

Atratividade da Indústria Turística no Mercado de Trabalho

Dissertação de Mestrado

Maria Natália Moniz Raposo

Mestrado em:

Gestão do Turismo Internacional



Ponta Delgada
2022

Atratividade da Indústria Turística no Mercado de Trabalho

Orientador:

Professor Doutor José António Cabral Vieira

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Gestão do Turismo Internacional, com especialização em Gestão da Hospitalidade



RESUMO

O governo da Região Autónoma dos Açores, definiu o turismo como pilar estratégico do seu desenvolvimento económico, tendo a sustentabilidade como fator essencial. A indústria turística tem um efeito multiplicador na economia e é criadora de inúmeros postos de trabalho. Neste contexto, este trabalho pretende avaliar se a atividade turística é atrativa no mercado de trabalho dos Açores. A informação recolhida derivou da aplicação de um questionário aos trabalhadores turísticos da Ilha de São Miguel, da qual resultaram setenta e quatro respostas. Através da análise de dados, verificou-se que a atividade é aparentemente atrativa, uma vez que maioria dos inquiridos gostam de trabalhar no turismo e escolheram esta profissão maioritariamente por gosto. Contudo os inquiridos apresentam menor nível de satisfação em alguns aspetos como as remunerações, disponibilidade para atividades de lazer e nas promoções na carreira.

Palavras-Chave: Atratividade, Capital Humano, Competitividade, Satisfação no Trabalho, Turismo.

ABSTRACT

The government of the Autonomous Region of the Azores has defined tourism as a strategic pillar of its economic development, with sustainability as an essential factor. The tourist industry has a multiplier effect on the economy and creates numerous jobs. In this context, this work intends to evaluate if the tourist activity is attractive in the job market of the Azores. The information collected was derived from the application of a questionnaire to tourist workers on the island of São Miguel, which resulted in seventy-four responses. Through data analysis, it was found that the activity is apparently attractive since most respondents like to work in tourism and chose this profession mainly because they like it. However, respondents have a lower level of satisfaction in some aspects such as remuneration, availability for leisure activities and career promotions.

Keywords: Attractiveness, Competitiveness, Human Capital, Job Satisfaction, Tourism.

ÍNDICE

RESUMO	i
ABSTRACT	ii
ÍNDICE.....	iii
LISTA DE TABELAS	iv
LISTA DE FIGURAS	v
LISTA DE ABREVIATURA.....	vi
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	8
CAPÍTULO II- REVISÃO LITERATURA	10
CAPÍTULO III- EVOLUÇÃO DO TURISMO DOS AÇORES	19
3.1. Políticas Públicas.....	19
3.2. Impacto do Turismo no Mercado de Trabalho e na Economia dos Açores.....	24
CAPÍTULO IV- ANÁLISE EMPÍRICA.....	27
4.2 Recolha dos Dados.....	27
4.3. Análise dos Dados	28
4.3.1. Caracterização Sociodemográfica.....	28
4.3.2 Atratividade no Mercado Trabalho da Indústria Turística.....	30
CAPÍTULO V – CONCLUSÕES	34
REFERÊNCIAS	35
REFERÊNCIAS WEB	38
ANEXOS.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. População ativa empregada por setores de atividade	25
Tabela 2. VAB gerado pelo turismo entre 2016 e 2018 na RAA.....	25
Tabela 3. Distribuição da amostra segundo género.....	28
Tabela 4. Idade dos inquiridos.....	28
Tabela 5. Tempo de desempenho da função.....	29
Tabela 6. Escolaridade dos trabalhadores.....	29
Tabela 7. Atratividade do trabalho na indústria turística.....	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Características do emprego do turismo nos países da OCDE, 2013.....	16
Figura 2. Passageiros desembarcados na RAA entre 2014 e 2021.....	22
Figura 3. Dormidas na RAA entre 2014 e 2021.....	22
Figura 4. Capacidade de alojamento (nº camas por ano) na hotelaria tradicional entre 2014 e 2021.....	23
Figura 5. Evolução do Emprego na RAA.....	24
Figura 6. Representatividade do peso (%) do VAB gerado pelo turismo no VAB total da economia em países /regiões da Europa.....	26
Figura 7. Peso (%) do consumo do turismo no território económico no PIB em países/regiões da Europa.....	26
Figura 8. Distribuição da amostra por idades.....	28
Figura 9. Motivo da escolha da profissão.....	30
Figura 10. Voltaria a escolher a mesma profissão.....	30
Figura 11. Sentimento de orgulho pela profissão turística.....	30
Figura 12. Qualidade de vida.....	31
Figura 13. Oportunidades para participarem em atividades de lazer.....	31
Figura 14. Interferência da profissão na vida pessoal.....	31
Figura 15. Gosto pela vida que têm.....	32

LISTA DE ABREVIATURA

ATA	- Associação do Turismo dos Açores
CST	- Contas Satélite do Turismo
CTTE	- Consumo do Turismo no Território Económico
DMO	- Entidade responsável pela gestão de sustentabilidade do Destino Turístico
OECD	- Organization for Economic Co-operation and Development
OCDE	- Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OTA	- Observatório do Turismo dos Açores
PEMTA	- Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores
PIB	- Produto Interno Bruto
POTRAA	- Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores
RAA	- Região Autónoma dos Açores
SREA	- Serviço Regional de Estatística dos Açores
UNESCO	- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
VAB	- Valor Acrescentado Bruto
VABGT	- Valor Acrescentado Bruto Gerado pelo Turismo
VRS	- Versus

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

A atratividade do trabalho pode ser definida como os benefícios previstos, que um potencial trabalhador vê em trabalhar para uma determinada organização (Berthon *et al.*, 2005). Trabalhadores motivados e com satisfação pessoal no trabalho, influenciam as opiniões dos consumidores turistas, pois Recursos Humanos satisfeitos e motivados, providenciam bons serviços. Condições de trabalho favoráveis e atrativas contribuem grandemente para a satisfação e motivação, e são razões fortemente decisoras de entrada de mão-de-obra numa atividade ou da permanência e saída da mesma. A qualidade de vida e comportamentos dos trabalhadores, estão diretamente relacionados com o desempenho económico das organizações/destinos turísticos e da sua permanência nos mercados, os quais são cada vez mais globais e mais competitivos.

A indústria turística é uma potencial criadora de empregos, e tem um efeito multiplicador nas economias, e por essa razão foi eleita pelo governo da Região Autónoma dos Açores (RAA), como pilar estratégico para o desenvolvimento económico da Região. Contudo será isto suficiente para ser uma atividade atrativa para o mercado de trabalho? Terá a atividade turística a capacidade satisfazer, captar e reter recursos humanos?

Este trabalho tenta avaliar a atratividade que a indústria turística tem no mercado de trabalho medindo a capacidade de criação de postos de trabalho, identificando as políticas públicas que potenciaram e suportaram o desenvolvimento da atividade turística na RAA, e por fim analisar a satisfação no trabalho, realização pessoal e qualidade de vida gerada nos profissionais ligados à mesma.

A escolha deste tema deveu-se, em parte, ao facto de a autora ter identificado que o mesmo, embora importante, não em sido muito abordado no que concerne ao destino turístico dos Açores. Nos textos existentes e consultados, verificou-se uma preocupação na atratividade e competitividade do setor no sentido de captar visitantes. Contudo, estes não realçavam a importância que da componente humana, sendo que, noutra literatura, em geral, é salientado que recursos humanos, ou seja colaboradores, satisfeitos com o emprego ou profissão que desempenham são mais produtivos, têm menor rotatividade e estão mais comprometidos com as organizações ou entidades

empregadoras contribuindo assim para a competitividade e o sucesso das mesmas (e.g.Vieira, 2019).

A análise aqui apresentada será limitada a uma amostra de trabalhadores da indústria turística na ilha de São Miguel, a qual foi recolhida no contexto de uma pandemia ligada à doença Covid-19, sendo que o trabalho se encontra dividido em cinco capítulos. O primeiro capítulo, é o da introdução, onde é abordado o tema relevante do estudo e a estrutura da dissertação. No segundo capítulo é a revisão de literatura, onde são explicados os principais conceitos e termos do estudo, nomeadamente, atratividade, satisfação no trabalho e capital humano, sendo este último um fator estratégico da competitividade de um destino turístico. O terceiro capítulo, apresenta a evolução do turismo nos Açores, identificando algumas políticas públicas seguidas e implementadas pelo governo da Região Autónoma dos Açores nos últimos anos, bem como algumas estatísticas sobre a atividade. A metodologia da investigação é apresentada no quarto capítulo, onde são apresentadas as principais questões da investigação, a metodologia utilizada e o instrumento de recolha de dados. É ainda realizada uma caracterização sociodemográfica da amostra, e também ao nível da perceção da satisfação e das condições de trabalho das profissões de turismo. Finalmente, o quinto capítulo apresenta as conclusões da investigação, as limitações do estudo e algumas sugestões para investigação e melhoria do trabalho futuras.

CAPÍTULO II- REVISÃO LITERATURA

Ao termos em conta que uma parte significativa do tempo ativo dos indivíduos é passada em ambiente laboral, o bem-estar e a satisfação no trabalho é uma variável que assume grande importância para a atratividade do mercado de trabalho. A atratividade do trabalho, pode ser definida pelos benefícios previstos, que um potencial trabalhador vê em trabalhar para uma determinada organização ou atividade (Berthon *et al.*, 2005).

No contexto laboral, a satisfação no trabalho, é uma das primeiras atitudes a ter em consideração, e pode ser entendida como emoções positivas resultantes da avaliação do trabalho individual (Judge *et al.*, 2020). Em Aziri (2011), o termo satisfação no trabalho, é definido por inúmeros autores como as atitudes e sentimentos que as pessoas têm em relação ao trabalho, ou a sensação de realização e sucesso na organização onde trabalham. Os sentimentos de satisfação, estão interligados com a realização pessoal, que por sua vez se liga com a carreira pessoal, e esta é definida por Barron *et al.* (2007), como uma sequência de eventos relacionados com o trabalho de cada individuo, ou seja, na sequência das funções desempenhadas, nas tarefas, atividades e experiências laborais. Já para Bañuls *et al.* (2007), carreira pessoal, é entendida por uma sequência de atividades que são significativas para o individuo e acrescentam valor à organização onde trabalham, ou ainda uma sequência individual de tarefas, que determinam o desenvolvimento individual, no ambiente de trabalho.

Entre os fatores determinantes da satisfação com o trabalho encontram-se a possibilidade de promoção, condições de trabalho, formação, segurança no trabalho, sucesso, assistência, estatuto, responsabilidade e possibilidade de desenvolvimento (Dahanayake & Ranatunga, 2020). Aziri (2011) afirma que satisfação no trabalho depende da natureza do trabalho, do salário, das oportunidades de promoção e igualmente das condições de trabalho.

A satisfação com o trabalho cruza-se com a qualidade do trabalho, que é definida em Serrano & Vieira (2005), como o resultado da combinação das características do trabalhador e do trabalho desempenhado, envolvendo a evolução subjetiva do mesmo, com base nas suas características individuais e suas expectativas. Stacey (2015), considera que a qualidade do trabalho depende da combinação de três fatores, que são a qualidade dos salários que possam proporcionar bons padrões de vida para os

trabalhadores e suas famílias, na segurança do mercado de trabalho, pois o risco de perder o emprego traz grandes consequências aos trabalhadores e respectivas famílias, e ainda a qualidade do ambiente não económico do trabalho, ou seja a natureza do trabalho, a organização do tempo e as relações conseguidas no local de trabalho.

A qualidade de vida no trabalho é, para Chiavenato (1995), considerada como os benefícios que o trabalhador obtém, das organizações para satisfação das suas necessidades pessoais, e é considerada uma questão bastante relevante na influência dos comportamentos capazes de alterar a produtividade individual, tais como a motivação, adaptabilidade a mudanças no ambiente de trabalho, criatividade e vontade de inovar e aceitar mudanças.

Considerando que o turismo é uma das atividades económicas mais importantes do mundo, este tem sido apontado e usado como um pilar estratégico de muitas economias (Barbosa, 2005). Contudo a atividade turística apresenta enorme complexidade, pois compreende as deslocações das pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu ambiente habitual, por não mais do que um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios ou outros afins (Cunha, 2010). Essas movimentações de pessoas do seu local de residência para outro, desde que de forma temporária, caracterizam a atividade turística como sendo muito peculiar, pois noutras atividades são os produtos que se deslocam aos consumidores, e nesta são os consumidores turistas, que se deslocam aos destinos turísticos (Barbosa, 2005).

As regiões recetoras, organizam-se para ocupar o tempo livre dos turistas, através das atrações que possuem ou as que possam criar para o efeito. Para responder aos interesses e expectativas dos visitantes turistas, acontecem fenómenos de consumo, que potenciam o desenvolvimento económico, com a circulação da moeda, aumento da oferta de emprego, diminuição do desemprego, elevação do nível social das populações, aparecimento de empresas como agências de viagens, hotéis, restaurantes, transportes, entre outros aspetos, geram-se rendimentos e surgem mercados onde a oferta e a procura cruzam-se e interligam-se, criando movimentações financeiras expressivas, o que justificam a inclusão na programação política e económica dos países. Cria-se assim, um binómio de interesses, entre os turistas que viajam à procura de regiões que satisfaçam os seus interesses e os locais que os recebem, pois estes

tentam potenciar atratividade, criando as atrações necessárias para os captar (Barbosa, 2005).

A atratividade turística é definida como o conjunto de sentimentos e opiniões dos visitantes dos destinos turísticos, ou a capacidade percebida dos benefícios pessoais conseguidos. A atratividade, leva as pessoas a visitarem e despenderem tempo, nos locais escolhidos para os seus locais de viagem (Vengesai, 2003).

O aumento do interesse por viajar, associado às mudanças de estilo que aconteceram no passado século XX, proporcionou às pessoas mais tempo livre com o surgimento das férias, e fez surgir grupos segmentados de consumidores de interesses e necessidades diferentes, a procurarem destinos que os satisfizessem. As mudanças de estilo de vida, potenciaram o entretenimento e o turismo como principais comportamentos de consumo (Cracolici & Nijkamp, 2009).

A procura heterogênea e exigente, por locais de lazer, fez surgir a competitividade turística, que é definida por Bañuls *et al.* (2007), como a capacidade que um país tem em integrar os recursos que dispõe, ou seja os recursos produtivos, sociais e institucionais, de forma eficiente e efetiva, e ao mesmo tempo serem capazes de se manterem nos mercados a longo prazo.

A definição de competitividade tem uma grande abrangência, pois pode ser aplicada em termos comparativos entre organizações individuais, entre setores, ou ainda entre países. A competitividade entre empresas, conforme citado em Antunes e César (2007), pode ser entendida como a capacidade que esta tem em formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitem ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentada no mercado, produzindo valor acrescentado nos seus produtos e serviços. Para Estevão & Nunes (2015), a competitividade de um país é o resultado da competitividade das suas empresas, que por sua vez está relacionada com a forma de como o seu modelo de negócio interage com o ambiente para produzir oferta que agregue valor.

A competitividade é uma preocupação para as organizações que pretendem sobreviver a longo prazo nos mercados, e esta sobrevivência é determinada pela singularidade dos recursos internos que estas detêm (Caldeira, 2004).

As constantes mudanças do ambiente forçam as organizações à formulação de estratégias, que lhe permitem competir e sobreviver no longo prazo. As empresas são consideradas competitivas, quando obtêm resultados satisfatórios, a partir de práticas aceitas no meio ambiente em que atuam (Caldeira, 2004).

A competitividade turística, é um conceito complexo, se tivermos em conta a definição de um destino turístico, como:

“[...] um lugar ou sob forma de fronteira real ou percebida, tais como limites físicos de uma ilha, limites políticos, ou até mesmo limites criados por um mercado. A competitividade de um destino turístico está relacionada com a habilidade que um destino tem em proporcionar aos seus turistas, bens e serviços, melhor que a concorrência.” (Estevão & Nunes, 2015, p.899).

Destinos turísticos em Cunha (2010), são definidos como espaços organizados com o fim de atrair e receber visitantes temporários. Em Cracolici & Nijkamp (2009), destino turístico é entendido como o fornecedor espacial da atratividade turística.

Vários autores atribuem a competitividade a indicadores económicos, estratégias de marketing, preço, qualidade e satisfação, mas os indicadores usados para medir a competitividade dos Destinos Turísticos, são o de números de visitantes, e o retorno financeiro conseguido. A dinâmica entre a atratividade e a competitividade de um destino turístico, define-se pela capacidade que este tem em criar benefícios sociais e económicos para as populações que aí residem e simultaneamente satisfazer as necessidades dos visitantes (Vengesai, 2003).

Estevão & Nunes (2015), afirmam que desenvolver o Turismo é ser capaz de produzir um destino territorial (cenário e ambiente) integrado, com capacidade de atrair e suportar a carga que tal atração possa provocar no futuro. Significa desenvolver todas as capacidades humanas, que quando associadas aos recursos naturais são capazes de criar um ambiente de acolhimento.

O desenvolvimento do potencial turístico de cada país ou região, segundo Bañuls *et al.*, (2007), depende da capacidade em que cada destino turístico tem em manter a vantagem competitiva, oferecendo fornecimento de bens e serviços aos visitantes que superem a oferta da concorrência, com uma proposta diferenciadora e assim garantindo

presença nos mercados a longo prazo. Competitividade de um destino turístico, depende da combinação das sinergias de um conjunto de fatores, com a capacidade competitiva das empresas, da existência de infraestruturas, do capital humano disponível e do ambiente macroeconómico e institucional. Já Pimentel *et al.* (2006), consideram que a competitividade turística está dependente dos recursos tangíveis, como os naturais e patrimoniais, e os intangíveis como o capital humano e a marca.

As mudanças e a globalização do setor, levam as organizações a repensarem a sua gestão, para combinarem competências e recursos, interligando conhecimento e informação, e é sobretudo o fator humano que está na base dessa mudança.

O capital humano pode ser entendido como a quantidade de conhecimentos úteis e valiosos que os indivíduos possuem. Existe o capital humano inato, ligado às atitudes físicas e intelectuais, e o capital humano adquirido, relacionado com a formação formal e informal (Bañuls *et al.*, 2007). Para Thrane (2007) o Capital Humano corresponde ao conjunto de competências e conhecimentos adquiridos.

Os gestores dos destinos turísticos têm o desafio de preparar uma oferta competitiva e atrativa sustentada em recursos humanos qualificados, criando políticas para que as empresas possam ter um planeamento para desenvolver, atrair, recrutar e reter talentos, pois é imprescindível considerar o capital humano um fator chave para o desenvolvimento de estratégias competitivas (Antunes & César, 2007).

A formação é uma política de melhoria de competências profissionais, e estas são vitais para a produtividade e competitividade. Numa atividade caracterizada pela pluridade e fragmentação como é a turística, o único ponto comum em toda a cadeia de valor é a necessidade de desenvolvimento dos recursos humanos (Stacey, 2015).

A atividade turística é considerada uma importante fonte de criação empregos nos países da OCDE. Para Lacher (2012), setor turístico é reconhecido como grande criador de emprego, mas estes são percebidos como trabalhos de qualidade bastante baixa, com baixos salários, com grande percentagem de trabalho em part-time e trabalho sazonal ou temporário. O mesmo entendimento tem Jiang & Tribe (2009), pois também consideram que é uma atividade criadora e multiplicadora de postos de trabalho, mas simultaneamente profissões caracterizadas por baixos rendimentos, baixas

competências dos profissionais, baixas competências de gestão, trabalho em regime de part-time, trabalho sazonal, trabalho de refúgio.

Apesar disso, os governos nacionais, ou mesmo regionais e locais, têm escolhido, o turismo como pilar estratégico, para o desenvolvimento da economia, pelo impacto rápido e efeito multiplicador e também pela capacidade de criação de inúmeros postos de trabalho. Tradicionalmente o número de postos de trabalho criados é um dos indicadores mais valorizado pelos Governos para medir a economia, e o indicador de postos de trabalho bem pagos é sempre considerado em segundo plano. Mas o crescimento da economia depende muito mais da criação de empregos qualificados, bem remunerados, do que o mero indicador do número de postos de trabalho criados (Lacher & Oh, 2012). Ainda segundo Lacher e Oh (2012), as regiões que escolhem o turismo como pilar estratégico de desenvolvimento, são normalmente regiões que têm a suas economias estagnadas, e o rápido surgimento de postos trabalhos potenciam um crescimento económico. Contudo, em muitas dessas regiões embora o número de empregos tenham crescido, não foi suficiente para baixar a pobreza.

Para Stacey (2015), a média de idades das profissões do turismo, nos países da OCDE, é muito baixa, estando muitos dos trabalhadores entre os 15 e 24 anos de idade. Além disso, o género feminino tem um peso mais elevado nas profissões de turismo, quando comparados com outras atividades (55,9% e restantes setores 43,2%). Os trabalhadores por conta própria no turismo, têm uma percentagem de 23,9% enquanto nas restantes atividades económicas é de 19,3%. O grau de instrução das pessoas afetas às profissões do setor do turismo, é francamente inferior às restantes profissões da restante economia. Pessoas com o nível de ensino superior a trabalharem no turismo é 13,8% vrs 31,3%. Os rendimentos pagos, pelos trabalhos em hotéis e restaurantes são 37% mais baixos, quando comparados com restantes profissões da totalidade da economia. O tecido empresarial do turismo, é caracterizado por 47,5% de microempresas comparativamente com 31,2% na restante economia (Figura 1).

Figura 1. Características do emprego no turismo nos países da OCDE, 2013

%	Turismo	Total Economia
Trabalho em part time	31,1	20,7
Trabalho temporário	21,9	14,1
Mesmo empregador há menos de 2 anos	45,3	24,9
Jovens (15-24)	20,6	9,4
Mulheres	55,9	43,2
Trabalhadores por conta própria	23,9	19,3
Trabalhadores com Ensino Superior	13,8	31,3
Trabalhadores ligados a microempresas	47,5	31,2

Fonte: Stacey (2015)

O turismo é uma combinação dos serviços de hospitalidade, transportes, entretenimento e atrações. O processo de entreter e bem receber os turistas, está muito dependente da Hospitalidade, pois esta garante o suporte para que os turistas, possam ter as suas atividades de lazer nos destinos turísticos. Qualquer indivíduo, que viaje de um lugar para outro, necessita de um lugar para pernoitar e comer (Sanga, 2021), o que explica que 5,5% dos postos de trabalho no turismo nos países da OCDE, são relativos aos serviços de hospitalidade (Stacey, 2015).

Na Região Autónoma dos Açores, dados relativos ao ano de 2020, apontam para que 27% dos trabalhadores são da área do alojamento, restauração e similares, ou seja, hospitalidade (SREA, 2021). Turismo e hospitalidade, são caracterizados por gerarem trabalho intensivo, e por provocarem um elevado *turnover* e instabilidade. Em Sanga (2021), hospitalidade consiste no fornecimento dos serviços de alojamento (hotéis, motels, resorts, entre outras tipologias) e serviço de comidas e bebidas. Kuslivan (2003), define a indústria da hospitalidade como todo o negócio que providencia, comida, bebidas e alojamento para as pessoas que estão deslocadas e fora da sua área de residência.

O setor da hospitalidade é caracterizado por ser um trabalho necessário, sete dias na semana e 24 horas por dia, ou seja, com turnos, irregular e por vezes com trabalho extra, o que por sua vez é causador de stress no trabalho. Stress no trabalho, pode ser entendido como a diferença entre as expectativas e a procura dos profissionais, e a capacidade de resposta para satisfazerem essas expectativas. O stress no trabalho, é uma questão, que deveria ser devidamente considerada, pois é causador de absentismo

e outras questões de saúde, que estão diretamente ligadas à produtividade (Dahanayake & Ranatunga, 2020).

Stacey (2015) considera que nos países da OCDE, a hotelaria e restauração são responsáveis em média por 5,5% da criação de emprego, e têm apresentado um crescimento médio de 1,4% no período entre 2009 e 2013. O setor do turismo, cria emprego para todo o tipo de pessoas, idades e com variadas competências. Em simultâneo o setor cria a oportunidade para muitas pessoas entrarem no mercado de trabalho, ganharem experiência, desenvolverem competências permitindo o crescimento para obterem empregos mais bem remunerados. Mas o setor está altamente dependente da qualidade do capital humano, para que um destino turístico seja competitivo e se mantenha com fatores diferenciadores para potenciar a procura e captar visitantes. O turismo está em mudança, e a ficar mais complexo, pois requer cada vez mais recursos humanos dotados de elevadas competências profissionais, para trazerem inovação qualidade de serviços ao setor, mas ao mesmo tempo ainda oferecem um grande leque de empregos básicos e pouco qualificados (Stacey,2015).

O setor da hospitalidade, está muito dependente dos relatos das experiências dos consumidores, pelo que colaboradores motivados, estão mais disponíveis para criarem boas relações com os turistas, e assim aumentar a qualidade dos serviços, diminuir o absentismo, aumentar a produtividade, causando maior satisfação nos clientes e conseqüentemente melhorando o desempenho económico das organizações (Dahanayake & Ranatunga, 2020). A motivação, é um conceito muito difícil de definir, mas podemos considerar como sendo a vontade pessoal que leva os indivíduos a concretizarem as suas vontades, ou seja um comportamento intencional, orientado para uma meta (Gonçalves, 2014).

Mas as atitudes negativas sobre as profissões do Turismo, levam o setor a não conseguir captar e reter pessoas bem qualificadas, o que traz um grande desafio na planificação das suas estratégias, pois a prestação de serviço e satisfação do consumidor, estão totalmente dependentes dos Recursos Humanos, comprometendo a competitividade do setor (Roney & Öztin, 2007).

Gerar, obter e aplicar conhecimento passa a ser um elemento básico e fundamental para enfrentar as mudanças e desafios que a indústria turística atravessa, e por essa

razão, as pessoas são frequentemente associadas à competitividade, por serem detentoras de conhecimento singular e diferenciador. Tendencialmente, o aumento das competências dos recursos humanos, passa a ser visto pelas organizações como um investimento, e não somente como um custo. Simultaneamente esperam que esse valor se converta em vantagem competitiva, visível em produtos e serviço diferenciados, aliados à melhoria de infraestruturas, tecnologia, processos e informação, trazendo assim benefícios económicos às organizações (Antunes & César, 2007).

As pessoas são consideradas como recursos valiosos, raros, não-substituíveis e não-imitáveis, geradoras de valor, recurso estratégico e fonte de vantagem competitiva, e por isso são denominadas como capital intelectual (Antunes & César, 2007).

As empresas turísticas vendem serviços, e o seu principal recurso produtivo são as pessoas que nelas trabalham, assim as vantagens competitivas, estão sempre relacionadas com a importância que os recursos humanos têm no desempenho empresarial. O fator humano, tem um papel muito representativo nas empresas que vendem serviços, pois são elementos essenciais na cadeia de valor e na percepção que os clientes têm dos serviços prestados e na relação com as suas expectativas. As empresas turísticas, têm como base da sua competitividade a acumulação de recursos intangíveis e dificilmente copiados pelos seus concorrentes, desde que associados aos recursos naturais e infraestruturas (Bañuls *et al.*, 2007). A competitividade, está centrada na análise dos recursos internos das empresas, que sejam particulares, difíceis de copiar ou imitar, e assim fonte de vantagem competitiva (Antunes & César, 2007).

Sari, *et al.*, (2019), referem que recursos humanos motivados, com boas condições de trabalho e conseqüentemente com alta satisfação pessoal, influenciam a satisfação dos consumidores turistas. Colaboradores satisfeitos e motivados, vão providenciar bons serviços e assim influenciam a atratividade turística. Hosany *et al.*, (2006), consideram que a imagem de um destino turístico depende das crenças, ideias, e impressões que os turistas detêm sobre uma determinada região. Pimentel & Vieira (2006), avançam que na altura da escolha de um destino turístico, é muitas vezes a opinião de familiares e amigos que ajuda a formar a primeira imagem do destino.

CAPÍTULO III- EVOLUÇÃO DO TURISMO DOS AÇORES

O efeito dinamizador da atividade turística, desenvolve as economias e faz criar destinos turísticos, e para que estes se mantenham no mercado a longo prazo, levam os governos a regular a atividade, assim como a incentivar e a investir no melhoramento das infraestruturas públicas, potenciando assim um efeito social positivo para os habitantes das respetivas localidades. A criação de postos de trabalho, diretamente relacionados com a atividade turística, mais nomeadamente com a hospitalidade, é também uma consequência do investimento do poder político no turismo.

Este capítulo tende a identificar algumas políticas públicas implementadas pelo Governo Regional dos Açores para desenvolvimento do Turismo, e a sua representatividade no mercado de trabalho regional.

3.1. Políticas Públicas

A atividade turística, traz evidentes e notórios impactos positivos, e rapidamente fazem os Governos criarem estratégias para desenvolvimento dos destinos turísticos, de forma a potenciarem e incrementarem a procura e consequentemente estimularem benefícios às respetivas economias (OECD *Tourism Trends and Policies*, 2020).

A Região Autónoma dos Açores também não foi, a este nível, uma exceção e o setor do turismo foi definido como pilar estratégico para o desenvolvimento da sua economia, tal como se pode constatar nas políticas levadas a efeito pelos sucessivos governos, com os objetivos estratégicos comuns de qualificação do destino, sustentabilidade do destino na vertente social, económica e ambiental, eficácia na promoção e eficiência nas acessibilidades.

A promoção e qualificação do destino, foi centrada em ações concertadas com o PEMTA -Plano Estratégico e de Marketing do Turismo e com o POTRAA- Programa de Ordenamento Turístico da RAA. O PEMTA Açores (2020), considera o turismo prioritário para o desenvolvimento da economia da região, assentando nos seguintes objetivos estratégicos: melhorar e enriquecer a qualidade da experiência turística do visitante; contribuir para a preservação e conservação dos espaços naturais e culturais; contribuir para o desenvolvimento económico da região; melhorar o desempenho das atividades do turismo.

Já o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores POTRAA, (2008), teve como “objetivo o desenvolvimento e afirmação de um setor turístico sustentável, que garanta o desenvolvimento económico, a preservação do ambiente natural e humano que contribua para o ordenamento do território insular e para a atenuação da disparidade entre os diversos espaços constitutivos da Região dos Açores [...]” (POTRAA, 2008, p. 9).

Esta visão permitiu o investimento em infraestruturas aéreas, portuárias e terrestres, e consequentemente foi aumentando a capacidade de camas, pois a falta de hotéis era uma das principais lacunas bloqueadoras do crescimento turístico em anos anteriores.

O Programa do XI Governo Regional dos Açores, já define o Destino Açores, como uma oferta que concilia o carácter das paisagens e potencial do mar, excentricidades dos fenómenos vulcânicos, criando experiências únicas no contato com a fauna e flora terrestre e marítima, com a cultura própria e autêntica, simplicidade das pessoas, e o património arquitetónico. Foi objetivo governamental, melhorar as acessibilidades aéreas e marítimas, captar segmentos que valorizassem a oferta e com capacidade de despender dinheiro na região. Foi também aposta a construção do cais nas Portas do Mar para atracagem de cruzeiros de médio e grande porte. A ATA- Associação Turística dos Açores, foi definida como coordenadora da promoção externa, evitando a multiplicação de *players* em ações de promoção individuais (Proposta de Programa do XI Governo Regional dos Açores, 2012).

Seguiu-se o Programa do XII Governo Regional, que acrescentou ao já definido no produto turístico, a segurança, o bem receber os visitantes, altura em que o destino foi distinguido com alguns prémios ambientais (e.g., *Quality Coast Platium Award*). O Destino Açores em 2016, encontra a sua identidade enquanto Região Turística, considerando a natureza experimental de cariz ativo e posicionando-se favoravelmente face ao segmento que procura experiências culturais e na natureza. Foi então vontade política, melhorar o regime de acessibilidades aérea, como marco impulsionador do turismo, bem como criar notoriedade para o destino através de uma forte promoção nos mercados emissores, diminuir a sazonalidade, e políticas públicas a privilegiar o desenvolvimento da oferta adequada aso fluxos turísticos. A revisão do POTRAA, foi também intenção política, bem como foco na profissionalização do setor, na sistematização de processos, certificação de produtos e serviços, segurança e

sustentabilidade dos recursos, criando uma cultura local de bem receber que seja indissociável da Marca Açores (Programa do XII Governo Regional, 2016).

Na sucessão, o Programa do XIII Governo Regional, aponta como desafio da sua governação, a revitalização do sector do turismo, com uma aposta clara na qualidade do turismo nos Açores, focado não só na capacidade de diferenciação pelas características únicas do arquipélago, mas também pela capacidade em fornecer um serviço de excelência a quem visita o destino. Foi intenção da governação a concretização de políticas públicas, para que quem visita o destino tenha uma fácil percepção da nossa singularidade e autenticidade.

Neste contexto, foi do interesse governamental o desenvolvimento de outros produtos turísticos, como o Turismo Residencial, o Turismo de Saúde, o Turismo de Bem-Estar, o Turismo Sénior, o Turismo Cultural e Religioso, como forma de criar valor acrescentado ao já existente e também contribuir para a diminuição da sazonalidade, assim como a implementação de políticas capazes de incentivarem a atividade marítimo-turística, tendo por base o ativo turístico associado do mar.

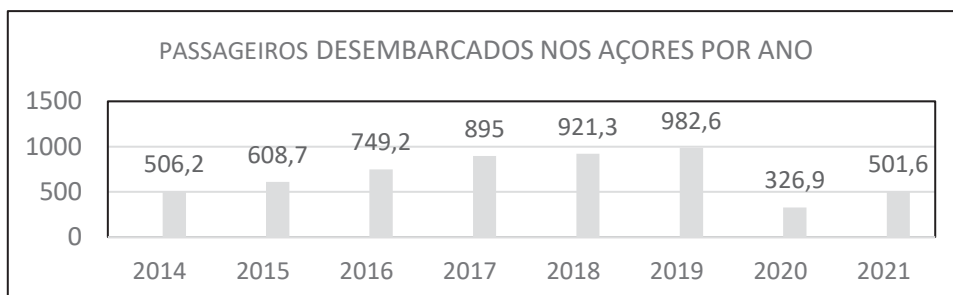
É evidente a vontade política em manter e melhorar o produtos turístico para criar mais valias ao Destino Açores, pois aposta no crescimento turístico como um importante pilar de desenvolvimento da economia dos Açores (Programa do XIII Governo Regional, 2020).

O Governo Regional dos Açores nos últimos anos tem criado vários programas e muitas medidas para incentivar o turismo e potenciar o crescimento empresarial. De salientar a liberalização do espaço aéreo em 2015, a criação da Marca Açores, a preservação do património cultural através de incentivos ao artesanato, programas de incentivo à competitividade empresarial como o Competir +, qualificação dos Recursos Humanos com os programas estagiar, bem como apoios à dinamização da atividade económica, desenvolvendo ações de fomento de empreendedorismo e da inovação empresarial, concretizada na Nonagon, Terceira *Tech Island*. Foi igualmente potenciado o desenvolvimento das empresas artesanais, com o objetivo de passar o saber entre gerações, com o *Azores New Craft*.

Contudo, a medida com maior impacto foi a abertura do espaço aéreo a dois corredores entre o continente português e o Açores, o qual que aconteceu a 29 março de 2015, pondo fim a um longo de monopólio da companhia aérea açoriana, e permitiu a entrada e operação de companhias aéreas de baixo-custo (*low-cost*), as quais passaram

a concorrer com as companhias de bandeira. Como resultado desta medida, houve um impacto direto no turismo, pois os passageiros desembarcados nos aeroportos dos Açores aumentaram significativamente nos anos subsequentes comparativamente com o ano de 2014 como se pode avaliar pelas Figuras 2.

Figura 2. Passageiros desembarcados na RAA entre 2014 e 2021



Fonte: OTA, 2021

Com o aumento exponencial de passageiros desembarcados, as dormidas nas unidades de alojamento dos Açores também demonstraram um crescimento muito significativo (Figura 3).

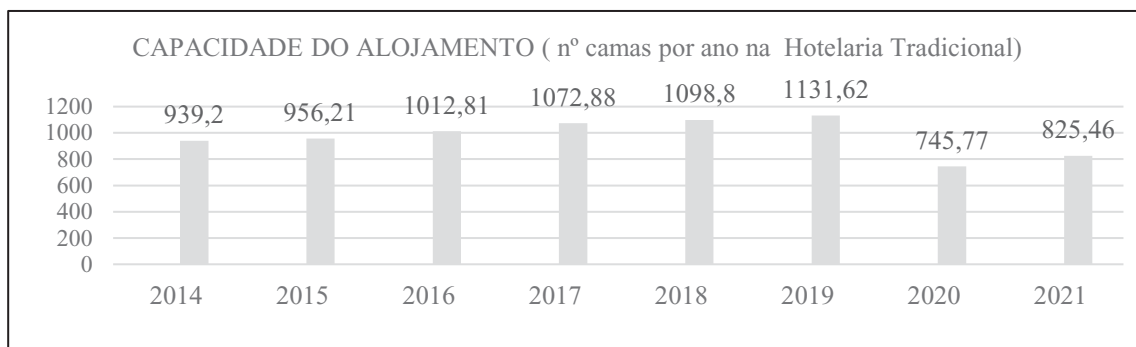
Figura 3. Dormidas na RAA entre 2014 a 2021



Fonte: OTA, 2021

Outra consequência direta da abertura do espaço aéreo, foi sem dúvida, o aumento da oferta de alojamento, pois a capacidade hoteleira aumentou substancialmente (Figura 4). A diminuição verificada em 2020 e 2021 deveu-se à situação pandémica associada à doença Covid-19, a qual levou ao encerramento total ou parcial de algumas unidades.

Figura 4. Capacidade de alojamento (nº camas por ano) na hotelaria tradicional entre 2014 e 2021



Fonte: OTA,2021

A estratégia do governo da Região Autónoma dos Açores, em criar um produto diferenciado para o arquipélago dos Açores é notória, pois a Região Autónoma dos Açores (RAA), foi o único arquipélago do mundo a obter o certificado de destino turístico sustentável. O processo de certificação do arquipélago iniciou-se em 2017 e foi completado em 2019, pela *Earth Check Certified*. (Açores no Rumo da Sustentabilidade, 2022).

Na base desta certificação, foram fundamentalmente consideradas as características naturais inerentes em todas as nove ilhas. No ano 2013, o arquipélago dos Açores, passou a integrar as redes Europeias e Global de Geoparques. Em 2015 o Geoparque Açores, passou a ser um território UNESCO, seguindo-se no ano 2016 o reconhecimento das Fajãs de São Jorge como reserva da Biosfera da UNESCO, em 2017 o iniciou-se o processo de certificação dos Açores como destino sustentável, e em 2018 aconteceu a criação da Açores DMO, seguindo-se da certificação no ano 2019 (Açores no Rumo da Sustentabilidade, cronologia, 2020).

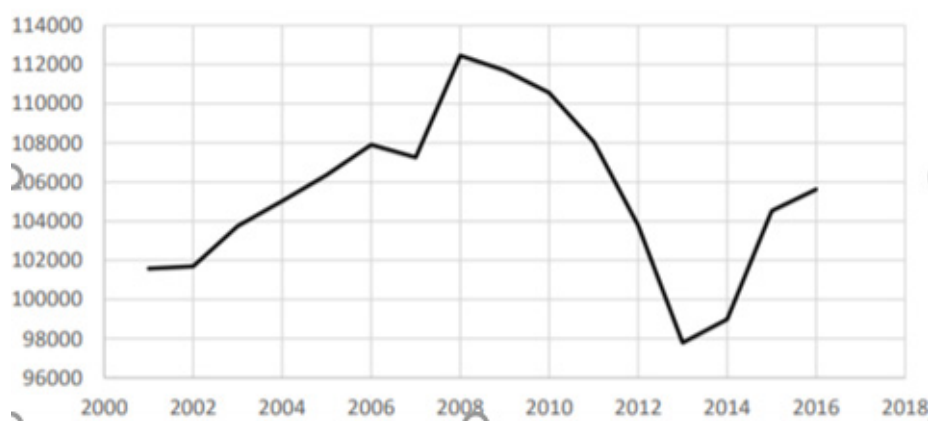
Em suma, as medidas governamentais têm tido como objetivo qualificar o Destino Açores, desenvolvendo infraestruturas aéreas, portuárias e terrestres, diversificando o produto turístico regional aliado com a segurança, singularidade e autenticidade, criando medidas para proteção do património cultural, com incentivos á competitividade, empreendedorismo, inovação e qualificação dos recursos humanos.

3.2. Impacto do Turismo no Mercado de Trabalho e na Economia dos Açores

A atividade turística tem apresentado ao longo das últimas décadas um crescimento consistente e continuado. Em média, nos países da OCDE o setor do turismo, contribui com 4,4% para o PIB, 6,9% do emprego e 21,5% com exportação de serviços (OECD, *Tourism Trends and Policies*, 2020).

Dentinho & Fortuna (2019), consideram que a evolução do emprego na RAA foi positiva, entre os anos de 2001 a 2008. De 2008 até 2013, houve um forte decréscimo na taxa de emprego, causada pela crise económica de então, e segundo o mesmo autor a retoma do mercado de trabalho, recomeçou a partir de 2014, e, nessa altura, relacionada com o setor primário da economia. Mas é a partir de 2015, que se nota uma maior ascendência, estando esta relacionada com a subida de entrada de turistas na região, resultante da medida política de abertura do espaço aéreo.

Figura 5. Evolução do emprego na RAA



Fonte: Dentinho & Fortuna (2019).

De facto, a partir do ano 2015, os valores da população empregada na RAA, apresentam uma subida positiva e está correlacionada com as taxas de desemprego a descer. O volume da população empregada, é superior ao decréscimo do volume da população desempregada, podendo assim concluir-se, que o crescimento do emprego envolve a criação de postos de trabalho, ou seja, ativos que ingressaram no mercado de trabalho, e esse fato está, muito provavelmente, relacionado com atividade turística que cresceu substancialmente a partir do ano 2015 (Decreto Legislativo Regional, N°2/2020/A).

Se observarmos a evolução do emprego por setor de atividade, fica evidente que o setor terciário, apresenta um crescimento gradual dos anos 2017 a 2019 (Plano Regional Anual, 2021).

Tabela 1. População ativa empregada por setores de atividade

População Empregada por Setores de Atividade						
	Nº Indivíduos			%		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Setor Primário	11 979	11 265	10230	10,7	9,9	9,0
Setor Secundário	17 525	19 331	19 209	15,7	17,0	16,9
Setor Terciário	82 296	83 082	84 340	73,6	73,1	74,1
Total	111 800	113 677	113 779	100,0	100,0	100,0

Fonte: Plano Regional Anual, 2021

As Contas Satélites do Turismo (CST) na RAA, estimam que nos anos 2016, 2017 e 2018, o VAB gerado pelo Turismo na economia regional tenha sido, 8,6% e 9,4% e 9,8% respetivamente (SREA, 2020), conforme descrito abaixo na Tabela 2.

Tabela 2. VAB gerado pelo turismo entre 2016 e 2018 na RAA

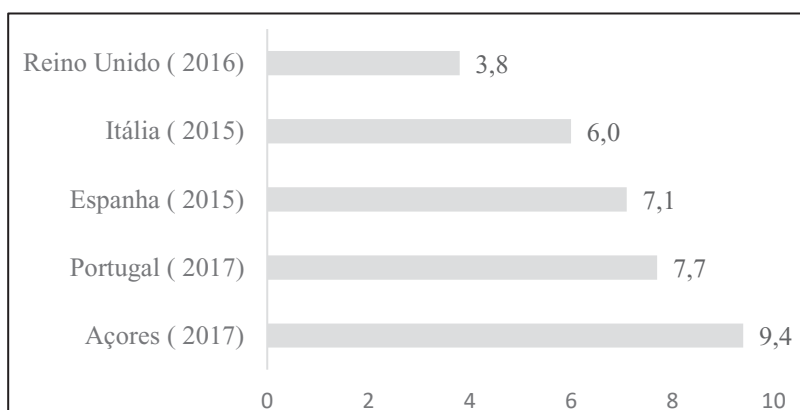
VAB gerado pelo Turismo (VBTGT)	2016	2017	2018
Valor (milhões em Euros)	297 572	335 384	361 544
Contribuição do VABGT para o VAB da Economia Regional (%)	8.6%	9.4%	9.8%

Fonte: SREA,2020

O Valor Acrescentado Bruto gerado pelo Turismo (VABGT), na economia regional, foi estimado em 297 572€ milhões no ano 2016, 335,4 384€ milhões no ano 2017 e 361,544€ milhões de euros em 2018 (Tabela 2).

Se compararmos os valores do peso VAB gerado pelo turismo nas economias de alguns países e regiões europeias, podemos concluir que o mesmo é bastante superior nos Açores, como podemos constatar na Figura 6.

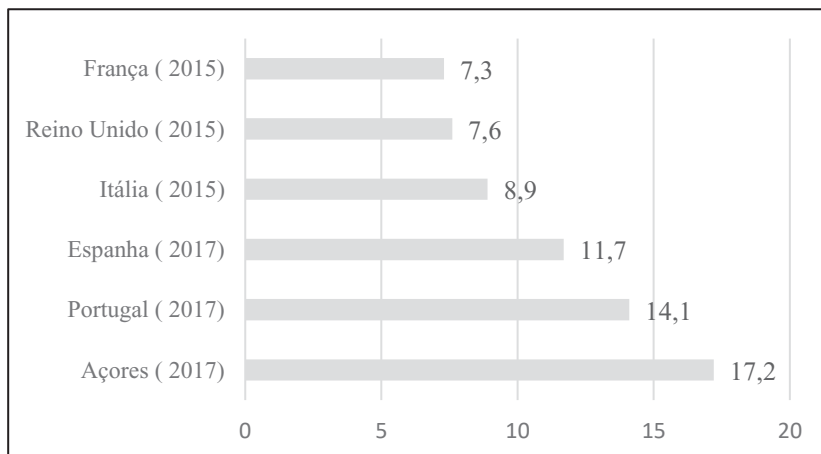
Figura 6. Representatividade do peso (%) do VAB gerado pelo turismo no VAB total da economia em países/regiões da Europa



Fonte: SREA, 2020

A tendência repete-se quando analisamos o indicador Consumo do Turismo no Território Económico (CTTE), pois a RAA apresenta um valor superior a outras regiões europeias.

Figura 7. Peso (%) do consumo do turismo no território económico no PIB em países/regiões da Europa



SREA, 2020

Assim, as medidas governativas introduzidas na RAA foram certamente importantes na economia regional, pois é notório o impacto no mercado de trabalho com a subida da taxa de emprego no setor terciário, e com a tendência ascendente do VAB gerado pelo turismo. Outro indicador que evidencia o efeito positivo da estratégia governamental nos Açores, é o fato da região apresentar valores superiores a outras regiões europeias, relativamente ao consumo do turismo no território económico.

CAPÍTULO IV- ANÁLISE EMPÍRICA

O objetivo deste trabalho é o de conhecer melhor a importância que a atividade turística tem na economia dos Açores, relacionando a capacidade que esta atividade tem em gerar emprego, assim como a capacidade para atrair profissionais que sintam que trabalhar no turismo é sinónimo de orgulho e satisfação no trabalho e qualidade de vida, contribuindo assim positivamente para a atratividade e competitividade do destino.

4.2 Recolha dos Dados

Os dados desta investigação resultaram de uma análise documental prévia no google académico, com leitura de vários artigos científicos sobre a temática do turismo, competitividade, atratividade e satisfação no trabalho. Foram também consultados livros e sites oficiais, como os do OTA (Observatórios Turismo dos Açores) e SREA (Serviço Regional Estatística dos Açores). Posteriormente, foi efetuado um questionário dirigido a colaboradores da indústria turística. Contudo, a maioria das respostas obtidas, foram de trabalhadores a exercerem as suas funções na área da hospitalidade, mas também foi conseguido *feed-back* de alguns trabalhadores da área de animação turística, estagiários L e T ligados ao turismo e de gestor de qualidade na área de turismo.

Nos referidos questionários, para além da caracterização sociodemográfica (idade, género, situação contratual, localidade de residência, número de filhos, situação profissional, entre outros elementos), é solicitada a avaliação, relativamente à satisfação com as condições de trabalho, satisfação profissional e qualidade de vida dos inquiridos.

O questionário foi submetido à Comissão de Ética, tendo obtido parecer favorável, em 30 de junho de 2021. Como resultado deste processo obtiveram-se setenta e quatro respostas válidas, embora em alguns questionários existam informações omissas relativamente a algumas variáveis.

Os dados recolhidos nesta amostra, apesar de restritos a uma realidade muito segmentada, servem com uma referência objetiva da perceção da atratividade que os recursos humanos têm na da indústria turística.

4.3. Análise dos Dados

Os dados apresentados, referem-se às respostas da amostra de setenta e quatro questionários obtidos. Foi efetuada, uma análise descritiva às variáveis recolhidas. A primeira parte do questionário foi pensada, para caracterizar sócio demograficamente dos trabalhadores do setor, e a segunda para avaliar a satisfação dos mesmos e a atratividade da atividade turística.

4.3.1. Caracterização Sociodemográfica

Na caracterização sociodemográfica dos indivíduos, que responderam ao questionário, podemos afirmar que 41,9 % são do sexo feminino e 58,1% são do sexo masculino.

Tabela 3. Distribuição da amostra segundo o género

Género do Colaborador		
	Frequência	%
Feminino	31	41,9
Masculino	43	58,1
Total	74	100

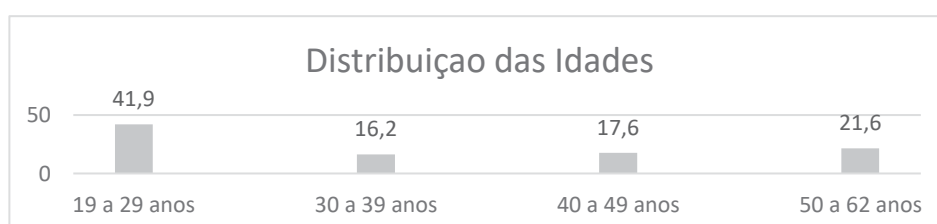
Relativamente à idade, recorrendo à análise da estatística descritiva desta variável, podemos dizer que a amostra aponta que o indivíduo mais jovem tem a idade de 19 anos, e o mais velho tem de 62 anos, sendo a média igual a 36 anos.

Tabela 4. Idade dos inquiridos

	Nº Respostas	Mínimo	Máxima	Média
Idade do colaborador	74	19	62	36

Da amostra podemos constatar que os inquiridos da amostra, têm a seguinte distribuição de idades, 41,9% estão entre os 19 e 29 anos, 16,2% entre as idades de 30 aos 39 anos, 16,2% correspondem ao intervalo de idades entre os 40 e 49 anos, e 21,6% situam-se entre 50 aos 62 anos.

Figura 8. Distribuição da amostra por idades



Quanto à localidade, a pergunta foi elaborada com resposta aberta, podendo-se concluir pela análise descritiva da SPSS, que 66,2% das repostas são de indivíduos que residem no concelho de Ponta Delgada.

Relativamente ao tempo que os inquiridos desempenham a sua atividade profissional, os dados recolhidos na amostra apontam que 44,6% trabalham na atividade há mais de 10 anos, 14,9% há 5 anos, 9,5 % há 2 anos e apenas 5,4% até 1 anos de atividade no setor.

Tabela 5. Tempo de desempenho da função

Tempo desempenho da função		
	Frequência	%
1 ano	4	5,4
2 ano	7	9,5
3 ano	5	6,8
4 ano	6	8,1
5 ano	11	14,9
6 ano	2	2,7
7 ano	3	4,1
8 ano	1	1,4
9 ano	1	1,4
10 anos	33	44,6
Total	73	98,6

Analisando a escolaridade dos inquiridos concluímos que 1,4 % têm a instrução primária, 17,6% possuem o 2º ciclo, 29,7% responderam que têm o 3º ciclo, 36,5% possuem o 12º ano, 10,8% apontaram ter uma licenciatura e 2,7 com Pós-Graduação. Das respostas recolhidas 1,4 % foram respostas não válidas (omissos).

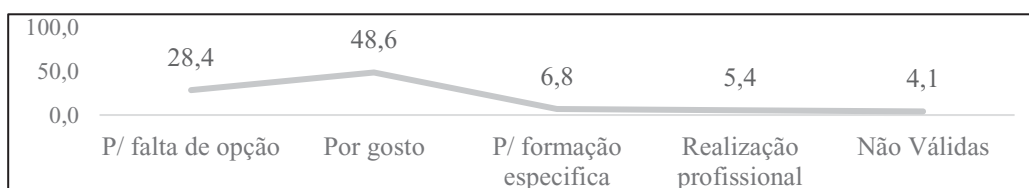
Tabela 6. Escolaridade dos inquiridos

Escolaridade	dade do colaborador	
	Frequência	%
1º ciclo (instrução Primária)	1	1,4
2º ciclo (6º ano)	13	17,6
3º ciclo (9º ano)	22	29,7
12º ano	27	36,5
Licenciatura	8	10,8
Pós-Graduação	2	2,7
Total	74	100,0

4.3.2 Atratividade no Mercado Trabalho da Indústria Turística

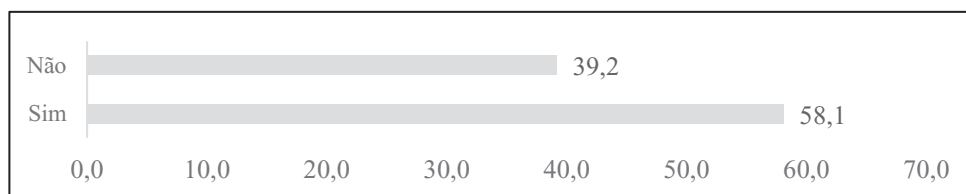
As próximas respostas dos inquiridos, visam avaliar a atratividade do trabalho na indústria turística em São Miguel. De acordo com a Figura 9, ao analisamos o motivo da escolha da profissão, através de uma análise descritiva, é-nos permitido concluir que 48,6% dos indivíduos escolheram trabalhar no turismo por gosto, 28,4% por falta de opção, 6,8% por terem formação específica na área, 5,4% por realização profissional, 1,4% para ajudarem a família, 1,4% pelo horário e 4,1% deram respostas não válidas.

Figura 9. Motivo da escolha da profissão



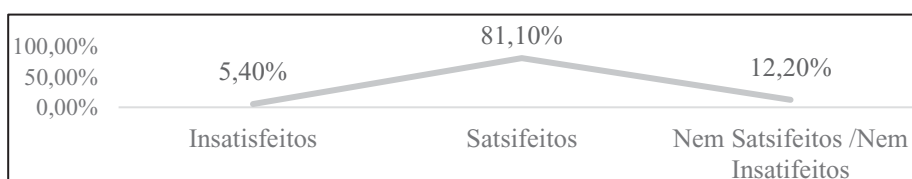
Quando se perguntou aos trabalhadores inquiridos se voltariam a escolher a mesma profissão, 58,1% responderam afirmativamente, enquanto 39,2% responderam negativamente (Figura 10).

Figura 10. Voltaria a escolher a mesma profissão



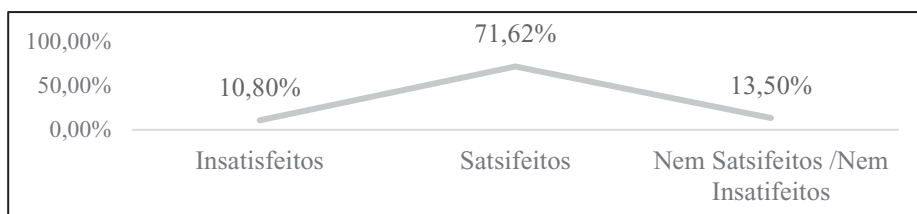
Ao analisarmos o sentimento de orgulho na profissão, a amostra aponta que 45,9% estão satisfeitos com a profissão exercida no âmbito da atividade turística, 35,1% muito satisfeitos, o que totaliza 81,1% dos inquiridos, 2,7% estão muito insatisfeitos e 2,7% estão insatisfeitos, levando a concluir que 5,4% não têm orgulho na sua profissão. Além disso, 12,2% não estão satisfeitos nem insatisfeitos (Figura 11).

Figura 11. Sentimento de orgulho pela profissão turística



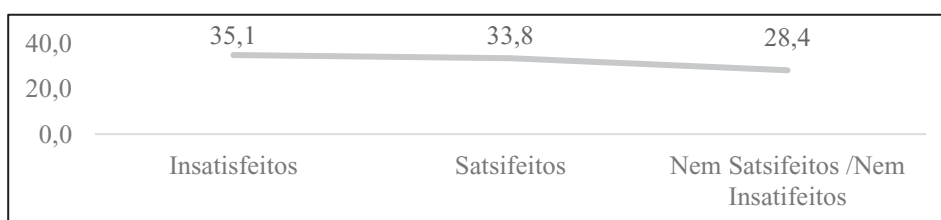
No indicador referente à qualidade de vida, as respostas analisadas, podemos concluir que 71,62% estão satisfeitos com a qualidade de vida que possuem, 10,8% estão insatisfeitos e 13,5% não estão satisfeitos nem insatisfeitos com este aspeto (Figura 12).

Figura 12. Qualidade de vida



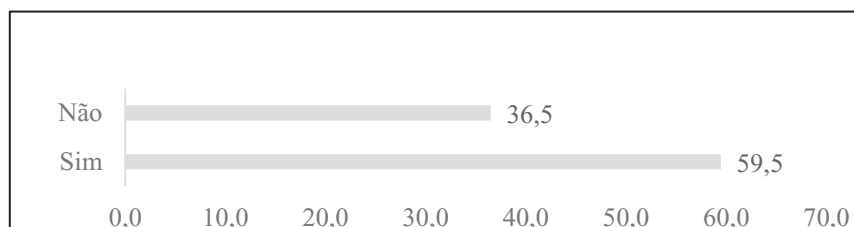
Contudo embora as repostas apontem que os inquiridos considerem ter qualidade de vida, quando se lhe é perguntado se têm possibilidade de desenvolverem atividades de lazer, 35,1% reponderam que se consideram insatisfeitos e só 33,8% estão satisfeitos (Figura 13).

Figura 13. Oportunidades para participarem em atividades de lazer



Outro resultado antagónico com a qualidade de vida, é o resultado da amostra relativamente à influência que o trabalho do setor turístico tem na vida pessoal, pois 59,5% dizem ter impacto na sua vida pessoal e 36,5% respondem negativamente a essa questão (Figura 14).

Figura 14. Interferência que a profissão tem na vida pessoal



À pergunta, se os trabalhadores do setor turístico gostavam da sua vida, 81,10% responderam que estão satisfeitos e só 6,80% responderam que estão insatisfeitos (Figura 15).

Figura 15. Gosto pela vida que têm



Continuando com a análise da atratividade do trabalho, conforme descrito na Tabela 7, e considerando o sentimento de realização pessoal da atividade profissional no turismo, 70,30% responderam estar satisfeitos e 14,90% não sentem realização pessoal. Na variável da percepção, que a família tem sobre as profissões turísticas, 8,20% dos inquiridos dizem que estão insatisfeitos, 62,16% estão satisfeitos e 28,40% manifestam-se nem satisfeitos nem insatisfeitos. Na questão da remuneração, 37,8% consideram que o dinheiro que ganham satisfazem as suas necessidades, 24,3% consideram-se insatisfeitos e 35,10% não estão satisfeitos nem insatisfeitos, mas quando perguntamos se consideram que estão a ser bem pagos só 33,8% dizem estar satisfeitos, 36,5% estão insatisfeitos e 29,7% não se consideram nem satisfeitos nem insatisfeitos. Nas oportunidade de promoção, 39,2% manifestam satisfação, 18,9% insatisfação,

Na questão relacionando com o reconhecimento do trabalho, 73% manifestam satisfação, e só 13,5% apontam insatisfação nesta variável. Perante a comparação de oportunidade de crescimento com empresas de outras atividades, o grau de satisfação dos inquiridos rondam os 45,9% e o de insatisfação 17,6%.

Quando são questionados se gostam das tarefas que desempenham na sua atividade profissional, 71,6% afirmam estar satisfeitos e 28,4% revelam insatisfação. No relacionamento com a chefia, 74,3% dizem relacionar-se bem e 24,30% não sentem o mesmo, 77% gostam dos colegas com quem trabalham e 23% manifestam insatisfação. Das respostas dos inquiridos, 74,3% demonstram ter orgulho na empresa onde trabalham, e só 5,4% manifestam insatisfação nessa variável. As participações nas decisões da empresa apontam para um grau de satisfação dos inquiridos de 58,10% e 14,8% de insatisfação. Relativamente à formação fornecida pelas empresas onde trabalham, 68,9% acusam satisfação e 10,8 % responderam com insatisfação.

Tabela 7. Atratividade no trabalho da atividade turística em São Miguel

	Insatisfeitos	Satisfeitos	Nem Satisfeitos /Nem Insatisfeitos
Sente-se realizado com o trabalho que faz	14,9	70,3	13,5
Em que medida a família avalia o trabalho	8,20	62,16	28,40
Tem dinheiro para satisfazer suas necessidades	24,30	37,80	35,10
Sinto que estou a ser bem pago	36,5	33,8	29,7
Sinto que tenho hipótese de promoção	18,9	39,2	40,5
Sinto reconhecimento quando faço um bom trabalho	13,5	73,0	13,5
Tem as mesmas oportunidades de crescimento quando comparado com outras empresas	17,6	45,9	35,1
Os que fazem bem o seu trabalho têm hipóteses de promoção	16,2	45,9	37,8
Gosto das minha tarefas no trabalho	28,4	71,6	18,9
Como avalia relação com a sua chefia	24,3	74,3	17,6
Gosto das pessoas com quem trabalho	23,0	77,0	16,2
Em que medida sente orgulho na organização em que trabalha	5,4	74,3	17,6
Em que medida está satisfeito com o nível de participação nas decisões da empresa	14,8	58,1	25,7
Sente-se satisfeito com a formação fornecida pela empresa	10,8	68,9	18,9

CAPÍTULO V – CONCLUSÕES

Quando iniciei este trabalho de investigação, constatei que a temática da atratividade do trabalho era pouco estudada na Região Autónoma dos Açores. Por isso, achei ser relevante estudar e aprofundar o tema. Este estudo contribuiu, até certo ponto, para identificar a importância que os recursos humanos podem ter na competitividade/atratividade do destino turístico.

O objetivo geral deste trabalho, foi verificar qual a atratividade que a indústria turística tem no mercado de trabalho, considerando a sua capacidade de captar e reter recursos humanos, analisando a sua satisfação no trabalho, realização pessoal e qualidade de vida gerada nos profissionais ligados à mesma. Consta-se que o objetivo foi alcançado e que, segundo os dados recolhidos, a atividade turística é atrativa no âmbito do mercado de trabalho.

Os inquiridos revelam maioritariamente satisfação com a sua atividade profissional, evidenciaram que sentem gosto e orgulho nas tarefas que desempenham, e voltariam a escolher a mesma profissão se tivessem essa oportunidade, e na sua maioria escolheram trabalhar no turismo por gosto pela profissão. Também manifestam sentimento de realização pessoal. Maioritariamente os colaboradores do setor consideram-se satisfeitos com a sua qualidade de vida. A amostra mostrou-nos que contrariamente aos dados de alguns países da OCDE, o trabalhador do setor turístico regional, não apresenta grande rotatividade, pois a maioria já exerce a profissão há mais de 5 e 10 anos. A média de idade é de 36 anos contrapondo com a baixas idades de muitos trabalhadores entre os 15 e 24 anos nos países anteriormente referenciados. É de referir que a satisfação é menor relativamente às oportunidades de promoção e à remuneração, na perceção que os familiares têm sobre quem trabalha no setor, e nas oportunidades possíveis de atividades de lazer.

A maior limitação desta investigação, foi a dimensão da amostra, pois dado ao contexto pandémico associado à doença Covid-19 que se tem vivido nos último dois anos, muitas unidades hoteleiras estavam encerradas, o que, entre outros aspetos, não permitiu uma análise mais aprofundada, nomeadamente através de uma análise de regressão. Acresce a isto a sua localização na ilha de São Miguel, fazendo com que os resultados possam não ser generalizados para o total dos Açores. Seria certamente

muito interessante, numa outra oportunidade aumentar a amostra e às restantes ilhas do arquipélago dos Açores.

REFERÊNCIAS

Roney, A. S., & Öztin, P. (2007). Career perceptions of undergraduate tourism students: A case study in Turkey. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(1), 4-17.

Antunes, M. T. P. & César, A. M. R. V. C. (2007). A gestão do capital humano sob o enfoque contábil-um fator de competitividade empresarial. *Revista de Economia & relações Internacionais*, 11(6), 5-25.

Aziri, B. (2011). Job satisfaction: a literature review. *Management Research & Practice*, 3(4), 77-86.

Bañuls, A. L., Rodríguez, A. B. R., & Jiménez, M. S. (2007). El capital humano como fator estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de turismo*, 19, 47-69.

Barbosa, F. F. (2005). O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional/Tourism as a local and/or regional development factor. *Caminhos de Geografia*, 6(14), 107-114.

Berthon, P., Ewing, M., & Hah, L. L. (2005). Captivating company: dimensions of attractiveness in employer branding. *International journal of advertising*, 24(2), 151-172.

Caldeira, A. (2004). Indicadores de competitividade empresarial para a formulação de estratégias. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 3(1), 87-100.

Chiavenato, I. (1995). Recursos Humanos. Edição Compacta. 3ª edição: São Paulo, Editora Atlas S.A

Cracolici, M. F., & Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism management*, 30(3), 336-344.

Cunha, L. (2010). A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia, CPES- Centro de Pesquisa e Estudos Sociais.

Dahanayake, S. & Ranatunga, R.A.D.D.N (2020). Impact of Job Satisfaction and Job Stress on Job Performance of the NonExecutive Employees in Classified Hotels: With Reference to Kandy Area in Sri Lanka. *Journal of Management and Tourism Research*, 3(2), 9-26.

Dentinho, T. P., & Fortuna, M. A. (2019). How Regional Governance Constrains Regional Development. Evidence From an Econometric Base Model For the Azores. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, (52), 25-35.

Estevão, C., & Nunes, S. (2015). Fatores de competitividade turística: a área regional de Turismo do Algarve. *PASOS Revista de Turismo y Património Cultural*, 13(4), 897-912.

Gonçalves, S. (2014). *Psicossociologia do trabalho e das organizações: princípios e práticas*. Pactor.

Hosany, S., Ekinci, Y., & Uysal, M. (2006). Destination image and destination personality: An application of branding theories to tourism places. *Journal of Business Research*, 59(5), 638-642.

Jiang, B., & Tribe, J. (2009). 'Tourism jobs-short lived professions': Student attitudes towards tourism careers in China. *Journal of Hospitality, Leisure, Sports, and Tourism Education (Pre-2012)*, 8(1), 4-19.

Judge, T. A., Zhang, S. C., & Glerum, D. R. (2020). Job satisfaction. In Sessa, V. e Bowling N. A. (eds.) *Essentials of job attitudes and other workplace psychological constructs*. New York: Routledge, 207-241.

Kusluvan, S. (2003). Characteristics of employment and human resource management in the tourism and hospitality industry. In Kusluvan, S. (Ed.) *Managing Employee Attitudes and Behaviors in the Tourism and Hospitality Industry*. New York: Nova Science Publishers, 3-24.

Lacher, R. G., & Oh, C. O. (2012). Is tourism a low-income industry? Evidence from three coastal regions. *Journal of Travel Research*, 51(4), 464-472.

Pimentel, E., Pinho, T., & Vieira, A. (2006). Imagem da Marca de un Destino Turístico. *Turismo-Visão e Ação*, 8(2), 283-298.

Sanga, J. J. (2021). Hospitality Employment Perceptions among Non-Hospitality Management Students and their Implications for Subsequent Job Hire in the Industry. *Business Management Review*, 23(2), 32-47.

Sari, N. P. R., Bendesa, I. K. G., & Antara, M. (2019). The influence of quality of work life on employees' performance with job satisfaction and work motivation as intervening variables in star-rated hotels in Ubud tourism area of Bali. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1), 74-83.

Serrano, L. D. & Vieira, J. (2005). Low-pay higher pay and job satisfaction within the European Union: empirical evidence from fourteen countries. Bona: IZA – Institute of Labor Economics, Discussion paper N°. 1558.

Stacey, J. (2015). *Supporting quality jobs in tourism*. OECD iLibrary.

Thrane, C. (2008). Earnings differentiation in the tourism industry: Gender, human capital and socio-demographic effects. *Tourism Management*, 29(3), 514-524.

Vengesai, S. (2003). A conceptual model of tourism destination competitiveness and attractiveness. *Proceedings of the 2003 ANZMAC Conference*, 637.647.

Vieira, J. A. C. (2019). Climbing the Ladders of Job Satisfaction and Employees' Organizational Commitment: A Semi-Nonparametric Approach. Bona: IZA – Institute of Labor Economics, Discussion paper N°. 12787.

Vieira, J., Couto, G., Pimentel, P., Menezes, A., Moniz, A., & Sousa, F. (2013). The Satisfaction of the Nordic Tourist with the Azores as a Destination. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(sup1), 58-72.

REFERÊNCIAS WEB

GOVERNO DOS AÇORES. Açores no rumo da sustentabilidade. (2020). Obtido em 16/12/2020.: <https://sustainable.azores.gov.pt/cronologia/>

GOVERNO DOS AÇORES. Açores rumo à sustentabilidade. (2022). Obtido em 16/12/2020.: <https://sustainable.azores.gov.pt/2022/03/17/azores-elevacao-nivel-certificacao-destino-turistico-sustentavel/>

CCA. Catálogo Coletivo de Arquivos. (2020). Programa do XI Governo Regional dos Açores. Obtido em 24/03/2021: <https://ccarquivos.azores.gov.pt/index.php/programa-do-xi-governo-regional-dos-a-ores>

Decreto Legislativo Regional, nº 2/200/A/DRE. Assembleia Legislativa. Plano Regional Anual para 2020. Obtido em 24/02/2022: <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-legislativo-regional/2-2020-128355820>

GOVERNO DOS AÇORES. (2020). Presidência do Governo Regional dos Açores. Governo. Programa do XII Governo Regional dos Açores. Obtido em 24/03/2021: <https://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/C7D92757-4809-4413-84C6-E841DDDA6D4B/0/ProgramaXIIGRAcomIndice.pdf>

GOVERNO REGIONAL DOS AÇORES. Presidência do Governo Regional dos Açores. Plano Regional Anual, 2021. Obtido em 14/02/2022: <https://portal.azores.gov.pt/documents/36169/eea73e6b-4078-c885-0499-17dd63f56cf2>

OTA. Observatório Turismo dos Açores. (2022). Capacidade de Alojamento (nº camas por ano). Obtido em 15/02/2022: <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/150d85c5-f231-402c-ac59-26f58eab8150/page/q9gUB>

OTA. Observatório Turismo dos Açores. (2022) Dormidas por Ano. Obtido em 15/02/2022: <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/150d85c5-f231-402c-ac59-26f58eab8150/page/FogUB>

OTA. Observatório Turismo dos Açores. (2022). Passageiros desembarcados. Obtido em 15/02/2022: <https://datastudio.google.com/u/0/reporting/2dadeaa0-4c88-4fef-a023-48efdf01b7a3/page/Gg3>

KEY FINDINGS. OECD Tourism Trends and Policies 2020. Obtido em 01/11/2020. Tourism Brochure: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/2020-Tourism-Brochure.pdf>

PEM_AÇORES2. Plano Estratégico e de marketing do Turismo dos Açores. Obtido em 4/11/2020: http://azores.gov.pt/PortalAzoresgov/external/portal/misc/PEM_AÇORES2.pdf

POTRA: Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores. Obtida em 25/02/2022: <https://jo.azores.gov.pt/api/public/ato/ec089871-1fcc-466b-b9d7-c695b76307af/pdfOriginal>

SREA. Conta Satélite do Turismo da R.A. dos Açores. (2022). Obtido em 18/02/22:
<http://83.240.154.138/upl/%7B76d17e3a-3363-4a34-beac-a885fd62e63c%7D.pdf>

SREA. População empregada por setor de atividade principal (CAE-Ver.3) e sexo.
(2022). Obtido em 18/02/22:
https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=29&idsc=6202&lang_id=1

ANEXOS

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Instrumento de Recolha de dados

Satisfação no Trabalho

O presente questionário tem como propósito a recolha de dados para suporte de uma investigação académica, no âmbito do Mestrado em Gestão do Turismo Internacional, com especialização em Gestão de Hospitalidade, ministrada na Faculdade de Economia e Gestão da Universidade dos Açores. Destina-se a analisar a atratividade das profissões do turismo, e como são percebidas socialmente, e qual a satisfação/motivação que são capazes de gerar nas pessoas que trabalham no setor turístico.

A sua participação, será totalmente anónima e os dados obtidos serão apenas alvo de tratamento estatístico para fins académicos.

Por favor, dê a sua sincera opinião e anónima opinião, tentando responder a todas as questões e evitando a neutralidade perante as situações propostas. O questionário só tomará uns minutos do seu tempo, e ajudar-nos-á a tentar perceber melhor o contexto envolvente a toda esta problemática.

Para mais informações: 2019103471@uac.pt

*Obrigatório

Dados Pessoais

1. Idade

2. Género

Marcar tudo o que for aplicável

Feminino

Masculino

3. Estado Civil

Marcar tudo o que for aplicável

Solteiro

Casado

Divorciado

União de fato

Outras

4. Escolaridade*

Marcar tudo o que for aplicável

1º Ciclo/ Instrução Primária

2º Ciclo / 6º Ano

3º Ciclo / 9º Ano

12º Ano

Bacharelato

Licenciatura

Pós-Graduação

Mestrado

Doutoramento

Outro

5. Localidade de residência

6. Número de Filhos*

Marcar tudo o que for aplicável

0

1

2

3

4

+4

7. Situação Contratual

Marcar tudo o que for aplicável

Empregado

Desempregado

Estudante'

Outra

8. Profissão

9. Há quanto tempo desempenha a mesma função*

Marcar tudo o que for aplicável

1 ano

2 anos

3 anos

4 anos

5 anos

6 anos

7 anos

8 anos

9 anos

10 anos

+10 anos

10. Porque escolheu esta profissão*

11. Se fosse agora voltaria a escolher esta profissão*

Marcar tudo o que for aplicável

Sim

Não

12. A sua profissão interfere na sua vida pessoal*

Marcar tudo o que for aplicável

Sim

Não

Satisfação com as condições de trabalho e qualidade de vida.

Para avaliação da sua satisfação profissional e qualidade de vida, diga como e coloca perante as seguintes informações, conforme o seu grau de concordância perante as mesmas, tentando evitar posições neutras. Por favor, diga se concorda ou não, e em que grau segundo a ordenação seguinte.

- 1.Muito Insatisfeito
- 2.Insatisfeito
- 3.Nem Insatisfeito nem Satisfeito
- 4.Satisfeito
- 5.Muito Satisfeito

13.Satsifação no Trabalho

Marcar tudo o que for aplicável

1. Muito Insatisfeito	2. Insatisfeito	3. Nem Insatisfeito Nem Satisfeito	4.Satisfeito	5. Muito Satisfeito
Em que medida avalia o orgulho na sua profissão	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Como avalia a sua qualidade de vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Até que ponto gosta da sua vida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sente-se realizado no trabalho que faz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em que medida a sua família avalia o seu trabalho	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tem dinheiro suficiente para satisfazer as Suas necessidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Em que medida tem oportunidades para realizar atividades de lazer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Domínio Profissional

Para avaliação da sua satisfação profissional e qualidade de vida, diga como se coloca perante as seguintes afirmações, conforme o seu grau de concordância perante as mesmas, tentando evitar posições neutras. Por favor, se concorda ou não, e em que grau segundo a ordenação seguinte;

- 1-Muito Insatisfeito
- 2-Insatisfeito
- 3-Nem Insatisfeito nem Satisfeito
- 4-Satisfeito
- 5-Muito Satisfeito

13. Domínio Profissional

Marcar tudo o que for aplicável

1. Muito Insatisfeito 2. Insatisfeito 3. Nem Insatisfeito Nem Satisfeito 4. Satisfeito 5. Muito Satisfeito

Sinto que tenho a ser bem pago

Sinto que tenho hipóteses de promoção

Sinto reconhecimento quando faço um bom trabalho

As pessoas que trabalham aqui não têm as mesmas oportunidades de crescimento profissional como noutras empresas

Os que fazem bem o seu trabalho, têm hipóteses de serem promovidas

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Gosto das minhas tarefas no trabalho

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Como avalia a qualidade da sua relação com os seus superiores/ chefias

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Gosto das pessoas com quem trabalho

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Em que medida sente orgulho na organização em que trabalha

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Em que medida Está satisfeito Com o nível de Participação nas Decisões da empresa

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Sente-se satisfeito Com a formação Fornecida pela empresa

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Como avalia a Comunicação Dentro da empresa

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

UNIVERSIDADE DOS AÇORES

Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus

9500-321 Ponta Delgada

Açores, Portugal