environmentally Friendly Initiatives*. Tourism and Hospitality Planning & Development, 6:3, pp. 221-234.

ONU (2001). *Contabilidade da Gestão Ambiental: Procedimentos e Princípios*. Assuntos Económicos & Sociais. Divisão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas. Nova Iorque. Acedido em 4 de Agosto de 2010 em:

<http://www.un.org/esa/sustdev/publications/emaportuguese.pdf>.

ONU (2007). *Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies*. Economic and Social Affairs. New York. Acedido em 4 de Agosto de 2010 em:

<http://www.un.org/esa/sustdev/natlinfo/indicators/guidelines.pdf>.

ONU (2009). *Relatório de Desenvolvimento Humano 2009. Ultrapassar barreiras: Mobilidade e desenvolvimento humanos*. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. New York. Acedido a 4 de Agosto de 2010 em: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_2009_PT_Complete.pdf.

Oyewole, P. (2001). *Social Costs of Environmental Justice Associated with the Practice of Green Marketing*. *Journal of Business Ethics*, 29, pp. 239-251.

Pacheco, J.C.F. (2008). *Uma análise dos Estudos de Impacte Ambiental nos Açores (2000-2007)*. Dissertação de Mestrado em Ambiente, Saúde e Segurança, Universidade dos Açores, Ponta Delgada, 140 pp.

Partidário, M.R., Jesus, J.(2003). *Fundamentos de Avaliação de Impacte Ambiental*. Universidade Aberta, Lisboa.

Pearce, A.R. (2008). *Sustainable capital projects: leapfrogging the first cost barrier*. *Civil Engineering and Environmental Systems*, 25:4, pp. 291-300.

Pegado, C., Joanaz de Melo, J., Ramos, T. (2001). *EcoBlock – Environmental Performance Evaluation Method*. VI Environmental Engineering National Congress. Lisboa. Novembro de 2001. Acedido a 10 de Setembro de 2010 em:

http://air.dcea.fct.unl.pt/projects/ecoreporting/docs/Apea_01.pdf, acedido a 10/09/2010.

Pereira, H.M., Domingos, T., Vicente, L., Proença, V. (2009). *Ecosistemas e Bem-Estar Humano – Avaliação para Portugal do Millennium Ecosystem Assessment*, Escolar Editora. Lisboa.

Pinheiro, M.D. (2002). *Cadernos do Ambiente AIP – Ecomarketing*. AEP, 2004, N.º6, acessido a 14 de Fevereiro de 2010 em:

<http://www.aeportugal.pt/inicio.asp?Pagina=/Areas/AmbienteEnergia/CadernosN6&Menu=MenuAmbienteEnergia>

Pinto, A. (2005). *Sistemas de Gestão Ambiental – Guia para a sua implementação*. Edições Sílabo, Lisboa.

Polonsky, M. J. (1994). *An Introduction to Green Marketing*. Electronic Green Journal 1(2). Acessado a 15 de Fevereiro de 2010 em: <http://escholarship.org/uc/item/49n325b7>

Polonsky, M. J. (1995). *Incorporating the natural environment in corporate strategy: a stakeholder approach*. Center of Business Research and Economic Development. Disponível em <http://library.shsu.edu/~coba/jbs/vol12/no2/12-2-3.html>.

Rex, E., Baumann, H. (2007). *Beyond ecolabels: what green marketing can learn from conventional marketing*. Journal of Cleaner Production, 15, pp. 567-576.

Ribeiro, P.J.T. (2002). *Embalagens de bens alimentares: contributos para a definição de políticas eco-eficientes em Portugal*. Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Engenharia e Gestão de Tecnologia. Instituto Superior Técnico, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, 153 pp.

RMV & Associados – Sociedade de Advogados (2008). *Resíduos*. Coleção Ambiente. Porto Editora. Porto.

Rotheroe, N., Keenlyside, M., Coates, L. (2003). *Local agenda 21; articulating the meaning of sustainable development at the level of the individual enterprise*. Journal of Cleaner Production, 11, pp. 537-548.

Santos, F.D., Valente, M.A., Miranda, P.M.A., Aguiar, A., Azevedo, E.B., Tomé, A.R., Coelho, F. (2004). *Climate change scenarios in the Azores and Madeira islands*. World Resource Review, 16:4, pp. 473-491.

Schmidt, L., Nave, J.G., Guerra, J. (2005). *Autarquias e Desenvolvimento Sustentável – Agenda 21 Local e Novas Estratégias Ambientais*. Fronteira do Caos, Porto.

Sheng, L., Tsui, Y. (2009). *Taxing tourism: enhancing or reducing welfare?* Journal of Sustainable Tourism, 17: 5, pp. 627-635.

SREA (2009). *Açores em números 2008*. Acedido a 14 de Fevereiro em: <http://estatistica.azores.gov.pt/upl/%7Bd1e084d9-e16b-4db4-b7cd-f2c39b125cc0%7D.pdf>.

Tourtellot, J.B. (2007). *Destinations Rated: Islands*. National Geographic Traveler, pp. 108-127. Acedido a 16 de Fevereiro de 2010 em: <http://www.nationalgeographic.com/traveler/features/islandsrated0711/islands.html>

Vellani, C.L., Ribeiro, M.S. (2009). *Sistema contábil para gestão da eco-eficiência empresarial*. Revista Contabilidade e Finanças-USP, 20:49, 25-43.

WCED (1987). *Our Common Future*. Report of the World Commission on Environment and Development. United Nations.

WTO (1996). *Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry – Towards Environmentally Sustainable Development*. Acedido a 13 de Fevereiro de 2010 em: <http://www.world-tourism.org/sustainable/publications.htm>

LEGISLAÇÃO

Decisão da Comissão n.º (2003/287/CE), de 14 de Abril de 2003, que estabelece os critérios ecológicos para a atribuição do rótulo ecológico comunitário a serviços de alojamento turístico. Jornal Oficial da União Europeia n.º L102/82, de 14/4/2003.

Decreto Legislativo Regional n.º 19/2003/A, de 23 de Abril. Aprova o Plano Regional da Água. Diário da República n.º 95, Série I-A de 2003-04-23. Região Autónoma dos Açores – Assembleia Legislativa Regional.

Decreto Legislativo Regional n.º 15/2007/A, de 25 de Junho. Rede. Diário da República, n.º 120, Série I de 2007-06-25.

Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, de 11 de Agosto. Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores. Diário da República n.º 154, Série I de 2008-08-11. Região Autónoma dos Açores – Assembleia Legislativa Regional.

Decreto Legislativo Regional n.º 26/2010/A, de 12 de Agosto. Aprova o Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores (PROTA). Diário da República n.º 156, Série I de 2010-08-12.

Decreto-Lei n.º 380/99, de 22 de Setembro. Diário da República n.º 222, Série I-A de 1999-09-02. Ministério do Equipamento, do Planeamento e da Administração do Território.

Decreto-Lei n.º 69/2000, de 3 de Maio. Diário da República n.º 102, Série I-A de 2000-05-03. Ministério do Ambiente e do Ordenamento do Território.

Decreto-Lei n.º 197/2005, de 8 de Novembro. Diário da República n.º 214, Série I-A de 2005-11-08. Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional.

Decreto-Lei n.º 232/2007, de 15 de Junho. Diário da República n.º 114, Série I de 2007-06-15. Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional.

Decreto-Lei n.º 46/2009, de 20 de Fevereiro. Diário da República n.º 37, Série I de 2009-02-23. Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional.

Directiva n.º 2004/35/CE, do Parlamento e do Conselho de 21 de Abril, relativa à responsabilidade ambiental em termos de prevenção e reparação de danos ambientais. Jornal Oficial da União Europeia n.º L143/56 de 30/4/2004.

Lei n.º 11/87 de 7 de Abril. Lei de Bases do Ambiente. Diário da República n.º 81, Série I de 1987-04-07. Assembleia da República.

Regulamento (CE) n.º 761/2001, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de Março de 2001, que permite a participação voluntária de organizações num sistema comunitário de ecogestão e auditoria (EMAS). Jornal Oficial da União Europeia n.º 114 de 24/4/2001.

Regulamento (CE) n.º 196/2006, da Comissão, de 3 de Fevereiro de 2006, que altera o anexo I do Regulamento (CE) n.º 761/2001 do Parlamento Europeu e do Conselho, para tomar em conta a norma europeia EN ISO 14001:2004, e revoga a Decisão 97/265/CE. Jornal Oficial da União Europeia n.º L 32/4 de 4/2/2006.

Regulamento (CE) n.º 1980/2000, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de Julho de 2000, relativo a um sistema comunitário revisto de atribuição de rótulo ecológico. Jornal Oficial da União Europeia n.º L237 de 21/09/2000.

Regulamento (CE) n.º 1221/2009, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de Novembro de 2009, relativo à participação voluntária de organizações num sistema comunitário de ecogestão e auditoria (EMAS), que revoga o Regulamento (CE) n.º 761/2001 e as Decisões 2001/681/CE e 2006/193/CE da Comissão. Jornal Oficial da União Europeia n.º L 342/1 de 22/12/2009.

Anexo I (Questionário)

Universidade dos Açores

Este curto questionário insere-se no âmbito de uma dissertação de Mestrado intitulada “Caracterização do *green business* no sector do turismo da Região Autónoma dos Açores”. O principal objectivo subjacente a este trabalho é o de perceber em que medida o ambiente e os negócios directa ou indirectamente ligados ao turismo se relacionam entre si, nos Açores. O questionário é anónimo e confidencial, não demorando mais de 5 minutos a responder, o que reforça a importância das suas respostas, que poderão indicar eventuais rumos estratégicos e incentivos públicos a aplicar à gestão do Turismo nos Açores e que se poderão apresentar a quem de direito.

1. Em qual dos seguintes sectores de actividade se situa a sua empresa?

- a. Agência de Viagens
- b. Animação Turística
- c. Golf
- d. Hotelaria
- e. Marina
- f. Rent-a-car
- g. Transporte Aéreo
- h. Transporte Marítimo
- i. Outra Qual? _____

2. Em qual dos seguintes escalões se insere o volume de negócios da sua empresa em 2009 (ou 2008, caso não disponha de dados de 2008)?

- a. Inferior a 500.000€
- b. 500.000€ a 1.000.000€
- c. 1.000.000€ a 2.500.000€
- d. Superior a 2.500.000€

3. Quantos trabalhadores tem a sua empresa?

- a. Menos de 5
- b. 5 a 10
- c. 10 a 20
- d. 20 a 50
- e. Mais do que 50

4. A sua empresa explora directamente ou indirectamente algum recurso natural dos Açores?

- a. O mar
- b. O vulcanismo
- c. A paisagem
- d. O relevo
- e. A água doce (nascentes, ribeiras e lagoas)
- f. Outro Qual? _____

5. Considera o ambiente um factor importante no desenvolvimento socioeconómico dos Açores?

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo
- c. Não concordo nem discordo
- d. Concordo
- e. Concordo totalmente

6. Indique qual das seguintes classificações por ordem de importância lhe parece a mais indicada para o desenvolvimento dos Açores:

- a. 1.º Economia, 2.º Ambiente; 3.º Sociedade
- b. 1.º Economia; 2.º Sociedade; 3.º Ambiente
- c. 1.º Ambiente; 2.º Economia; 3.º Sociedade
- d. 1.º Ambiente; 2.º Sociedade; 3.º Economia
- e. 1.º Sociedade; 2.º Ambiente; 3.º Economia
- f. 1.º Sociedade; 2.º Economia; 3.º Ambiente
- g. 1.º (Ambiente+Economia); 2.º Sociedade
- h. 1.º (Ambiente+Economia); 2.º Sociedade
- i. 1.º (Sociedade+Ambiente); 2.º Economia
- j. 1.º (Economia+Sociedade); 2.º Ambiente
- k. Os três ao mesmo nível

7. Entende que as características naturais dos Açores representam uma mais-valia na competição em mercados internacionais?

- a. Discordo totalmente
- b. Discordo
- c. Não concordo nem discordo
- d. Concordo
- e. Concordo totalmente

8. A sua empresa utiliza/utilizou, de algum modo, o ambiente e/ou as características/recursos naturais dos Açores como elementos de diferenciação do produto/serviço?

- a. Sim
- b. Não
- c. Não, mas perspectiva usar
- d. Sim, mas deixou de usar

9. Na definição estratégica de Marketing e Publicidade da sua empresa é considerado algum dos seguintes elementos?

- a. Praias com bandeira azul
- b. Qualidade das águas balneares
- c. Clima
- d. Qualidade do ar
- e. Elementos da Biodiversidade
- f. Elementos da Geodiversidade
- g. Elementos naturais relacionados com o mar
- h. Elementos naturais relacionados com o vulcanismo
- i. Elementos naturais relacionados com a paisagem

10. A sua empresa já fez alguma avaliação do desempenho ambiental da sua actividade ou de algum projecto que tenha desenvolvido?

a. Sim

b. Não

11. O ambiente é tido em consideração no planeamento estratégico da actividade da sua empresa?

a. Sim

b. Não

12. A sua empresa possui uma política ambiental e/ou um programa ambiental formalizados, com objectivos definidos?

a. Sim

b. Não

13. Já utilizou alguma das seguintes práticas?

a. Adopção de mecanismo de redução do consumo de energia eléctrica

b. Instalação de reguladores do consumo de água

c. Controlo de emissões para a atmosfera

d. Controlo do ruído produzido

e. Privilégio das relações com entidades que adoptam práticas ambientais

f. Utilização de produtos biodegradáveis ou ecológicos para tratamento de piscinas e similares?

g. Utilização de produtos biodegradáveis ou ecológicos de limpeza?

h. Utilização de energias alternativas/renováveis

i. Utilização da água da chuva, após sua recolha (ex.: lavagens; regas)

j. Reutilização de água (ex.: regas, lavagens de acessos)

k. Reutilização de resíduos (ex.: caixas de papelão)

m. Separação de resíduos para reciclagem

14. A sua empresa adopta/adoptou algum tipo de instrumento de gestão ambiental?

- a. NÃO adoptámos nenhum instrumento de gestão ambiental
- b. ISO 14001
- c. EMAS ou EMAS II
- d. Agenda 21 para o Turismo
- e. Rótulo Ecológico
- f. Guia de boas práticas
- g. Código de conduta
- h. Ecopontos
- i. Chave Verde
- j. Contabilidade Ambiental
- k. Avaliação de Desempenho Ambiental
- l. Avaliação de Locais e Organizações
- m. Ecodesign

15. Que objectivos o levaram/levariam a adoptar algum instrumento de gestão ambiental?

- a. Redução de custos
- b. Optimização da utilização de recursos
- c. Protecção do ambiente
- d. Melhoria da imagem da empresa
- e. Abordagem a novos mercados
- f. Fidelização de clientes
- g. Outra

Qual? _____

16. Que motivos não o levaram/levariam a adoptar algum instrumento de gestão ambiental?

- a. Despreocupação com o ambiente
- b. Desconhecimento dos instrumentos disponíveis
- c. Falta de vantagens para empresa
- d. Benefícios não superam os custos/esforços
- e. Investimento necessário (tempo, capital, recursos humanos)
- f. Tempo de recuperação do investimento
- g. Complexidade do processo de operacionalização
- h. Falta de acompanhamento especializado e assistência técnica
- i. Desinteresse por este tipo de projectos
- j. Outra Qual? _____

17. Se já adoptou algum instrumento de gestão ambiental, que vantagens daí resultaram?

- a. Redução de custos
- b. Optimização da utilização de recursos
- c. Melhoria da imagem da empresa
- d. Factores de diferenciação no mercado
- e. Aumento da satisfação dos clientes
- f. Aumento da satisfação dos trabalhadores
- g. Melhoria da relação com fornecedores
- h. Outra Qual? _____

18. Que investimento estima que foi necessário para implementar o instrumento de gestão ambiental que adoptou?

- a. Menos de 1.000€
- b. 1.000€ a 2.500€
- c. 2.500€ a 5.000€
- d. 5.000€ a 10.000€
- e. Mais de 10.000€

19. Qual o retorno esperado da implementação do instrumento de gestão ambiental?

- a. Menos de 1.000€
- b. 1.000€ a 2.500€
- c. 2.500€ a 5.000€
- d. 5.000€ a 10.000€
- e. Mais de 10.000€

20. A que nível beneficiou mais a empresa com a implementação do instrumento de gestão ambiental?

- a. Redução de custos
- b. Melhoria da imagem da empresa
- c. Produtividade
- d. Aumento da satisfação dos clientes
- e. Aumento do volume de negócios

Muito obrigado pela sua participação!

Será, sem dúvida, extremamente valiosa para este trabalho!

Anexo II (Lista de empresas a operar no sector do turismo nos Açores)

Lista de empresas a operar no sector turístico na Região Autónoma dos Açores

Villa A Desporto - Com. Vest. Equip. Desp., Lda	Santa Maria
Robert Paul Michael Minderlein	Santa Maria
PARALELO 37 - Act. Marítimo-Turísticas, Lda	Santa Maria
Paulo Alexandre Bettencourt dos Reis	Santa Maria
Mikael Bahner (BlueAzores)	Santa Maria
Luís Elmano Barroco	Santa Maria
Jorge Alberto Cabral Botelho - Soc. Unipessoal, Lda	Santa Maria
Henrique Manuel do Monte F. M. Botelho	Santa Maria
Garajau – Empr. Marítimo -Turísticos, Lda	Santa Maria
Círculo dos Amigos de São Lourenço	Santa Maria
Blue Waters Expeditions	Santa Maria
Trilhos da Natureza - Emp. de Anim. Tur. Açores, Lda	São Miguel
Terrazul, Animação Turística, Lda.	São Miguel
Silveira Soares, Lda.	São Miguel
SeaWatch - Observação de Cetáceos. Lda.	São Miguel
Sea Bottom - Turístico Marítima, Lda	São Miguel
Rota das Baleias - Exploração Tur. Marítima, Lda.	São Miguel
Pesca Desportiva e Turística do Alto, Lda.	São Miguel
Pedro André da Silva Vieira	São Miguel
Paulo Jorge Melo Sousa	São Miguel
Maviripa - Artes Dec. , Artesanato e Mobiliário	São Miguel
Marina do Livramento Sousa P. Aguiar	São Miguel
Marco Paulo P. Pereira Gonçalves	São Miguel
Marcelino Inácio de Medeiros	São Miguel
Luís Rodrigues – Sociedade Unipessoal, Lda. (Atlanta Tours)	São Miguel
José Silvino Pinheiro de Almeida Oliveira	São Miguel
Jorge Manuel Medeiros Ponte/Centro e Escola de Mergulho do Caloura Hotel Resort	São Miguel
João Pedro Melo	São Miguel
João Natalino da Ponte Carreiro	São Miguel
João Maria da Silva Oliveira	São Miguel
J. F. Costa - Act. Marítimo Turísticas Unip., Lda.	São Miguel
Ilha Formosa – Actividades Turísticas, Lda.	São Miguel
GEO FUN – Animação Turística, Lda.	São Miguel
Futurismo - Empresa de Turismo Náutico, Lda.	São Miguel
Freitas & Macedo – Actividades Marítimo Turísticas, Lda.	São Miguel
Físico Mais, Actividades Desportivas, Lda	São Miguel
Fernando Rodrigues de Medeiros Bento	São Miguel
Espírito Azul - Mergulho e Actividades Marítimo-Turísticas, Lda.	São Miguel
Emanuel Cabral, Soc. Unipessoal, Lda	São Miguel
Dourado & Moura - Animação Turística, Lda.	São Miguel
Carlos Manuel Parece Mendes Araújo	São Miguel
BLUEZONE - Obd. de Cetáceos e Anim. Turística	São Miguel
Azores Sub - Megulhadores Profissionais, Lda.	São Miguel
Azores Ocean Land - Act. Marítimo Turísticas	São Miguel

António Manuel Matos Lopes	São Miguel
António Miguel Amorim Sousa (Espírito Azul)	São Miguel
À DESCOBERTA DOS AÇORES, Passeios Marítimos, Lda	São Miguel
AÇORVELA - Anim. Turística, Lda	São Miguel
296 lates, Lda.	São Miguel
Toste Lazerres e Pesca, Lda.	Terceira
Pé de Lava, Lda	Terceira
Paulo Aguiar, Unipessoal, Lda.	Terceira
Passeio Obrigatório, Lda	Terceira
Octopus Actividades Náuticas, Lda	Terceira
Mar Vela e Sol - Act. Marítimo Turísticas, Lda.	Terceira
Marsol-Hug – Viagens Marítimo Turísticas, Lda.	Terceira
Heliodoro Tarcisio Pacheco da Silva	Terceira
GRATUMAR - Sociedade Graciosense de Actividades Turísticos-Maritimas	Terceira
Duriano Miguel Landeiro	Terceira
Diveropus, Lda	Terceira
Centro Náutico “Aquáriu” (Paulo Santos)	Terceira
Carlos Alberto Souto Lima/Lima Praia	Terceira
Açorpraia, Act. Marítimo Turísticas Unipessoal,Lda.	Terceira
Robin Dieter Kersten	Faial
O Viandante – Empreendimentos Turísticos Lda.	Faial
Norberto Diver	Faial
Nautipico, Lda	Faial
Luís Miguel Caldeira Rodrigues	Faial
José Manuel Bettencourt Serpa	Faial
Ian Powell Carter	Faial
HortaCetáceos - Actividades Maritimo-Turísticas, Unipessoal, Lda	Faial
FUNDO OCEANO - Observação Submarina, Soc. Unip., Lda	Faial
Frederico Humberto Rodrigues	Faial
DIVE AZORES, Lda.	Faial
CENTRAL SUB - Soc. Unipessoal, Lda.	Faial
Carlos José Ferreira Goulart	Faial
CACHALOTE À VISTA - Acr. Marítimo Tur., Lda	Faial
José H. G. Azevedo, Soc. Unip., Lda	Faial
ANTICICLONE - Actividades Marítimo-Turísticas - Sociedade Unipessoal, Lda	Faial
Victor Soares – Urzelinatur, Lda.	São Jorge
ECO-VELAS - Empreendimentos Turísticos, Lda	São Jorge
Paulo Eduardo Viegas Soares	São Jorge
Paulo César de Sousa Tavares	São Jorge
Yachtaçor – Aluguer de Embarcações, Sociedade Unipessoal, Lda.	Pico
VIATURPICO - Aluguer de Automóveis, Lda	Pico
Turispico - Actividades de Animação Turística, Lda	Pico
SPORTFISH - Act. Marítimo-Turísticas, Lda	Pico
SEARIDE AÇORES - Act. Náuticas e Recreativas, Lda	Pico
Pico Sport, Lda./Searide Açores	Pico
Futurismo, Empresa de Tur. Náutico, Lda.	Pico

Espaço Talassa	Pico
Elmiro da Silva Gonçalves	Pico
David Faria de Sousa Mendes	Pico
CETACEAN WATCHING, Lda	Pico
Casas de Campo “A Abegoaria” Sociedade Unipessoal, Lda.	Pico
Azores Oceanic, Actividades Turísticas, Lda.	Pico
Aqua Açores - Turismo Aquático Venda e Aluguer de Equipamentos, Lda.	Pico
NAUTIGRACIOSA - Actividades Turísticas Uni., Lda	Graciosa
Eugénio João Bettencourt Ramalho	Graciosa
ZAGAIAFLORES, Lda.	Flores
Sociedade Toste Mendes, Lda.	Flores
MAREOCIDENTAL - Transportes Mar., Lda	Flores
JERONINVEST - Investimentos Imobiliários e Turísticos, SA/ FLORESPESCA	Flores
José Augusto Lopes Júnior	Flores
João António Freitas Cardoso	Flores
Elisiário Cristino Henriques Serpa	Flores
Nauticorvo – Turismo Turístico e Diversões Náuticas	Corvo
MICAELENSE - AGÊNCIA DE VIAG. E TURISMO (Sucursal)	Santa Maria
AÇORIBÉRICA - AG. DE VIAG. E TUR.	São Miguel
AÇORTRAVEL - AG. DE VIAG. E TUR.	São Miguel
AGÊNCIA AÇOREANA DE VIAGENS	São Miguel
AGÊNCIA DE VIAGENS ABREU (Suc.)	São Miguel
AGÊNCIA DE VIAG. ABREU (Sucursal)	São Miguel
AGÊNCIA DE VIAG. ABREU (Sucursal)	São Miguel
AG. DE VIAG. FRANCISCO C S MARTINS	São Miguel
AG. DE VIAG. FRANCISCO C. S. MARTINS (Suc.)	São Miguel
AGENCIA DE VIAGENS INTERPASS (Suc.)	São Miguel
AGÊNCIA DE VIAGENS MELO	São Miguel
AMONISIS - AG. DE VIAGENS E TURISMO (Suc.)	São Miguel
Advantage REISEN / Asas do Tempo Lda - Ag. De Viagens e Turismo	São Miguel
All AROUND TOURS	São Miguel
AVA-AG. DE VIAGENS DOS AÇORES	São Miguel
AVA-AG. DE VIAG. DOS AÇORES (Suc.)	São Miguel
AVA-AGÊNCIA DE VIAGENS DOS AÇORES (Suc.)	São Miguel
FSP- FULL SERVICES PORTUGAL, AG. de Viagens	São Miguel
MICAELENSE – AG. DE VIAG. E TUR.	São Miguel
PANAZÓRICA – AG. DE VIAGENS	São Miguel
TOP ATLÂNTICO DMC - VIAG. E TUR. SA	São Miguel
TURANGRA - AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO (Sucursal)	São Miguel
TUI – AG. DE VIAG E TUR. (Suc.)	São Miguel
TUI – AG. DE VIAG E TUR. (Suc.)	São Miguel
AEROHORTA – AG DE VIAG. E TUR. (Suc.)	Terceira
AGÊNCIA DE VIAGENS ABREU (Sucursal)	Terceira
AGÊNCIA DE VIAGENS ABREU (Sucursal)	Terceira
AG. DE VIAG. E TURISMO ANGRA 2000	Terceira
AGÊNCIA DE VIAGENS TELES	Terceira

AG. DE VIAGENS TELES (Suc.)	Terceira
ANGRATRAVEL	Terceira
TOP ATLÂNTICO DMC - VIAGENS E TURISMO (Sucursal)	Terceira
TURANGRA - AG. DE VIAG. E TUR.	Terceira
VIAVITÓRIA - AG. DE VIAGENS E TURISMO	Terceira
VIA VITÓRIA - AG. DE VIAGENS E TURISMO (Suc.)	Terceira
AEROHORTA - AG. DE VIAGENS E TURISMO	Faial
AGÊNCIA DE VIAGENS ABREU (Sucursal)	Faial
AGÊNCIA DE VIAGENS FANTASIA DOS AÇORES	Faial
AGÊNCIA DE VIAGENS HORTATUR	Faial
TOP ATLÂNTICO DMC – VIAG. E TURISMO SA (Suc.)	Faial
AGÊNCIA DE VIAGENS AQUARIUS	São Jorge
OCEAN - AG. DE VIAGENS E TURISMO	São Jorge
VIA S. JORGE - AG. DE VIAGENS E TURISMO	São Jorge
AEROHORTA - AG. DE VIAG. E TURISMO (Sucursal)	Pico
AEROHORTA - AG. DE VIAG. E TURISMO (Sucursal)	Pico
AGÊNCIA DE VIAGENS TELES (Sucursal)	Pico
PICOTUR - AG. DE VIAGENS E TURISMO	Pico
AGÊNCIA DE VIAGENS ABREU (Sucursal)	Pico
AGÊNCIA DE VIAGENS OCEANO (Sucursal)	Pico
TURANGRA - VIAGENS E TURISMO (Sucursal)	Graciosa
VIA GRACIOSA - AG. VIAGENS E TURISMO	Graciosa
Villa A Desporto - Com. Vest. Equip. Desp., Lda	Santa Maria
VIAJATA - Animação Turística, Lda	São Miguel
VERDEGOLF - Campos de Golfe dos Açores, S A	São Miguel
TRILHOGIA – Organização de Eventos Desportivos, Lda	São Miguel
TRILHOS DA NATUREZA - Empresa de Animação Turística Açores, Lda	São Miguel
TEATRO MICAELENSE - Centro Cultural e de Congressos, SA	São Miguel
SEAWATCH - Observação de Cetáceos, Lda.	São Miguel
NATURE WELLNESS	São Miguel
ROTAS DOS AÇORES, Unipessoal, Lda	São Miguel
PICOS DE AVENTURA - Animação e Lazer, Lda	São Miguel
MONIZ & REGO, Lda	São Miguel
HEGU FITNESS - Actividades Físicas e Desportivas	São Miguel
GREENZONE - Animação Turística Unipessoal, Lda	São Miguel
GREEN ISLAND TOURS, Lda	São Miguel
GEO FUN – Animação Turística, Lda.	São Miguel
ECOCRITÉRIO - Aluguer de Veículos Eléctricos, Lda	São Miguel
CRESAÇOR - Cooperativa Regional de Economia Solidária, CRL	São Miguel
COLISEU MICAELENSE - Sociedade de Investimentos Imobiliários, SA	São Miguel
BELAZORICA - Animação Turística, Lda	São Miguel
BLUEZONE - Observação de Cetáceos e Animação Turística, SA	São Miguel
AZORES DREAM TOURS	São Miguel
ASTA -ATLÂNTIDA - Sociedade de Turismo e Animação, SA	São Miguel
ATLANTIMAGIA - Turismo Unipessoal, Lda	São Miguel
ANC Motos, Unipessoal, Lda	São Miguel

Caracterização do *green business* no sector do turismo na Região Autónoma dos Açores

João Crispim Ponte

TEMÁTICA AVENTURA, Unipessoal Lda.	Terceira
QUINTA DO GALO - Serviços e Lazer no Espaço Rural, Lda	Terceira
PROVA DOS 4 - Marketing e Serviços, Lda.	Terceira
PÉ DE LAVA, Lda	Terceira
NICHO VERDE - Unipessoal, Lda	Terceira
LIMOATLANTIS - Aluguer de Limousine, Lda	Terceira
AGUIATUR - Paulo Aguiar, Unipessoal, Lda.	Terceira
TURISPICO - Actividades de Animação Turística, Lda	Pico
PICOTUR - Ag. de Viagens e Turismo	Pico
JOSÉ A. N. OURIQUE, Unipessoal, Lda.	Pico
Casas de Campo "A Abegoaria" Sociedade Unipessoal, Lda.	Pico
JOSÉ MANUEL PEREIRA DA SILVEIRA - Empresa de Animação Tur. , Unipessoal, Lda.	Faial
Casa D'Ávilas, Lda	Faial
NAUTIGRACIOSA- Actividades Turísticas, Unipessoal,Lda.	Graciosa
HOTEL COLOMBO ****	Santa Maria
HOTEL SANTA MARIA***	Santa Maria
HOTEL (R) PRAIA DE LOBOS***	Santa Maria
APART. TURÍSTICOS MAR E SOL***	Santa Maria
CALOURA HOTEL RESORT****	São Miguel
HOTEL AÇORES ATLÂNTICO****	São Miguel
HOTEL AVENIDA****	São Miguel
HOTEL BAHIA PALACE****	São Miguel
HOTEL CAMÕES****	São Miguel
HOTEL DO COLÉGIO****	São Miguel
ROYAL GARDEN HOTEL ****	São Miguel
HOTEL MARINA ATLÂNTICO****	São Miguel
HOTEL THE LINCE****	São Miguel
HOTEL VIP EXECUTIVE AZORES****	São Miguel
HOTEL COMFORT INN PONTA DELGADA***	São Miguel
HOTEL MARINA***	São Miguel
HOTEL TALISMAN***	São Miguel
S. MIGUEL PARK HOTEL***	São Miguel
TERRA NOSTRA GARDEN HOTEL***	São Miguel
HOTEL (R) CANADIANO***	São Miguel
HOTEL (R) PONTA DELGADA***	São Miguel
HOTEL (R) S. PEDRO****	São Miguel
VILA NOVA HOTEL RESIDENCIAL***	São Miguel
ANTILLIA HOTEL APARTAMENTO****	São Miguel
APARTHOTEL DO MIRANTE****	São Miguel
HOTEL-APART. BARRACUDA***	São Miguel
HOTEL-APARTAMENTOS ENCOSTA DO MAR***	São Miguel
HOTEL-APARTAMENTOS GAIVOTA****	São Miguel
HOTEL-APART. ROSÁRIO**	São Miguel
ESTALAGEM SRª DA ROSA****	São Miguel
ESTALAGEM DOS CLÉRIGOS****	São Miguel
AÇORSONHO - AP. TURÍSTICOS****	São Miguel

FURNAS LAKE-VILLAS****	São Miguel
AP. TUR. SRA DA ROSA***	São Miguel
AP. TUR SOLAR DO CONDE***	São Miguel
APART. TUR AÇORSOL**	São Miguel
AP.TUR. QUINTA DA ALTAMIRA**	São Miguel
PENSÃO (R) ALCIDES - 1ª	São Miguel
PENSÃO (R) ARCANJO- 1ª	São Miguel
PENSÃO (R) AMÉRICA - 2ª	São Miguel
PENSÃO (R) HORTÊNSIA - 2ª	São Miguel
PENSÃO (R) CASA DO JARDIM - 2ª	São Miguel
PENSÃO (R) S. MIGUEL - 2ª	São Miguel
PENSÃO (R) SETE CIDADES - 2ª	São Miguel
HOTEL VISTA DO VALE*	São Miguel
PENSÃO (R) CARVALHO ARAÚJO - 3ª	São Miguel
PENSÃO (R) RIBEIRA GRANDE - 3ª	São Miguel
HOTEL DO CARACOL****	Terceira
TERCEIRA MAR HOTEL****	Terceira
POUSADA DE ANGRA DO HEROÍSMO FORTE DE S. SEBASTIÃO	Terceira
ANGRA GARDEN HOTEL***	Terceira
HOTEL BEIRA MAR***	Terceira
HOTEL ESPÍRITO SANTO**	Terceira
HOTEL (R) TERESINHA***	Terceira
HOTEL (R) VARANDAS DO ATLÂNTICO***	Terceira
HOTEL (R) ANGO**	Terceira
HOTEL APARTAMENTOS PRAIA MARINA****	Terceira
PENSÃO (R) ERMIDA DOS REMÉDIOS - 1ª	Terceira
PENSÃO (R) MONTE BRASIL - 2ª	Terceira
PENSÃO (R) A ILHA – 2ª	Terceira
PENSÃO (R) SALLES - 2ª	Terceira
PENSÃO (R) ZENITE - 2ª	Terceira
PENSÃO (R) BRANCO - 3ª	Terceira
PENSÃO (R) BRANCO II – 3ª	Terceira
FAIAL RESORT HOTEL****	Faial
HOTEL DO CANAL****	Faial
HOTEL HORTA****	Faial
POUSADA DE SANTA CRUZ	Faial
PENSÃO (R) S. FRANCISCO - 2ª	Faial
APART. TURÍSTICOS VERDE MAR****	Faial
HOTEL (R) SÃO JORGE GARDEN***	São Jorge
PENSÃO (R) NETO - 3ª	São Jorge
BAÍA DA BARCA - APART. TURÍSTICOS****	Pico
HOTEL (R) CARAVELAS***	Pico
HOTEL-APAR. ALDEIA DA FONTE****	Pico
PENSÃO (R) WHALE COME AO PICO - 3ª	Pico
HOTEL OCIDENTAL**	Flores
HOTEL SERVI-FLOR**	Flores

PENSÃO (R) ILHA GRACIOSA - 1ª	Graciosa
PENSÃO (R) STA. CRUZ - 2ª	Graciosa
PENSÃO (R) MIRA MAR - 3ª	Graciosa
HOTEL COMODORO**	Corvo
ILHA VERDE RENT-A-CAR (Filial)	Santa Maria
RENT-A-CAR ILHA DO SOL	Santa Maria
RENT-A-CAR MARIENSE, Lda.	Santa Maria
296 RENT-A-CAR	São Miguel
296 RENT-A-CAR (Filial)	São Miguel
ANC MOTO RENT	São Miguel
AUTO AÇOREANA	São Miguel
AUTO-RAMALHENSE, LDA.	São Miguel
ECOCRITÉRIO ALUGUER DE VEÍCULOS ELÉCTRICOS	São Miguel
ESTRELA DA MANHÃ RENT-A-CAR	São Miguel
EUROÇOR RENT-A-CAR	São Miguel
ILHA VERDE RENT-A-CAR	São Miguel
ILHA VERDE RENT-A-CAR	São Miguel
LIMOTA RENT-A-CAR	São Miguel
RENAULT RENT	São Miguel
RENT-A-CAR 7 LOMBAS	São Miguel
RENT-A-CAR AUTATLANTIS	São Miguel
RENT-A-CAR AUTATLANTIS (Filial)	São Miguel
RENT-A-CAR AUTATLANTIS (Filial)	São Miguel
RENT-A-CAR FLOR DO NORTE	São Miguel
RENT-A-CAR FLOR DO NORTE (Filial)	São Miguel
RENT-A-CAR HERTZ (Filial)	São Miguel
RENT-A-CAR MICAUTO	São Miguel
RENT-A-CAR SOLMAR	São Miguel
RENT-A-CAR WALTER M B MEDEIROS Lda	São Miguel
TOURILHAS RENT-A-CAR	São Miguel
VARELA RENT-A-CAR	São Miguel
296 RENT-A-CAR (Filial)	Terceira
AÇORLANDA - RENAULT - RENT	Terceira
ILHA 3 RENT-A-CAR	Terceira
ILHA 9 RENT-A-CAR, Lda	Terceira
P & P RENT-A-CAR	Terceira
ILHA VERDE RENT-A-CAR (Filial)	Terceira
RENT-A-CAR ANGRAUTO	Terceira
RENT-A-CAR CRUSERVE	Terceira
RENT-A-CAR ROSA & ESCOBAR	Terceira
RENTANGRA	Terceira
VIA LIVRE RENT-A-CAR	Terceira
AÇOR RENT-A-CAR/ 296 RENT-A-CAR	Faial
AUTO TUR. FAIALENSE RENT-A-CAR	Faial
HORTA RENT-A-CAR	Faial
RENT-A-CAR ILHA AZUL	Faial

RENT-A-CAR ILHA VERDE (Filial)	Faial
AUTO TURÍSTICA CALHETENSE, LDA	São Jorge
RENT-A-CAR AFRICAUTO - COMÉRCIO E REPARAÇÃO DE AUTOMÓVEIS, LDA.	São Jorge
RENT-A-CAR ALMEIDA & AZEVEDO	São Jorge
RENT-A-CAR RIBEIRO & SÁ, LDA.	São Jorge
URZELINA - COMÉRCIO E ALUGUER DE AUTOMÓVEIS, LDA	São Jorge
ILHA VERDE TRNT-A-CAR	Pico
PICO AUTO RENT-A-CAR	Pico
RENT-A-CAR COLOMBIS	Pico
RENT-A-CAR OÁSIS	Pico
RENT-A-CAR OÁSIS (Filial)	Pico
RENT-A-CAR TROPICAL	Pico
AUTATLANTIS RENT-A-CAR (Filial)	Flores
AUTO TURÍSTICA FLORES	Flores
BRAGA & BRAGA RENT-A-CAR	Flores
I.U.R. RENT-A-CAR	Flores
MEDINA & FILHOS RENT-A-CAR	Graciosa
RENT-A-CAR GRACIOSA, LDA.	Graciosa
RENT-A-CAR ATLÂNTIDA - Aluguer de Viaturas Automóveis Ligeiros	Graciosa
CASA DE SÃO PEDRO (TH)	Santa Maria
CASA DA LAPA (CC)	Santa Maria
CASA DO NORTE (CC)	Santa Maria
CASA DAS CALHETAS (TH)	São Miguel
CASA DO MONTE (TH)	São Miguel
CASA NOSSA SENHORA DO CARMO (TH)	São Miguel
SOLAR DE LALÉM (TH)	São Miguel
SOLAR N.º SR.ª GLÓRIA AO CARMO (TH)	São Miguel
CASA DOMUS ADEPTA (TR)	São Miguel
CASA DO PICO ARDE (TR)	São Miguel
MONTE INGLES (TR)	São Miguel
QUINTA DA TERÇA (TR)	São Miguel
QUINTA DAS AREIAS (TR)	São Miguel
QUINTA DE SÃO CAETANO (TR)	São Miguel
QUINTA N. SRA DE LOURDES (TR)	São Miguel
HERDADE N. SRA DAS GRAÇAS (AG)	São Miguel
QUINTA DA ABELHEIRA (AG)	São Miguel
A QUINTA (CC)	São Miguel
CASA D'ALFAIAS (CC)	São Miguel
CASA DA ALGARVIA (CC)	São Miguel
CASA DA BILHA (CC)	São Miguel
CASA DA FIGUEIRA (CC)	São Miguel
CASA DA FONTE (CC)	São Miguel
CASA DA LARANJA (CC)	São Miguel
CASAS DA LAZEIRA (CC)	São Miguel
CASA DA PALHA (CC)	São Miguel
CASA DA PEDREIRA (CC)	São Miguel

CASA DA ROCHA QUEBRADA (CC)	São Miguel
CASA DA TALHA (CC)	São Miguel
CASA DA TAMANCA (CC)	São Miguel
CASA DO AÇOR (CC)	São Miguel
CASA DO CORDEIRO (CC)	São Miguel
CASA DO FORNO (CC)	São Miguel
CASA DO OUTEIRO (CC)	São Miguel
CASA DO PÁTIO (CC)	São Miguel
CASA DO RECATO (CC)	São Miguel
CASA DO TANQUE (CC)	São Miguel
CASA DO TRAJE (CC)	São Miguel
CASAS DA RIBEIRA QUENTE (CC)	São Miguel
CASAS DO FRADE (CC)	São Miguel
CASAS DOS BARCOS - LAGOA DAS FURNAS (CC)	São Miguel
MOINHO DA BIBI (CC)	São Miguel
MOINHO DO PASSAL (CC)	São Miguel
QUINTA DA MÓ (CC)	São Miguel
QUINTA VELHA DAS AMOREIRAS (CC)	São Miguel
QUINTA DO PICO DO REFÚGIO (CC)	São Miguel
QUINTA DA NASCE ÁGUA (TH)	Terceira
QUINTA DE SÃO CARLOS (TH)	Terceira
QUINTA N ^a SR ^a DAS MERCÊS (TH)	Terceira
QUINTA DO MARTELO (TR)	Terceira
QUINTA DOS FIGOS (TR)	Terceira
QUINTA DO ROSSIO (TR)	Terceira
CASA DO ILHÉU (TR)	Terceira
CASA ALTA (CC)	Terceira
CASA MAGINA (CC)	Terceira
CASA DO POMBAL (CC)	Terceira
CASA DO POVOADOR (CC)	Terceira
CASA DOS VELHOTES (CC)	Terceira
Casa de Campo - TI JOSÉ BORGES	Terceira
QUINTA DOS ARAÇAS (CC)	Terceira
CASA DO QUINTEIRO (CC)	Terceira
CASA DA JAPONEIRA (TR)	Faial
CASA DO CAPITÃO (TR)	Faial
QUINTA DA MEIA EIRA (TR)	Faial
QUINTA DAS BUGANVÍLIAS (TR)	Faial
QUINTA DO CANTO - Turismo Rural (TR)	Faial
QUINTA DO VALE (TR)	Faial
CASA CAPELINHOS (CC)	Faial
CASA DAS HORTÊNSIAS (CC)	Faial
CASA DAS ROSAS (CC)	Faial
CASA DO SABUGO (CC)	Faial
CASAL DO VULCÃO (CC)	Faial
CASAS D'ARRAMADA - Ruraltur (CC)	Faial

CASAS DO AREEIRO (CC)	Faial
CASAS DO CAPELO (CC)	Faial
FONTE DO REGO (CC)	Faial
QUINTA DA ABEGOARIA (CC)	Faial
CASA CORREIA (CC)	São Jorge
QUINTA DE S. PEDRO (CC)	São Jorge
CASA DO NORTE GRANDE (CC)	São Jorge
QUINTA DO CANAVIAL (CC)	São Jorge
CASA DAS BARCAS (TH)	Pico
POCINHO BAY - TURISMO RURAL (TR)	Pico
CANCELA DO PORCO (TR)	Pico
A ABEGOARIA (CC)	Pico
ADEGA DO CANTO (CC)	Pico
CANTINHO DO CÉU (CC)	Pico
CASA DA ADEGA (CC)	Pico
CASA DA ESTRELA (CC)	Pico
CASA DA LADEIRA DOS CASTANHEIROS (CC)	Pico
CASA DA MOEGA (CC)	Pico
CASA DA MONTANHA (CC)	Pico
CASA DA TORRE (CC)	Pico
CASA DA VINHA (CC)	Pico
CASA DAS CONTEIRAS (CC)	Pico
CASA DAS BANANEIRAS (CC)	Pico
CASAS DE CAMPO LEAL (CC)	Pico
CASA DO COMENDADOR (CC)	Pico
CASA DO ALAMBIQUE (CC)	Pico
CASA DO ALTO DA RIBEIRA (CC)	Pico
CASA DO GARAJAU (CC)	Pico
CASA DO LAGAR (CC)	Pico
CASA DO MISTÉRIO (CC)	Pico
CASA DOS PINHEIROS (CC)	Pico
CASA DO PAIM (CC)	Pico
CASA FLOR DA RIBEIRA (CC)	Pico
GLICÍNIAS DO PICO - Exploração e Conservação de Casas de Campo, Lda (CC)	Pico
QUINTA DA RIBEIRA DA URZE (CC)	Pico
ALDEIA DA CUADA (TA)	Flores
BOINA DE VENTO (CC)	Graciosa
CASA DAS FAIAS (CC)	Graciosa
CASA DAS VARANDAS (CC)	Graciosa
MOINHO DE PEDRA (CC)	Graciosa
QUINTA DOS FRUTOS (CC)	Graciosa