

**TURISMO E SUSTENTABILIDADE  
NA REGIÃO DO ALGARVE**

Pedro Manuel Vicente Coelho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em  
Gestão

Orientador:  
Professora Doutora Ana Margarida Madureira Simães,  
ISCTE Business School,  
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Outubro 2018

# TURISMO E SUSTENTABILIDADE NA REGIÃO DO ALGARVE

Pedro Manuel Vicente Coelho

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em  
Gestão

Orientador:  
Professora Doutora Ana Margarida Madureira Simãens,  
ISCTE Business School,  
Departamento de Marketing, Operações e Gestão Geral

Outubro 2018

## AGRADECIMENTOS

Devo um profundo agradecimento às diversas pessoas que contribuíram para que este relatório fosse exequível. De uma forma direta ou indireta, todos prestaram a sua colaboração e não posso deixar de as referir neste pequeno espaço.

A todos os entrevistados, Dra. Jamila Madeira, Eng. Cláudia Ruivinho, Dr. Carlos Martins, Dr. Aquilles Marreiros, Dr. Pedro Xavier e Dr. Daniel Adro, que se disponibilizaram para marcar uma reunião comigo, quando o Turismo do Algarve estava no pico da época e era difícil arranjar tempo.

Ao meu tio Nuno Guedes e à minha Tia Lurdes, ao meu primo Alberto Antunes, à minha amiga Marta, e ao meu amigo Fabien, que sem eles não teria conseguido marcar qualquer reunião de elevado interesse para esta Dissertação.

À Prof. Doutora Ana Simãens, pela orientação científica, recomendações pertinentes e correções assertivas.

À prima Joana Nave e à minha amiga Ana Rita, pela amizade, interesse e disponibilidade demonstrados ao longo deste trabalho.

Aos meus grandes amigos e à minha namorada por todo o apoio e horas bem passadas quer em Albufeira, quer em Lisboa.

Ao meu pai, à minha mãe, à minha irmã, e a toda a família, pela compreensão, apoio e incentivo nas horas de maior incerteza, sem esquecer das milhares de vezes que perguntaram “Quando é que acabas isso?”.

A todos, o meu sincero agradecimento,

Sem vocês esta dissertação não teria finalmente acabado.

## RESUMO

O setor do Turismo, com o desenvolvimento da globalização, tem-se expandido por todo o mundo, ganhando imensa importância tanto para as economias nacionais como as regionais. No entanto, imensos são os impactos sociais, ambientais e económicos nestas regiões. Deste modo, e estando cada vez mais na ordem do dia, o Turismo Sustentável é essencial para satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades.

Desta maneira, para analisar a temática da Sustentabilidade, em conformidade com uma competitividade sustentável, do setor turístico do Algarve, recorreu-se a dados secundários e primários: Como dados secundários utilizou-se todas as informações, registos e documentos retirados dos vários portais/websites pesquisados. Já como dados primários procedeu-se à realização de entrevistas a 6 *stakeholders* do Turismo da região do Algarve, com o intuito de identificar se o Turismo na região, está em conformidade para com o progresso dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030 propostos pelas Nações Unidas em 2015. As vantagens e as limitações deste estudo serão também objeto de análise e discussão.

**Palavras-Chaves:** Turismo; Sustentabilidade; Objetivos de Desenvolvimento Sustentável; Algarve

## **ABSTRACT**

Due to the globalization process, the tourism sector is being largely expanded throughout the world, gaining a huge importance when it comes to national and regional economies. However, there is a lot of impact on social, environmental and economical areas on those same regions. Therefore, Sustainable Tourism is essential to completely fulfill the nowadays needs without compromising our future necessities.

On this optic, in order to analyze the Sustainability, in conformity with a healthy competition in the touristic sector of Algarve, primary and secondary data were used: as secondary data it was used all the information, registers and documents from the searched websites. The primary data was based on six different interviews to stakeholders of the Algarve region with the aim of identifying if the Tourism within the area is following the agenda of the United Nations released in 2015, the 2030 Agenda for Sustainable Development. In addition, the advantages and disadvantages of this study will also be discussed and analyzed.

**Keywords:** Tourism; Sustainability; Sustainable Development Goals; Algarve

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO 1</b> .....	<b>1</b>
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>1</b>
1.1. Enquadramento Geral .....	1
1.2. Objetivos de Investigação.....	2
1.3. Estrutura.....	3
1.4. Principais Resultados Esperados .....	4
<b>CAPÍTULO 2</b> .....	<b>4</b>
<b>TURISMO: A ATIVIDADE DO MILÉNIO</b> .....	<b>4</b>
2.1. Conceito de Turismo .....	6
2.2. O conceito de Turista.....	8
2.3. Tipos de turismo: Natureza, Sol e Mar e Golf.....	10
2.3.1. Turismo Natureza .....	10
2.3.2. Turismo Sol e Mar.....	12
2.3.3. Turismo de Golf .....	14
2.4. Avaliação e Competitividade dos Destinos Turísticos .....	15
<b>CAPÍTULO 3</b> .....	<b>18</b>
<b>SUSTENTABILIDADE NO TURISMO</b> .....	<b>18</b>
3.1. Desenvolvimento Sustentável.....	18
3.1.1. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável .....	20
3.2. Turismo Sustentável .....	23
3.2.1. Contribuição do Turismo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.....	27
<b>CAPÍTULO 4</b> .....	<b>30</b>
<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO 5</b> .....	<b>36</b>
<b>O SETOR DO TURISMO EM PORTUGAL</b> .....	<b>36</b>
5.1. Evolução e Caracterização do Setor do Turismo em Portugal .....	36
5.2. Caracterização do Turismo no Algarve .....	39
<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>43</b>
<b>RESULTADOS DAS ENTREVISTAS REALIZADAS</b> .....	<b>43</b>
6.1. Descrição e caracterização das entrevistas com base nos ODS da Agenda 2030.....	43
6.1.1. Caracterização do Turismo do Algarve .....	43
6.1.2. Potenciais impactos do Turismo na região do Algarve .....	44
6.1.3. A Região do Algarve e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.....	46

<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>60</b>
<b>DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>60</b>
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>66</b>
<b>CONCLUSÃO GERAL</b> .....	<b>66</b>
8.1. Síntese dos principais contributos do Estudo .....	68
8.2. Limitações da Investigação .....	69
8.3. Perspetivas de Futura Investigação.....	69
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	<b>71</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>77</b>
<b>ANEXO I.</b> Tabela de estrutura das perguntas realizadas aos entrevistados .....	77

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

**OMT**- Organização Mundial do Turismo

**UNWTO**- *The World Tourism Organization*

**SDN**- Sociedade das Nações

**ODS**- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

**INE**- Instituto Nacional de Estatísticas

**ONU**- Organização das Nações Unidas

**NU**- Nações Unidas

**UNEP**- *United Nations Environment Programme*

**CCDR**- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional

**RTA**- Região de Turismo do Algarve



## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> As relações entre os vários intervenientes do setor do Turismo. Fonte: Adaptado de OMT (2016). .....	7
<b>Figura 2:</b> Esquema dos conceitos de Viajante, Turista e Excursionista. Fonte: Tourism the International Business (2009, p.20). .....	9
<b>Figura 3.</b> Praia de Paignton com máquinas de banho, 1896. Fonte: <a href="https://www.francisfrith.com/paignton/paignton-bathing-machines-1896_38545x">https://www.francisfrith.com/paignton/paignton-bathing-machines-1896_38545x</a> .....	13
<b>Figura 4.</b> Objetivos do Desenvolvimento Sustentável para 2030. Fonte: UNWTO (2018, p.20). .....	21
<b>Figura 5.</b> Número de Empresas, Volume de Negócios e Números de Pessoas ao Serviço do Setor do Turismo por Atividade em Portugal, em 2015. Fonte: Banco de Portugal (2016). .....	39
<b>Figura 6.</b> Peso do Turismo por Distrito em Portugal. Fonte: Banco de Portugal (2014). .....	40
<b>Figura 7.</b> Dormidas/Hóspedes por mercado em Portugal, em 2017. Fonte: Turismo de Portugal (2018). .....	41

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela I.</b> Definição de Turismo.....	11
<b>Tabela II.</b> <i>O setor do Turismo e o seu contributo para atingir os ODS. Fonte: UNWTO (2018a:20).</i> .....	28
<b>Tabela III.</b> Excerto de Entrevistas Codificadas através do software MAXQDA.....	33
<b>Tabela IV.</b> Stakeholders Entrevistados.....	34
<b>Tabela V.</b> Dados do Turismo em Portugal em Outubro (acumulado) de 2017.Fonte: TravelBI by Turismo de Portugal (2017). .....	38
<b>Tabela VI.</b> Estrutura das perguntas realizadas aos entrevistados. ....	77

## **CAPÍTULO 1**

### **INTRODUÇÃO**

O presente estudo consiste numa dissertação de mestrado em que irá ser abordado, como tema principal, a questão do desenvolvimento sustentável no setor do Turismo, havendo um foco mais específico nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 propostos pelas Nações Unidas.

Desta maneira, para analisar a temática da Sustentabilidade, em conformidade com uma competitividade sustentável, do setor turístico do Algarve, recorreu-se a dados secundários e primários: Como dados secundários utilizou-se todas as informações, registos e documentos retirados dos vários portais/websites do Instituto Nacional de Estatística, Organização Mundial do Turismo, Organização das Nações Unidas, Turismo de Portugal, Banco de Portugal, Região de Turismo do Algarve e Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Algarve. Já como dados primários utilizou-se entrevistas semi-estruturadas com um conjunto de questões abertas, com o intuito de entrevistar *stakeholders* do Turismo da região do Algarve, tais como a Dra. JAMILA MADEIRA, representante da Assembleia da República, o Dr. CARLOS MARTINS, atual Secretário de Estado do Ambiente, o Dr. PEDRO XAVIER, ex candidato à Câmara Municipal de Portimão, o Dr. DANIEL ADRO, CEO do Hotel Quinta do Lago, o Dr. AQUILLES MARREIROS, representante da CCDR Algarve, e a Eng. CLÁUDIA RUIVINHO, representante da RTA. Com as entrevistas, pretendeu-se responder a duas questões de investigação: “Como é que os *stakeholders* da região do Algarve encaram a Sustentabilidade?” e “De que maneira pode o Turismo na região do Algarve ajudar a atingir os ODS?”. Pretende-se, assim, entender de que maneira o Turismo pode ajudar a atingir os ODS e como é que os entrevistados encaram a sustentabilidade. Ao dar aos entrevistados total liberdade para responder a cada questão, irá ser assimilada toda a informação e aumentado o conhecimento relativo a toda a envolvente do Turismo Sustentável em geral, e no Algarve em particular.

#### **1.1. Enquadramento Geral**

Atualmente, o setor do Turismo está em evidente crescimento, sendo reconhecido o seu papel de extrema importância na economia tanto mundial, como na economia

portuguesa. No que concerne ao setor do Turismo em Portugal, este apresenta uma enorme fonte de riqueza para o país, uma vez que dispõe de uma oferta bastante diversificada em termos de destinos e de produtos turísticos. De acordo com o último Relatório de Turismo do INE (publicado em 2017, referente a dados de 2016), o Turismo contribuiu cerca de 12% para o consumo privado do PIB (Produto Interno Bruto) (INE, 2017), que corresponde a um valor absoluto de 23 mil milhões de euros.

A temática do Turismo Sustentável, virada para o equilíbrio entre as dimensões económica, social e ambiental é um tema que tem vindo a ganhar importância no estudo do setor. Dada a crescente preocupação com os impactos negativos que o Homem causa nas comunidades e no meio ambiente, parece evidente a necessidade de repensar o modo de exploração do Turismo, com vista à melhoria ambiental e da qualidade de vida.

Com o intuito de conseguir mitigar todos estes impactos negativos criados pelo Homem em termos gerais, as Nações Unidas em 2015 criaram os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030. Neste sentido, tem que se transmitir estes ODS a todas as indústrias e setores mundiais, de maneira a que, se criem parcerias a nível mundial entre todos os intervenientes (ODS 17) e assim se consiga concluir os desafios propostos.

### **1.2. Objetivos de Investigação**

Em meados do século XX, as alterações tecnológicas e o aumento dos níveis de rendimento no mundo ocidental culminaram num setor turístico de massa, caracterizado por um uso intensivo e geralmente não planeado de recursos turísticos (Carillo & Jorge, 2017). Como resultado, ao longo dos últimos anos tem-se verificado uma preocupação crescente com os efeitos nocivos do Turismo de massa nos territórios, tanto no nível económico, ambiental e social, o que fez com que os académicos e gestores discutissem os limites do desenvolvimento do Turismo. Como tal, parece pertinente o estudo da sustentabilidade na perspetiva de quem se posiciona do lado da oferta e a compreensão dos cuidados que os *stakeholders* devem ter para garantir a sustentabilidade nas regiões. O aparecimento regular de novos destinos turísticos, e conseqüentemente, o aumento da competitividade entre eles, acrescido o facto de o Turismo ser um setor em contante mudança, torna vital a importância de uma gestão Turismo dos destinos. Como tal, o principal objetivo da presente dissertação passa por compreender os desafios e as soluções

propostas pelos *stakeholders* relacionadas com o Turismo da região do Algarve para dar resposta ao desafio da sustentabilidade.

Desta forma, surge como objetivo mais específico perceber como é que os *stakeholders* se articulam com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos na Agenda 2030. Mais concretamente, importa compreender se os *stakeholders* relacionadas com o Turismo da região estão conscientes dos ODS e estão a desenvolver as suas atividades com vista a essa articulação ou, não tendo conhecimento dos ODS, estão preocupados em desenvolver políticas sustentáveis ou, por fim, se não conhecem os ODS nem são sensíveis a questões de sustentabilidade. De forma a alcançar o objetivo principal será necessário entrevistar um conjunto de *stakeholders* presentes na região do Algarve, que nos irão fornecer todo o tipo de informações relativamente à sustentabilidade.

Destes objetivos derivam as seguintes questões de investigação:

1. “Como é que os *stakeholders* da região do Algarve encaram a sustentabilidade?”
2. “De que maneira pode o Turismo na região do Algarve ajudar a atingir os ODS?”

### **1.3. Estrutura**

A presente dissertação encontra-se dividida em 8 capítulos. A primeira parte apresenta o enquadramento teórico e metodológico, admitindo os capítulos 1, 2, 3 e 4. A segunda parte, corporificada nos capítulos 5, 6, 7 e 8 é destinada à componente empírica e visa avaliar Sustentabilidade na Região do Algarve, em conformidade com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.

O Capítulo 2 e 3 visam enquadrar e estudar os temas principais de esta dissertação, Turismo e Sustentabilidade, com base na revisão de literatura. Nestes capítulos serão abordados conteúdos como conceito de Turista, Tipos de Turismo e o Desenvolvimento e Turismo Sustentável. Nestes últimos dois conteúdos será introduzida a Agenda 2030 e de que maneira poderá o Turismo na região do Algarve ajudar a atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. O Capítulo 4 apresenta a metodologia que se irá utilizar para a análise da parte empírica desta dissertação. A estrutura das entrevistas realizadas, assim como os seus participantes e todos os dados secundários utilizados são introduzidos neste capítulo. Já respeitante à parte empírica, o Capítulo 5 visa uma maior e melhor compreensão do setor turístico em Portugal, mais especificamente da região do Algarve, apresentando alguns dados relevantes assim como a sua caracterização e competitividade.

No Capítulo 6 pretende-se analisar, com a ajuda do programa MAXQDA, todas as entrevistas realizadas aos *stakeholders* do Turismo na Região do Algarve e, posteriormente, no capítulo 7 passar à Discussão dos Resultados. Para finalizar, no Capítulo 8 procurar-se-á apresentar as principais conclusões, não deixando de referir algumas limitações e de formular recomendações para trabalho de investigação futuro.

### **1.4. Principais Resultados Esperados**

De uma forma geral, a presente dissertação visa a elaboração de uma análise ao Turismo e Sustentabilidade na Região do Algarve, em Portugal. Uma vez que se trata do estudo de um problema complexo e em constante mudança, fazer uma análise recente, clara e detalhada poderá auxiliar as Organizações Turísticas do Algarve à tomada de decisão em algumas estratégias e práticas de sustentabilidade. Recorrendo a um grupo de *stakeholders* com experiência na área do Turismo, pretende-se que, através da partilha de valores e de conhecimentos, se consiga dar resposta aos desafios de sustentabilidade propostos pela NU na Agenda 2030. Para tal, a análise e codificação das entrevistas com recurso ao software de análise qualitativa MAXQDA tem como base uma perspetiva construtiva, que resulta num processo contínuo de aprendizagem, e, em simultâneo, tem presente a combinação de fatores sociais, económicos e ambientais. É esperado, então, que os resultados finais revelem se os *stakeholders* do Turismo do Algarve estão conscientes, ou não, dos ODS e se estão, ou não, a desenvolver políticas de sustentabilidade para atingir os Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da Agenda 2030. É também esperado a realização de uma análise empírica, que nos forneça informação relativamente à competitividade do setor de Turismo no Algarve em conformidade com o Turismo Sustentável.

## **CAPÍTULO 2**

### **TURISMO: A ATIVIDADE DO MILÉNIO**

Ao longo das últimas décadas tem-se verificado uma evolução no setor do Turismo, quer a nível nacional, quer internacional (Costa, 2005), e com ela tem crescido o interesse no seu estudo, dando origem a uma panóplia de diferentes conceitos e abordagens.

Apresentando até ao início do século XX uma importância residual, o setor do Turismo alcançou, na segunda metade do século, um crescimento e importância que o colocaram, nos dias de hoje, num patamar elevado da economia mundial. Mais concretamente, segundo a OMT o Turismo é um dos maiores setores económicos a nível mundial e tem verificado um crescimento progressivo (UNWTO, 2017). Existindo cerca de 1.2 mil milhões de turistas a atravessar fronteiras por ano, o “*Turismo representa cerca de 10% do PIB mundial, 1 em cada 10 empregos e 7% das exportações mundiais*” (UNWTO, 2018b:6). Em alguns países menos desenvolvidos, o Turismo chega a atingir um peso de 25% do PIB, existindo assim uma relação entre as contribuições do Turismo e a redução de pobreza, bem como um papel deveras importante na aproximação entre diferentes culturas e na possibilidade de preservação das identidades locais (Costa, 2015).

A sua relevância ultrapassa a dimensão económica, constituindo assim um fenómeno profundamente ligado à globalização, com grande importância na valorização das geografias e culturas periféricas, *i.e.* no desenvolvimento local. Deste modo, o Turismo constitui um dos principais fenómenos na civilização moderna, especialmente nos países desenvolvidos, onde é valorizado o direito ao tempo livre e lazer e à crescente mobilidade, aumentando assim a atividade turística. Por outro lado, o aumento do poder de compra generalizado e a predisposição para o consumo de uma vasta gama de produtos e serviços foram determinantes para o forte aumento das viagens e, conseqüentemente, para a atividade turística (Ashworth & Page, 2011).

No entanto o Turismo produz impactos nos destinos, que de acordo com Mathieson & Wall (1982), resultam da interação complexa entre os visitantes, os residentes e o ambiente, político, social, económico e natural, do destino. Os mesmos autores consideram que os impactos podem ser divididos em três categorias: (1) impactos físicos; (2) impactos sociais e (3) impactos económicos (Mathieson & Wall, 1982).

Ao longo deste capítulo serão abordados com mais detalhe estas temáticas. Em primeiro lugar será conceptualizado o termo Turismo e mostrado a sua evolução ao longo dos anos. De seguida será distinguido os termos de viajante, excursionista e turista e, por fim, será exposto de que forma são avaliados os destinos turísticos e os fatores que contribuem para a sua competitividade.

### 2.1. Conceito de Turismo

Desde os seus primórdios até à atualidade têm surgido inúmeras e diferentes definições de Turismo, as quais foram evoluindo à medida que a própria atividade se foi desenvolvendo. De acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT, 1998:43), *“devido à relativa juventude do turismo como atividade socioeconómica generalizada e ao seu complexo carácter multidisciplinar, há uma ausência de definições conceptuais claras que delimitem a atividade turística e a distingam de outros setores”*. Desta forma, um dos grandes desafios na investigação do Turismo tem consistido na definição do setor e na necessidade de empregar conceitos percetíveis e coerentes, tarefa complexa dada a multiplicidade de definições, com diferentes abrangências, conceitos vagos e com significados pouco consensuais (McCabe, 2005). Ao longo desta secção procurar-se-á sistematizar a evolução dos principais conceitos de Turismo e as suas limitações.

A primeira definição foi apresentada em 1911, pelo economista austríaco Schullern Schatenhoffen, que considerava que *“o turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída de um turista de um determinado município, país ou Estado”* (Barretto, 2003: 9). Anos mais tarde, em 1942, os professores Hunziker e Krapf definiram Turismo como o conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não fossem utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária (Cunha, 1997). Apoiando a multidisciplinaridade do conceito, em 1991, em Otawa, Canadá, a OMT apresentou uma nova definição delimitando a atividade turística no espaço, *i.e.* a um local distinto do ambiente habitual de residência, e no tempo, *i.e.* a um período consecutivo inferior a um ano, defendendo que

*“compreende as atividades de pessoas a viajar e permanecendo em locais fora de seu ambiente habitual por não mais do que um ano consecutivo para lazer, negócios e outros fins não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada dentro do local visitado”* (Tatari, 2006: 195).

Em 2000, Goeldner, Ritchie e McIntosh basearam a sua definição nas relações entre os diversos participantes envolvido, afirmando que *“O turismo pode ser definido por processos, actividades e resultados que advêm de relações e interações entre turistas,*



*fornecedores do turismo, governos locais, comunidades locais e o ambiente envolvente que esta envolvido na atração e receção dos turistas”* (Goeldner et al., 2000: 14). A Figura 1 ilustra essas relações.



**Figura 1:** As relações entre os vários intervenientes do setor do Turismo. Fonte: Adaptado de OMT (2016).

Numa tentativa de uniformizar o conceito, a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2004) definiu Turismo como

*“Um fenómeno social, cultural e económico que implica a circulação de pessoas para países ou locais fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou empresariais / profissionais. Estas pessoas são chamadas de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas; residentes ou não-residentes) e turismo tem a ver com suas atividades, algumas das quais envolvem gastos com turismo”.*

Atualmente, esta é a definição de Turismo mais consensual, a qual refere o Turismo como um fenómeno social, cultural e económico que implica a movimentação de pessoas para países ou locais fora do seu ambiente usual, com vista à satisfação de determinados fins pessoais ou profissionais, com implicações na economia, no ambiente paisagístico e urbano dos locais visitados, nas suas populações e nos próprios viajantes.

De acordo com Goeldner & Ritchie (2000) o Turismo é um composto por todas as atividades e serviços incluídas na experiência do viajante, seja ela individual ou em grupo, nomeadamente transportes, alojamento, restauração, animação, comércio, entre outros. Cunha (2006) estende a pesquisa e sugere que as atividades turísticas podem ser classificadas em

*“atividades características do turismo e em não características ou conexas, sendo que as primeiras incluem as atividades que se destinam apenas à*

*satisfação das necessidades de turistas ou são influenciadas pelos turistas devido à sua importância (transportes, agências de viagens, alojamento, restauração e bebidas, serviços de animação). Por seu turno, as atividades não características ou conexas destinam-se maioritariamente aos residentes, mas são também consumidas pelos turistas, como é o caso dos supermercados, comércio e teatro.” (Cunha, 2006:313).*

Compreendida a definição de Turismo e a sua evolução ao longo das últimas décadas, no ponto seguinte apresentar-se-á a definição de turista e outros conceitos relacionados.

### **2.2. O conceito de Turista**

A definição de turista, tal como acontece com a de Turismo, não tem sido tarefa fácil, uma vez que abrange realidades, por vezes muito distintas, mas com pontos comuns inseparáveis, *i.e.* que geram fenómenos semelhantes nem sempre produzindo resultados iguais. O termo turista foi empregue pela primeira vez nos finais do século XVIII e estava relacionado com a designação dada aos viajantes ingleses que se deslocavam ao Continente Europeu para complemento da sua educação (Cunha, 2009). Só a partir do século XX, quando o Turismo entra verdadeiramente na sua fase de arranque, surge a necessidade de conceptualizar de forma precisa e consensual o termo turista.

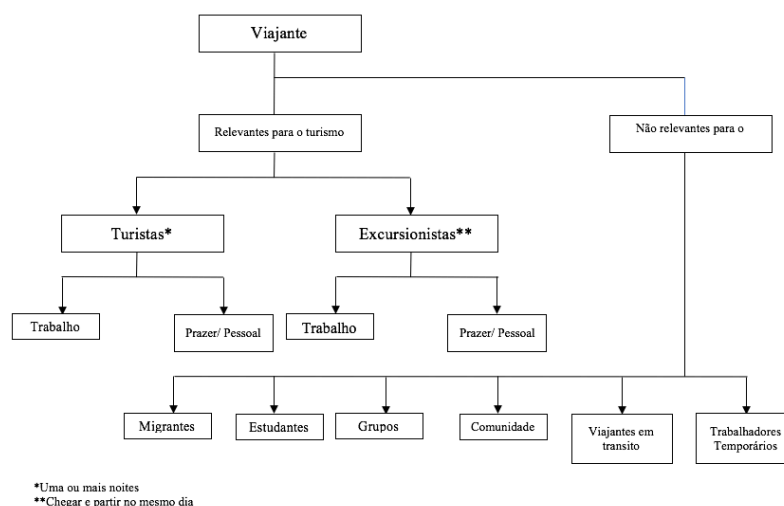
Os primeiros esforços na definição do termo foram realizados em 1937 pela Comissão Económica da Sociedade das Nações (SDN) que entendeu que *“o termo turista deve, em principio, ser interpretado como significando toda a pessoa que viaja por uma duração de 24 horas, ou mais, para um país diferente do da sua residência”*. A SND prosseguiu enumerando que devem ser considerados turistas: (1) *“as pessoas que realizam uma viagem por prazer ou por razões familiares, de saúde, etc”*; (2) *“as pessoas que se deslocam para realizar reuniões ou missões de toda a espécie: científicas, administrativas, diplomáticas, religiosas, desportivas, etc”* e (3) *“as pessoas em viagens de negócios”*. Esta definição ampliou o conceito inicial de Turismo e levou, pela primeira vez, a incluir no Turismo pessoas que viajavam independentemente do puro prazer (Cunha, 1997:5).

Em 1954, durante a Convenção Sobre as Facilidades Aduaneiras a Favor do Turismo, em Nova Iorque, definiram-se turista como

*“toda a pessoa que entra em território contratante diferente daquele em que a dita pessoa tem a sua residência habitual e nele permaneça pelo menos*

24 horas e não mais de 6 meses, com fins de turismo, recreio, desporto, saúde, assuntos familiares, estudo, peregrinações religiosas ou negócios, sem propósito de emigração” (Cunha, 1997:5).

Anos mais tarde, em 1963, a Conferência das Nações Unidas Sobre o Turismo e Viagens Internacionais, realizada em Roma, conceptualizou o termo visitante como “*toda a pessoa que se desloca a um país diferente daquele onde tem a sua residência habitual, por qualquer razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada*” (Cunha; 1997: 5). Adicionalmente, estabeleceu-se, pela primeira vez, a distinção entre dois tipos de visitantes: (1) o excursionista e (2) o turista. O termo excursionista é dado ao “*visitante que não pernoita no lugar visitado*” (INE, 2011), enquanto o conceito de turista define o “*visitante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado*” (INE, 2011). A Figura 2 apresenta um esquema dos conceitos de viajante, excursionista e turista.



**Figura 2:** Esquema dos conceitos de Viajante, Turista e Excursionista. Fonte: Tourism the International Business (2009, p.20).

Assim, a diferença fundamental entre os conceitos excursionista e turista reside no facto de o segundo permanecer no local visitado mais de 24 horas, o que implica uma dormida. Nos anos 60, eram considerados turistas apenas aqueles que viajavam por motivos educacionais ou de lazer, excluindo, por exemplo, os que se deslocavam por motivos religiosos, profissionais ou de saúde. Rapidamente, esta conceptualização tornou-se desadequada, uma vez que os motivos das viagens tornavam-se cada vez mais diversificados e complexos.

Pela primeira vez, em 1978, o Departamento dos Assuntos Sociais e Económicos da ONU publicou *guidelines* que incluíam a definição do termo visitante internacional, reconhecendo que pode ser definido tanto como um “*inbound tourist*” ou como um “*outbound tourist*”, sendo que o tempo máximo que um indivíduo poderia permanecer num país para ser identificado como viajante seria de um ano. Não obstante, esta definição exclui os movimentos turísticos que ocorrem no interior de cada país e não limita o tempo de permanência no local visitado, impondo apenas um mínimo de 24 horas. Desta forma, a OMT propôs, em 1983, uma definição de Turismo nacional, considerando visitante nacional qualquer pessoa que reside num país e que se desloca no mesmo país, com um principal objetivo que não seja exercer uma atividade remunerada. Já em 1994, numa tentativa de uniformizar o conceito, a ONU e a OMT consideraram turista todo o visitante a lugares diferentes do seu ambiente habitual, que permaneça pelo menos uma noite no local visitado e por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras, excluindo-se o exercício de uma atividade remunerada no local visitado (Ioannides & Debbage, 1998).

Compreendidos os principais conceitos relacionados com o setor do Turismo, no próximo ponto será exposto a definição de destinos turísticos, de que forma são avaliados e que fatores contribuem para a sua competitividade.

### **2.3. Tipos de turismo: Natureza, Sol e Mar e Golf**

#### **2.3.1. Turismo Natureza**

O lazer e o Turismo sofreram diversas mudanças no seu desenvolvimento, as quais foram provocadas pelas alterações na consciencialização ambiental e pelo reforço e consideração dados à atividade física no decorrer das últimas décadas do século XX (Fredman et al., 2009). Todas estas modificações, aliadas à promoção do termo “natureza” como um bem de consumo para melhoria da saúde, quer a nível físico como psicológico, e a facilidade de acessos com a ajuda da globalização, conduziram ao crescimento na procura de territórios naturais e com atividades associadas à aventura (Hill e Gale, 2009). Segundo a UNEP,

*“O turismo de massa atingiu um estado de crescimento estável. Em contraste, o ecoturismo, o turismo natureza, de património, cultural e a “soft adventure” estão a adquirir a liderança, sendo previsto um rápido*

*crescimento para as próximas duas décadas. Estima-se que a despesa global com ecoturismo esteja a aumentar cerca de seis vezes a taxa de crescimento global do setor do turismo.” (UNEP, 2011:419).*

A criação destes novos produtos e subprodutos que tem em comum a natureza, mas que podem assumir características e manifestações díspares levaram a que existisse várias designações que “*procuram identificar realidades distintas, mas que não raro originam confusões: Turismo ambiental, turismo de natureza, turismo ecológico e ecoturismo.*” (Cunha, 2006).

Com base na tese de Doutoramento do Dr. Francisco António dos Santos da Silva (2013), para Fredman et al., 2009; Hill e Gale, 2009; Mehmetoglu, 2007; Weaver et al., 1999, o consenso por uma definição única e aceita a nível internacional, relativamente ao Turismo Natureza, continua inexistente.

Com base na revisão bibliográfica, decidiu-se apresentar a Tabela I que compila um conjunto de definições de Turismo na Natureza, de Natureza ou Ecoturismo. Nesta Tabela I serão apresentados 3 pontos de vista e abrangência distintos: Uns destacam e reforçam a componente territorial (visita a áreas naturais), outros realçam a participação em experiências ou atividades relacionadas com atrativos naturais, e por último, outros englobam a componente focada na sustentabilidade.

Após uma análise pormenorizada às definições apresentadas, considera-se apropriado adotar uma definição base e abrangente para a apresentação desta dissertação. Assim sendo, considerou-se Turismo Natureza como sendo todo o Turismo praticado e desfrutado em áreas predominantemente naturais e diferentes do ambiente habitual dos visitantes, e que sustentam o bem-estar da população local.

**Tabela I.** Definição de Turismo

---

<b>Graburn (1983)</b>	O Turismo na natureza é o Turismo praticado em áreas predominantemente naturais, podendo ser dividido em Turismo ecológico e ambiental.
-----------------------	---

---

**Turismo de Portugal e ICNF (Decreto-lei n.º 47/99, de 16 de fevereiro; Decreto-lei n.º 108/2009, de 15 de maio)** Turismo de natureza é o produto turístico composto por estabelecimentos, atividades e serviços de alojamento e animação turística e ambiental realizados e prestados em zonas integradas na rede nacional de áreas protegidas, ou noutras áreas com valores naturais, desde que sejam reconhecidas como tal pelo ICNB [atual ICNF].

**IUUCN, 1996 (Cunha, 2006:222).** Ecoturismo é a viagem e a visita, ambientalmente responsável, de áreas relativamente não perturbadas com a vista a gozar e apreciar a natureza e os aspetos culturais existentes que promova a conservação, tenha reduzidos impactos negativos provocados pelos visitantes e assegure ativos benefícios socioeconómicos às populações locais.

**Fredman et al. (2009, pp. 24-25)** Turismo na natureza são as atividades humanas decorrentes da visitação de áreas naturais em lugares diferentes do ambiente habitual dos visitantes.

**Budowski 1990: (Soifer, 2008:16)** Forma de desfrutar da Natureza, baseada na apreciação da fauna e flora e suas numerosas integrações com o meio ambiente, das paisagens naturais assim como de certas paisagens humanas

***The International Ecotourism Society*<sup>1</sup> (2015)** O ecoturismo é definido como sendo as viagens responsáveis a áreas naturais que conservam o meio ambiente, sustentam o bem-estar da população local e envolvem a compreensão e a educação

### 2.3.2. Turismo Sol e Mar

---

In The International Ecotourism Society, What is Ecotourism? Disponível <http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism> (Acedido a 04/09/2018)

O Turismo Sol e Mar é o produto que origina as maiores correntes turísticas a nível mundial, no entanto “a exploração deste produto limita-se às zonas litorais levando à concentração turística e a um elevado grau de sazonalidade.” (Cunha, 1997:160).

Nos primórdios do século XIX, os especialistas deram relevância à brisa do mar e banhos aquáticos como sendo fatores bastante benéficos para a saúde (Porter, 2001). Com efeito, os banhos de mar e temporadas em contacto com a brisa marítima foram métodos prescritos pelos médicos para combater doenças, em especial a tuberculose (Porter, 2001). Para Corbin (1988) a ideologia de que o banho frio seria benéfico ultrapassou o lugar físico para passar também a pertencer ao campo da moral do ser humano, afirmando-se que o banho frio poderia contribuir para o carácter espiritual Corbin. Ainda Corbin (1988), referiu que a base de uma nova forma de conceber o corpo centra-se na mistura de prazer e diminuição da dor através do banho e imersão no mar. A Figura 3 sugere que estavam introduzidas as bases para aquilo que hoje é o Turismo balnear, de sol e mar, tal como o conhecemos com as suas nuances e dinâmicas.



**Figura 3.** Praia de Paignton com máquinas de banho, 1896. Fonte: [https://www.francisfrith.com/paignton/paignton-bathing-machines-1896\\_38545x](https://www.francisfrith.com/paignton/paignton-bathing-machines-1896_38545x)

No início do século XX, ocorre o nascimento da prática da natação, havendo a tentativa de aliar o lazer aos fins terapêuticos (López, 2008:213). Já nos meados do século XX o mediterrâneo, devido ao melhor clima relativamente às estâncias do noroeste Europeu (Biarritz, Ostende Deauville e São Sebastião), “transformou-se no maior destino turístico mundial” (Cunha, 2006:209).

O ciclo de vida do produto turístico sol e mar, nas décadas de 50, 60 e 70 esteve perante um crescimento constante, no entanto, com a evolução das motivações e dos comportamentos, nos anos 80 entra na fase de maturidade, encontrando-se atualmente na fase de saturação (Cunha, 2006:210).

Com o passar dos anos, verificou-se algumas mudanças a que correspondeu um esforço de adaptação através da inovação, que impediu a entrada do produto na fase de declínio: *“a construção de campos de golf próximos do litoral, as marinas e as atividades desportivas, mantêm o sol e mar como um dos produtos turísticos mais importantes.”* (Cunha, 1997:160).

### **2.3.3. Turismo de Golf**

O Turismo de golf é uma variante do Turismo Desportivo, desta maneira será pertinente definir Turismo Desportivo antes de aprofundar o tema Turismo de golf. O Turismo Desportivo representa assim o corpo de conhecimento e o conjunto de práticas onde as áreas do Turismo e do desporto se tornam interdependentes (Carvalho & Lourenço, 2009). Dando ênfase a este tema, Cunha (1997:24) explicou que:

*“Hoje as motivações desportivas respeitam a camadas cada vez mais vastas das populações de todas as idades e de todos os estratos sociais, quer para assistir a manifestações desportivas (Jogos Olímpicos, Campeonatos de Futebol, Corridas de automóveis) ou para praticar as mais variadas atividades desportivas (ténis, golfe, esqui)”*.

Dando corpo ao Turismo desportivo para praticar atividades desportivas, o golf é a modalidade que melhor tem caracterizado este tipo de Turismo. Sendo assim, o golf é dos produtos turísticos mais conhecidos a nível mundial. As suas origens são provenientes de Inglaterra, tendo sido criado, em 1608, o primeiro clube de golf do mundo sob o nome de *Royal Blackheat Golf Club* (Cunha, 2006:210). No entanto, só foi considerado um desporto generalizado a partir dos anos 60 do século passado, e onde atualmente é praticado por 50 milhões de praticantes em todo mundo (Cunha, 2006:210).

A Federação Portuguesa de Golf, em 2000, afirmou que *“A taxa de aumento de participantes de golf, à escala mundial, situa-se próximo dos 10% ao ano.”* (Golf, 2005), e é particularmente nos EUA, Japão e Europa onde se originam quase 90% dos



movimentos turísticos. Na Europa, os países com maior número de jogadores e de campos concentram-se no Reino Unido, seguido da Alemanha, França e Suécia (Golf, 2005).

A importância do golf no turismo é destacada por Cunha (2006:210), referindo o mesmo que o efeito do golf no turismo:

*“não se limita à prática do desporto e à captação dos jogadores de golf mas produz efeitos indiretos com grande significado no ordenamento e desenvolvimentos dos núcleos recetores. Por um lado, os campos são utilizados como fatores estruturantes e promocionais de urbanizações turísticas e, por outro, constituem um factor de atração e animação que não se limita apenas aos jogadores.”* (Cunha, 2006:210).

Ainda o professor Lucílio Cunha (2006), afirmou que o golf contribui para uma mais racional e equilibrada exploração turística porque a sua procura se distribui, principalmente, durante os meses do Outono até ao fim da Primavera, quando a ocupação hoteleira é mais baixa. Nos meses de Verão a procura é mais reduzida, justamente quando, no caso de Portugal, é mais elevado o grau de sazonalidade da procura turística, agindo, portanto, como fator de atenuação da sazonalidade turística.

#### **2.4. Avaliação e Competitividade dos Destinos Turísticos**

Desde a sua génese, a literatura tem dado origem a uma multiplicidade de definições do conceito de destino turístico. Sainaghi (2006:1054) sugere que os destinos turísticos são *“tanto um sistema de atrações como a área geográfica que os engloba, identificadas com base na gama de necessidades dos clientes intermediários ou finais”*. De acordo com Cracolici & Nijkamp (2008), os destinos turísticos são um conjunto integrado de infraestruturas turísticas que procuram utilizar os seus recursos, eficaz e eficientemente, de modo a oferecer a melhor experiência possível aos turistas. Mais concretamente, *“destino pode ser definido como um país, estado, região, cidade ou cidade que é comercializado ou se comercializa como um local para turistas visitarem”* (Bierman, 2003:2). O sucesso de um destino turístico está diretamente relacionado com a sua capacidade de criar e desenvolver produtos e serviços atrativos, que criem valor e satisfaçam os turistas, em troca de uma compensação monetária (Cîrstea, 2014).

Dada a sua importância, e cada vez maior concorrência, dos destinos turísticos, estes são recorrentemente avaliados pelos turistas. É consensual entre os autores que a forma como cada indivíduo reconhece determinado destino turístico é bastante subjetiva.

De acordo com Benur & Bramwell (2015), essa avaliação depende tanto das características dos produtos turísticos, como das características físicas, ambientais e socioculturais dos turistas. As características dos produtos turísticos são influenciadas por: (1) características físicas; (2) características do meio ambiente, *i.e.* o clima, as paisagens e a ecologia; e (3) fatores socioculturais, *i.e.* a história, a política, a arte, a economia, o estilo de vida, entre outros (Benur & Bramwell, 2015). A confiança dos consumidores é uma questão muito relevante na indústria do Turismo, uma vez que é um importante antecedente da satisfação e da lealdade do consumidor (Kim *et al.*, 2011). De acordo com Wu & Chang, 2006 (*in* Artigas *et al.*, 2017:328) “*A criação e fortalecimento deste elo entre os turistas e um destino turístico deve envolver a experiência dos turistas através do contato pessoal com os diferentes produtos e serviços relacionados ao destino*”. Na prática, a confiança de um destino turístico pode ser definida como uma construção multidimensional, que inclui os habitantes locais e as instituições públicas ou privadas que sejam honestas, benevolentes e competentes (Marinao *et al.*, 2012).

A reputação do destino turístico influencia o processo de escolha do turista, facilitando-o, uma vez que tem um efeito positivo na redução do risco e na insegurança individual (Loureiro & Kastenzholz, 2011). De acordo com Hart (1988), pode ser definido como resultado da consistência entre o que uma organização promete aos seus clientes e o real cumprimento dessa garantia. Além disso, a reputação é uma síntese das opiniões, percepções e atitudes dos diferentes *stakeholders* de determinado lugar, *i.e.* turistas, hospedeiros individuais ou coletivos e a comunidade como um todo (Christou, 2007). Do ponto de vista operacional, a reputação pode significar que um destino turístico recebe mais visitas e estadias mais longas dos turistas (Ledesma *et al.*, 2005). Na literatura, o efeito da reputação baseado na confiança foi discutido em várias perspectivas. Do ponto de vista ético, a reputação corporativa é um antecedente de extrema importância para a confiança do consumidor, já na perspectiva de gestão, a boa reputação dos fornecedores irá sustentar melhor a confiança dos compradores a longo prazo (Wagner *et al.*, 2011). Segundo as perspectivas de marketing, a reputação corporativa dos fornecedores terá um forte efeito sobre a confiança potencial dos compradores (Bennett & Gabriel, 2001). Posto isto, conclui-se que a atratividade dos destinos turísticos depende, em grande parte, da sua reputação.

De acordo com Porter (1990), a competitividade está intrínseca a uma grande variedade de perspectivas e, como tal, é difícil obter uma definição universal sobre este conceito. A complexidade deste tema é ainda maior no setor dos serviços, nomeadamente

no setor do Turismo, dado que esta atividade está dependente das características dos destinos turísticos e dos serviços oferecidos (Novelli *et al.*, 2006). De acordo com Hassan (2000:240), a competitividade de um destino turístico “*consiste na capacidade de um destino em criar e integrar produtos de valor acrescentado que permitam conservar os seus recursos mantendo, em simultâneo, um posicionamento competitivo favorável em relação à concorrência*”. Echtner & Ritchie (2003) sugerem que a competitividade nos destinos turísticos tornou-se vital para sobrevivência e crescimento do setor do Turismo nos mercados internacionais com o aumento do tempo de lazer e dos rendimentos disponíveis.

Em conformidade com Hassan (2000), em muitos destinos, grande parte das receitas económicas provêm da exploração de recursos naturais. Neste sentido, o autor defende que um Turismo Sustentável poderá não só ajudar as economias locais, como também servir de instrumento à preservação dos recursos naturais aí existentes. Posto isto, parece pertinente explorar a temática do Turismo Sustentável e de que forma, esta forma de Turismo contribui para a competitividade dos destinos turísticos.

## **CAPÍTULO 3**

### **SUSTENTABILIDADE NO TURISMO**

#### **3.1. Desenvolvimento Sustentável**

Na literatura da especialidade existe uma série de definições de desenvolvimento sustentável, no entanto todas consideram de extrema importância o aumento ou a manutenção das oportunidades económicas e do bem-estar social, assim como a proteção e restauração do ambiente natural, do qual as pessoas e a economia dependem (Beratan *et al.*, 2004).

Em 1972, o relatório “*The Limits to Growth*” desafiou, pela primeira vez, o tradicional pressuposto de que o ambiente natural proporcionava uma base de recursos ilimitados para o crescimento populacional e económico, e poderia lidar com as quantidades crescentes de desperdícios e poluição causados pela sociedade industrial. Deste modo, no relatório pode-se acompanhar a discussão da incompatibilidade entre o modelo de desenvolvimento vigente até então e a defesa do meio ambiente. Surge, assim, a ideia do limite do crescimento, defendida por autores como Meadows *et al.* (1972), que argumentavam que o contínuo crescimento exponencial da economia mundial levaria à destruição dos recursos naturais e, num período inferior a 100 anos, se atingiria o limite do crescimento.

Alguns autores (*e.g.* Meadows *et al.*, 1972; Sachs, 2004) reconheceram que foi a partir da década de 1970 que a preocupação com questões ambientais se tornou determinante para o surgimento de um novo conceito de desenvolvimento. Como consequência, ainda em 1972, na Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, surgiu o conceito de ecodesenvolvimento. O termo sustentável surge, mais tarde, num documento intitulado *World’s Conservation Strategy*, onde consta que “*para que o desenvolvimento seja sustentável devem-se considerar aspetos referentes às dimensões social e ecológica, bem como fatores económicos, dos recursos vivos e não-vivos e as vantagens de curto e longos prazos de ações alternativas*” (Bellen, 2006, p. 23). Deste modo, compreende-se que o foco deste conceito está baseado na integridade ambiental e que, segundo o autor, foi dada ênfase ao equilíbrio entre as dimensões económica e ambiental. Anos mais tarde, a definição de desenvolvimento sustentável é conceptualizada no Relatório Brundtland, elaborado pela World Commission on

Environment and Development (1987), como aquele que satisfaz as necessidades atuais sem comprometer a capacidade das futuras gerações satisfazerem as suas próprias necessidades. Deste modo, foi dado destaque ao elemento humano e, conseqüentemente, à procura do equilíbrio entre as dimensões económica, ambiental e social. Foi nesta altura que o conceito ganhou maior importância a nível internacional, na medida em que se tornou num ponto de viragem política na sua abordagem e suscitou uma vasta mobilização de organizações científicas e políticas, governamentais e não governamentais, assim como de grande número de autores (Mourão, 2000). Este relatório veio a revelar-se um marco na evolução das teorias do desenvolvimento económico e, sobretudo, na sua integração e compatibilização com a necessidade de empreender ações de proteção e conservação do ambiente. (Hardy *et al.*, 2002).

De acordo com Pope *et al.* (2004), sustentabilidade é um conceito multidimensional onde os aspetos económicos, sociais e ambientais devem ser tidos em consideração de forma integrada e consistente, *i.e.* não podem ser dissociados uns dos outros. Outra abordagem é a de Sachs (1995, 2004), que considera existirem 5 pilares do desenvolvimento sustentável, nomeadamente: (a) social, que considera que a finalidade social da economia e da política esteja “*justificada pelo postulado ético de solidariedade intrageracional e de equidade, materializada num contrato social*” (Sachs, 1995:26); (b) ambiental, que pressupõe uma gestão eficiente dos recursos naturais, a minimização dos impactos e a adoção de medidas que garantam a conservação e valorização das espécies e dos ecossistemas; (c) territorial, que se relaciona com a distribuição de populações e recursos; (d) económico, *i.e.* a viabilidade económica, que é condição indispensável para o funcionamento do sistema; (e) político, *i.e.* o governo como elemento necessário para o funcionamento do sistema.

Assim sendo, o desenvolvimento sustentável corresponde à vontade e necessidade em dotar a sociedade de um novo modelo que procure colmatar os excessos do modelo de desenvolvimento anteriormente vigente. Adicionalmente, “*as investigações realizadas sobre o desenvolvimento local e regional, nas últimas décadas, vieram alertar para a necessidade de o desenvolvimento ter como alicerce os recursos do território a favor, em primeiro lugar, da qualificação da comunidade local*” (Marques, 2011). De acordo com Barbieri *et al.* (2010), só recentemente a adesão das empresas passou a ser induzida por fatores de natureza empresarial, *i.e.* fazer parte desse movimento passou a ser um fator de competitividade, seja como fonte de diferenciação ou como fonte de qualificação para continuar no mercado.

Para finalizar, de acordo com Mourão (2000:102):

*“o desenvolvimento sustentável é hoje mais do que um paradigma ou uma conceptualização filosófica. Assume-se como um imperativo, um rumo, uma direção a seguir por todos, e em particular por aqueles que detêm os poderes políticos de decisão governamental e por todos os agentes económicos e sociais do desenvolvimento. Os seus objetivos são horizontais em relação às atividades do Homem, ou seja, aplicam-se à totalidade dos sectores de atividade económica, desde a indústria, construção, agricultura, pescas, turismo, entre outros”.*

### **3.1.1. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**

A Assembleia Geral das Nações Unidas, à data de 25 de setembro de 2015, aprovou a Agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável, e com ela as metas estratégicas para o desenvolvimento sustentável. Estas metas são compostas por 17 objetivos e 169 *targets*, através das quais os Estados, a sociedade civil e o setor privado mobilizaram esforços para combater as desigualdades, acabar com todas as formas de pobreza e combater as mudanças climáticas. De acordo com a Nações Unidas, esta nova agenda é mais ambiciosa que as anteriores na medida em que considera todas as contribuições para o desenvolvimento sustentável, independentemente do ator que as produz (UN, 2015). Desta forma, permitir-se-á que as organizações desempenhem um papel preponderante na realização da nova agenda de desenvolvimento.

Tal como ilustra a Figura 4, os 17 objetivos a alcançar até 2030 são:

1. Erradicar a pobreza;
2. Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional e garantir a agricultura sustentável;
3. Garantir vidas saudáveis e promover o bem-estar em todas as idades;
4. Garantir uma educação equitativa de qualidade e promover a aprendizagem contínua ao longo da vida para toda a população;
5. Garantir a igualdade de género;
6. Garantir a total disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para toda a população;
7. Garantir o acesso a uma energia ordenado, sustentável e moderno para toda a população;

8. Promover um crescimento económico sustentável e garantir emprego para todos;
9. Promover a construção de infraestruturas, a industrialização sustentável e a inovação;
10. Reduzir as desigualdades a nível nacional e internacional;
11. Tornar todas as cidades sustentáveis, seguras e resilientes;
12. Garantir padrões de consumo e produção sustentáveis;
13. Tomar medidas urgentes para combater os impactos negativos das alterações climáticas;
14. Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos;
15. Proteger, restaurar e promover a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres e suprimir a perda de biodiversidade;
16. Paz, justiça e instituições integrais para toda a sociedade;
17. Parcerias a nível global para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável.



**Figura 4.** Objetivos do Desenvolvimento Sustentável para 2030. Fonte: UNWTO (2018, p.20).

Os objetivos e metas estimularão a ação nos próximos anos em áreas de importância crítica para a humanidade e o planeta, e de forma a tornar os ODS mais organizados, foram introduzidos os 5 P's:

- **Planeta:**

*“Estamos determinados a proteger o planeta da degradação, sobretudo por meio do consumo e da produção sustentáveis, da gestão sustentável dos seus recursos naturais e tomando medidas urgentes sobre a mudança climática,*

*para que ele possa suportar as necessidades das gerações presentes e futuras.” (UN, 2015).*

- **Pessoas:** *“Estamos determinados a acabar com a pobreza e a fome, em todas as suas formas e dimensões, e garantir que todos os seres humanos possam realizar o seu potencial em dignidade e igualdade, em um ambiente saudável.” (UN, 2015)*
- **Prosperidade:** *“Estamos determinados a assegurar que todos os seres humanos possam desfrutar de uma vida próspera e de plena realização pessoal, e que o progresso económico, social e tecnológico ocorra em harmonia com a natureza.” (UN, 2015)*
- **Paz:** *“Estamos determinados a promover sociedades pacíficas, justas e inclusivas que estão livres do medo e da violência. Não pode haver desenvolvimento sustentável sem paz e não há paz sem desenvolvimento sustentável.” (UN, 2015)*
- **Parceria:**  
*“Estamos determinados a mobilizar os meios necessários para implementar esta Agenda por meio de uma Parceria Global para o Desenvolvimento Sustentável revitalizada, com base num espírito de solidariedade global reforçada, concentrada em especial nas necessidades dos mais pobres e mais vulneráveis e com a participação de todos os países, todas as partes interessadas e todas as pessoas.” (UN, 2015).*

De acordo com Ana Simães, Carla Farelo, Catarina Palma e Vasco Rato (2018)<sup>2</sup>, no **Planeta** estão incluídos o ODS 6, 12, 13, 14 e 15. Nas **Pessoas** estão inseridos os ODS 1, 2, 3, 4 e 5. Na **Prosperidade** o ODS 7, 8, 9, 10 e 11. Na **Paz** o ODS 16 e, por último, nas **Parcerias** o ODS 17.

Esta panóplia de objetivos abrange o sistema na sua totalidade, dado que é exigido ações de todos os países, sejam eles de baixos, altos ou médios rendimentos, promovendo assim a prosperidade e, em simultâneo, proteger o planeta. As Nações Unidas (UN, 2015) reconhecem que acabar com a pobreza deve estar intrinsecamente ligado às estratégias de crescimento económico. De facto, devem ser tidas em conta uma série de necessidades

---

<sup>2</sup> In ISCTE-IUL, 2018, The Diffusion of Scientific Knowledge from HEI through the Lens of the SDGs, disponível em [http://www.encontrociencia.pt/files/2018/1400\\_582\\_SD\\_4\\_Ana\\_Simaens- Carla\\_Farelo-Catarina\\_Roseta\\_Palma-.pdf](http://www.encontrociencia.pt/files/2018/1400_582_SD_4_Ana_Simaens- Carla_Farelo-Catarina_Roseta_Palma-.pdf) (Acedido a 25\09\2018)



sociais, nomeadamente ao nível da educação, saúde e proteção social, não menosprezando as mudanças climáticas e a proteção ambiental.

*“Os países têm a responsabilidade primária de acompanhar e rever o progresso feito na implementação dos Objetivos, o que exigirá uma recolha de dados de qualidade, acessível e oportuna. O acompanhamento e revisão regional será baseado em análises em nível nacional e contribuirá para o acompanhamento e revisão em nível global.”* (UN, 2015).

O Ex-Secretário Geral da Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas, Taleb Rifai em 2017, defende que a Agenda 2030, com os seus 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, *“define o caminho que todos nós devemos traçar”* (UNWTO, 2018b:6), enfatizando o facto de toda a população tem que *“estar de mão dadas”* (UNWTO, 2018b:6) para se conseguir traçar o percurso mais certo e sustentável.

### **3.2. Turismo Sustentável**

De acordo com o World Travel and Tourism Council (1998), *“o turismo tem uma longa tradição em iniciativas relacionadas à sustentabilidade, sendo um dos primeiros setores a estabelecer definições e princípios para 'turismo sustentável', estratégias e planos de ação”*. Apesar da conceptualização do conceito ser relativamente recente, ao longo dos anos tem-se vindo a verificar uma mudança no setor, cujo foco inicial nos benefícios económicos se alterou para uma posição de reconhecimento das suas implicações mais amplas de sustentabilidade. De acordo com a Organização Mundial do Turismo, Turismo Sustentável é aquele que *“atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões recetoras, ao mesmo tempo que protege e amplia as oportunidades para o futuro”* (OMT, 2003:24). Adicionalmente, Turismo Sustentável implica que a prática do Turismo não acarrete sérios problemas ambientais ou socioculturais, que a qualidade ambiental da área seja preservada ou melhorada, que seja mantido um alto nível de satisfação do turista, de forma a conservar os mercados para o Turismo e expandir amplamente as suas vantagens pela sociedade (OMT, 2003). Para tal, é necessária *“ampla cooperação entre empresas turísticas, destinos turísticos e autoridades nacionais, regionais e locais, a fim de cobrir um amplo grupo de desafios e, ao mesmo tempo, manter a competitividade”* (Angelkova et al., 2012:221). Posto isto, atualmente a conservação da natureza e a gestão dos recursos naturais e culturais são vitais para a atividade turística, uma vez que constituem a base da oferta turística. O desenvolvimento

do Turismo deve, assim, respeitar os princípios e os objetivos do desenvolvimento sustentável, respeitando simultaneamente as necessidades sociais, económicas e ambientais.

Conscientes da necessidade de mudança para um foco na sustentabilidade, as NU e a OMT têm feito esforços para sensibilizar os países e as regiões a apostarem em modelos turísticos mais sustentáveis. Um destes esforços, que constitui um marco importante para o desenvolvimento desta temática, foi a aprovação, em 1995, da Carta do Turismo Sustentável durante a Conferência Mundial de Turismo Sustentável, que contempla 18 princípios importantes no desenvolvimento de planos de ação de Turismo Sustentável, dos quais se destacam os seguintes (OMT, 2003):

1. Garantir que o planeamento e o desenvolvimento turístico sejam suportados por critérios de sustentabilidade, nas suas diversas dimensões;
2. Sensibilizar todos os atores (turistas, comunidade local, decisores e outros *stakeholders*), para a adoção dos valores da sustentabilidade;
3. Estimular a integração de todos os *stakeholders* e das populações locais nas decisões e gestão turística, procurando o estabelecimento de consensos;
4. Ter como prioridade a adoção de critérios de qualidade na formulação de estratégias de Turismo;
5. Estender os benefícios do Turismo em particular às comunidades locais, segundo critérios de equidade;
6. Promover a conservação e valorização dos recursos e património natural, histórico e cultural em articulação com os benefícios para a sociedade atual e a garantia da sua continuidade para as gerações futuras;
7. Controlar o fluxo de visitantes e diversificar a oferta, promovendo formas alternativas de Turismo de baixo impacte que possam contribuir para aumentar os benefícios para a economia local;
8. Adotar programas e práticas preventivas (redução de emissões e resíduos, gestão da água, prevenção de riscos, etc.), estabelecer legislação ambiental apropriada e adotar códigos de boas práticas;
9. Garantir um alto nível de satisfação dos turistas.

Em conformidade com Agyeiwaah *et al.* (2017:26), “*o caminho para um setor de turismo mais sustentável é uma jornada que consiste em muitos pequenos passos, onde o progresso é feito de forma incremental, e não necessariamente devagar nem sequencialmente*”. Para combater os excessos do paradigma que vingou até ao presente,

o desenvolvimento sustentável tem como foco reduzir os desperdícios ao nível dos recursos naturais, económicos e sociais. Como tal, em conformidade com Vieira (1997), deve-se apostar na qualidade dos destinos turísticos, ao invés de na quantidade, *i.e.*

*“a faixa do mercado que importa realmente captar é aquela que tem maior poder de compra e não a que constitui o chamado, turismo de massa. O sucesso de uma política de turismo deve pois basear-se mais nas receitas do que no número de turistas entrados”* (Vieira, 1997: 73).

Para além disso, de acordo com Halloway (2007), a exploração turística deverá ter em conta a fragilidade dos recursos e a sua irrecuperabilidade, principalmente no que concerne aos recursos naturais. Relativamente à importância no combate ao fenómeno da sazonalidade, aqueles que se posicionam do lado da oferta devem procurar uma distribuição equilibrada de turistas ao longo do ano. Segundo Angelkova *et al.* (2012), outro aspeto de extrema importância passa por disponibilizar à população em geral, especialmente à população local, informações sobre o Turismo e o seu impacto no meio ambiente natural e sociocultural de forma permanentemente. Deste modo, incitar-se-á a população a participar no processo de planeamento de todas as decisões importantes sobre o desenvolvimento. De acordo com os mesmos autores, o conceito de desenvolvimento sustentável é resultado do conhecimento e perceção dos perigos das políticas de desenvolvimento económico, que impuseram sérias necessidades de tomar medidas urgentes para regenerar o planeta (Angelkova *et al.*, 2012).

No entanto, importa referir que embora o Turismo possa ser responsável por uma profusão de impactos negativos, e ser considerado uma ameaça para os destinos turísticos, nomeadamente ao nível das comunidades locais e do património natural e cultural, se for corretamente planeado e gerido pode constituir uma força para a conservação destes recursos. De acordo com Angelkova *et al.* (2012:221), *“para a sustentabilidade é considerado qualquer tipo de turismo que contribua permanentemente para a proteção e promoção do meio ambiente, dos recursos naturais, dos valores culturais e com a integridade da comunidade local”*.

Apesar dos esforços contínuos para incentivar o Turismo Sustentável, em conformidade com McCool *et al.* (2001), questões fulcrais relacionadas com o processo (*i.e.* como progredir em direção a um caminho sustentável) e com o objeto (*i.e.* o que necessita ser sustentável), ficaram por explicar devido a inúmeras razões. Em primeiro lugar, a escala de tempo constitui um problema uma vez que, apesar da sustentabilidade económica poder ser medida imediatamente, a sustentabilidade ambiental e a

sustentabilidade social só podem ser medidas num período de tempo muito longo, em alguns casos, em gerações seguintes. Em segundo lugar, a sustentabilidade é uma jornada sem fim, uma vez que se assiste a constantes inovações técnicas e de gestão, e simultaneamente a mudanças no comportamento do consumidor.

De acordo com Agyeiwaah *et al.* (2017), existe uma panóplia de questões estruturais que parecem inibir muitas organizações a estabelecer práticas mais sustentáveis nos seus negócios. Apesar de muitos gestores do setor estarem genuinamente preocupados com a questão da sustentabilidade, poucos realmente entendem as especificidades de questões como mudanças climáticas, impactos ambientais e sociais adversos (McKercher *et al.*, 2014). Por exemplo, Kietäväinen & Tuulentie (2013) relatam que as mudanças climáticas ainda são consideradas como um conceito abstrato que pode afetar os negócios a longo prazo, mas não imediatamente. Outro exemplo é que muitas organizações do setor ainda acreditam que as ações individuais dos colaboradores contribuem pouco para o produto final (McKercher *et al.*, 2014). Para além disso, a crença de que a adoção de medidas de sustentabilidade irá aumentar os custos e, portanto, reduzir a competitividade também é comum (Bramwell & Lane, 2013). Por fim, as dificuldades em identificar e operacionalizar um conjunto de indicadores de sustentabilidade significativos e mensuráveis inibem o progresso (Cruz, 2003).

A definição de indicadores de sustentabilidade é uma questão central. De acordo com Butler (1999), sem indicadores, o termo “sustentável” torna-se uma hipérbole sem sentido. Neste sentido, numa tentativa de incentivar um setor do Turismo mais sustentável, a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas publicou o documento *Indicadores de Desenvolvimento Sustentável para Destinos Turísticos: Um Guia* (UNWTO, 2004). Este manual identifica 13 amplas dimensões da sustentabilidade, abrangendo mais de 40 grandes questões de sustentabilidade, desde a gestão de recursos naturais, nomeadamente resíduos, água e energia, até o controlo do desenvolvimento, satisfação dos turistas e comunidades hospedeiras, preservação do património cultural e sazonalidade. Desta análise resultam a identificação de 700 possíveis indicadores.

Em suma, a aposta num modelo de desenvolvimento turístico mais sustentável exige um sistema de planeamento e de gestão turística adequado, que esteja integrado e interligado com os demais setores de atividade segundo uma abordagem holística, formando um sistema.

### **3.2.1. Contribuição do Turismo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030**

Tal como referido ao longo do presente capítulo, o Turismo é um dos setores económicos que tem verificado um enorme crescimento e desenvolvimento em todo o mundo, representando atualmente 10% do PIB mundial, 1 em cada 10 empregos e 7% das exportações mundiais (UNWTO, 2018b:6). Existindo atualmente cerca de 1.2 mil milhões de turistas a atravessar fronteiras por ano, o Turismo tem um impacto profundo e abrangente nas sociedades, no meio ambiente e na economia, tendo assim um papel decisivo a desempenhar na Agenda 2030 (UNWTO, 2018b:6). De facto, como refere o antigo Secretário Geral das Nações Unidas, Ban Ki-moon (2014):

*“O turismo ajuda as pessoas a desenvolver uma variedade de habilidades. Como um setor de serviços com impacto transversal na agricultura, construção ou artesanato, o turismo cria milhões de empregos e oportunidades de negócios. A sua capacidade de tirar pessoas da pobreza, promover o fortalecimento de gênero e ajudar a proteger o meio ambiente tornou-a uma ferramenta vital para alcançar mudanças positivas nas comunidades em todo o mundo”.*

Para se conseguir reduzir exponencialmente todos estes efeitos adversos criados pelo Homem e, posteriormente, estar em conformidade com a Agenda 2030 apresentada no ponto 3.1.1., é necessário *“parcerias fortes e ação decisiva de todos os stakeholders no turismo”* (UNWTO, 2018b:9).

O Turismo está diretamente mencionado em três dos 17 ODS: ODS 8 sobre *“Promover um crescimento económico sustentável e garantir emprego para todos”*, ODS 12 sobre *“Garantir padrões de consumo e produção sustentável”* e ODS 14 sobre *“Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos”* (UNWTO, 2018b:11). No entanto, dada a multiplicidade de vínculos que o setor tem com outros setores e indústrias ao longo de sua vasta cadeia de valor, o Turismo pode de fato acelerar o progresso em direção aos 17 ODS, podendo *“ajudar a construir uma nova cultura de sustentabilidade e paz.”* (UNWTO, 2018b:11). Em 2018, o administrador do Programa de Desenvolvimento das NU, Achim Steiner, considera que se o setor for bem gerido pode gerar empregos de qualidade num crescimento sustentável, reduzir a pobreza e oferecer incentivos para a conservação ambiental, no entanto, sem salvaguardas e investimentos adequados, a expansão do mercado turístico aumentará a pressão sobre a

biodiversidade e os ecossistemas, das quais dependem tantas pessoas e comunidades (UNWTO, 2018b).

Neste sentido, em 2017, o ano internacional do desenvolvimento do Turismo Sustentável, a Organização Mundial do Turismo juntamente com outras organizações, publicaram uma vasta série de documentos com evidências sobre de que forma o setor do Turismo pode contribuir para atingir cada um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos na Agenda 2030. A Tabela II resume essas evidências.

**Tabela II.** *O setor do Turismo e o seu contributo para atingir os ODS. Fonte: UNWTO (2018a:20).*

	<b>ODS</b>	<b>Contribuição do Setor do Turismo</b>
1.	<b>Erradicar a Pobreza.</b>	O Turismo pode aumentar o rendimento das comunidades através do aumento de postos de trabalho e criação de emprego.
2.	<b>Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional e garantir a agricultura sustentável.</b>	O Turismo pode garantir a agricultura sustentável promovendo a produção e o fornecimento de produtos locais aos estabelecimentos hoteleiros. Por outro lado, o agroturismo poderá ser um ponto chave para o aumento dos rendimentos das comunidades através do aumento do valor do Turismo de experiência.
3.	<b>Garantir vidas saudáveis e promover o bem-estar em todas as idades.</b>	As receitas fiscais e as taxas por visitante geradas pelo Turismo devem de ser reinvestidas nos serviços e cuidados de saúde, reduzindo a mortalidade infantil e prevenindo doenças, principalmente nas comunidades mais desfavorecidas.
4.	<b>Garantir uma educação equitativa de qualidade e promover a aprendizagem contínua ao longo da vida para toda a população.</b>	Os rendimentos provenientes do setor do Turismo podem ser investidos na educação, de forma a melhorar a formação e o profissionalismo da força de trabalho.
5.	<b>Garantir a igualdade de género.</b>	O Turismo pode ser uma ferramenta para as mulheres se tornarem mais integradas e liderarem em todos os aspetos a sociedade.
6.	<b>Garantir a total disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para toda a população.</b>	Uso eficiente das águas, controlo da poluição e eficiência tecnológica nas atividades turísticas. Adicionalmente, um investimento controlado na higiene e saneamento desempenha um papel fundamental no acesso a toda a população.

7.	<b>Garantir o acesso a uma energia limpa, renovável e sustentável para toda a população.</b>	Ao promover o investimento em fontes de energia renováveis, o Turismo pode ajudar a reduzir os gases de efeito de estufa, mitigar as alterações climáticas e contribuir para o acesso de energia para toda a população.
8.	<b>Promover um crescimento económico sustentável e garantir emprego para todos.</b>	Dado que o setor do Turismo emprega 1 em cada 10 pessoas no mundo, decentes oportunidades de trabalho e políticas que aumentem a diversificação na cadeia de valor do Turismo, podem aumentar os impactos socioeconómicos no mundo.
9.	<b>Promover a construção de infraestruturas, a industrialização sustentável e a inovação.</b>	O desenvolvimento do Turismo depende de boas infraestruturas quer a nível público, quer a nível privado. Desta forma, este setor pode influenciar as políticas públicas para a atualização e modernização das infraestruturas tornando-as mais sustentáveis, inovadoras e eficientes.
10.	<b>Reduzir as desigualdades a nível nacional e internacional.</b>	O Turismo pode dar oportunidades às populações de prosperarem na sua comunidade através da contribuição para a renovação urbana e o desenvolvimento rural. Desta forma, o Turismo contribui para a integração económica e diversificação das comunidades.
11.	<b>Tornar todas as cidades sustentáveis, seguras e resilientes.</b>	O setor turístico pode promover a reabilitação urbana e a construção de infraestruturas que tornem as regiões turísticas mais acessíveis, e em simultâneo preservar o património cultural e natural, ativos dos quais depende. A construção de infraestruturas com vista a uma maior eficiência dos transportes e redução da poluição, poderá tornar as cidades mais inteligentes ( <i>smart cities</i> ) e ecologicamente preocupadas ( <i>green cities</i> ), para os locais e para os turistas.
12.	<b>Garantir padrões de consumo e produção sustentáveis.</b>	O Turismo precisa de adotar medidas de consumo e produção sustentáveis, acelerando assim o caminho para a sustentabilidade. A criação de ferramentas que consigam combater os impactos negativos do desenvolvimento nas águas, energias, resíduos ou biodiversidade, irá resultar em melhores resultados económicos, sociais e ambientais.
13.	<b>Tomar medidas urgentes para combater os impactos negativos das alterações climáticas.</b>	Todos os <i>stakeholders</i> devem desempenhar um papel conjunto para conseguirem combater as alterações climáticas, seja tornando o setor de transportes mais eficientes, ou construindo <i>green infraestruturas</i> .

14.	<b>Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos.</b>	Dado que um ecossistema marinho saudável é a base para o Turismo costeiro e marítimo, deve ser feita uma gestão integrada da zona costeira, a fim de ajudar a conservar e preservar os ecossistemas marinhos frágeis.
15.	<b>Proteger, restaurar e promover a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres e mitigar a perda de biodiversidade.</b>	A biodiversidade e o património natural são das principais razões pelos quais os turistas visitam um destino. Desta forma, o Turismo pode ter um papel importante na conservação e preservação da biodiversidade.
16.	<b>Paz, justiça e instituições integrais para toda a sociedade.</b>	Dado que o Turismo move inúmeras interações entre pessoas das mais diversas origens culturais, pode promover a compreensão e tolerância multicultural e inter-religiosa, estabelecendo as bases para uma sociedade mais pacífica.
17.	<b>Parcerias a nível global para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável.</b>	Dado a sua natureza intersectorial, o Turismo tem a capacidade de criar e fortalecer parcerias público-privadas, assim como envolver vários <i>stakeholders</i> , com o intuito de alcançar os ODS e outros objetivos comuns.

Posto isto, parece evidente que o Turismo pode contribuir de forma significativa para os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para 2030. No entanto, nem tudo o que o setor do Turismo transmite é positivo. Alguns relatórios analisados pela OMT e as NU em 2018, destacam os principais desafios e ameaças do Turismo. Desafios como consumo e produção insustentáveis, bem como a má gestão de recursos naturais e resíduos, afetam principalmente os ODS 11, 12 e 14 (UNWTO, 2018b). Além disso, vários países relatam que o potencial do Turismo para promover o desenvolvimento sustentável é prejudicado por ameaças externas, como instabilidade económica global, desastres naturais, mudanças climáticas, perda de biodiversidade e segurança regional e internacional. Essas ameaças afetam principalmente o progresso dos ODS 8, 11, 13, 15 e 16 (UNWTO, 2018b).

Desta maneira, importa ter em consideração que atingir as metas propostas pela Agenda 2030, requer uma estrutura de implementação clara, financiamento adequado e investimento em tecnologia, infraestruturas e recursos humanos (UNWTO, 2018a).

## CAPÍTULO 4

### **METODOLOGIA**



O paradigma do Turismo, desde as emergentes manifestações das suas atividades no final do século XIX até ao presente, teve variadas mudanças. Em meados do século passado, as mudanças tecnológicas juntamente com o aumento dos níveis de rendimento no mundo ocidental fizeram com que uma indústria de Turismo orientada para a elite evoluísse para um modelo de Turismo de massa, caracterizado por um modelo intensivo e geralmente não planeado da utilização dos recursos turísticos dos destinos. Logo, uma preocupação crescente sobre os efeitos nocivos do Turismo de massa nos territórios, quer a nível ambiental e económico ou ao nível social, fez com que os investigadores e interessados discutissem limites ao desenvolvimento do Turismo, dando origem a novos paradigmas de desenvolvimento turístico mais respeitadores do meio ambiente. Neste contexto, o conceito de desenvolvimento sustentável foi naturalmente adotado no campo do Turismo.

A presente dissertação centrou-se na região do Algarve, em Portugal, visto que o autor é dessa região e pretende aumentar o conhecimento científico relativamente a este tema, e assim, posteriormente, ajudar a tornar o turismo da região do Algarve sustentável. Neste sentido, para a realização desta dissertação foram utilizados dados secundários e primários. Como dados secundários utilizou-se informações, registos e documentos retirados dos portais/websites do Instituto Nacional de Estatística, Organização Mundial do Turismo, Organização das Nações Unidas, Turismo de Portugal, Banco de Portugal, Região de Turismo do Algarve e Comissão de Coordenação de Desenvolvimento Regional do Algarve.

Já como dados primários considerou-se as 6 entrevistas realizadas aos *stakeholders* do Turismo no Algarve, que duraram entre 30 min a 1 hora e 10 minutos. Para a análise pormenorizada destas entrevistas foi utilizado o programa MAXQDA. Trata-se de um programa que visa a análise de dados qualitativos, quantitativos e mistos, destacando-se pela sua capacidade de lidar de forma relativamente rápida um número elevado de documentos. Foi desenvolvida uma estrutura de códigos e categorias, que neste caso em particular foram os ODS e os impactos sociais, ambientais e económicos do Turismo no Algarve. Para melhor compreensão a Tabela III representa um excerto dos materiais codificados após terem sido exportados para o EXCEL.

Foram realizadas entrevistas a *stakeholders* do setor, que forneceram diferentes perspetivas relativamente ao Turismo e sustentabilidade na região do algarve e de que maneira os ODS da Agenda 2030 estão a ser prosseguidos. Além disso, querendo compreender também relativamente à sustentabilidade as práticas das organizações

turísticas de alojamento e restauração da região do Algarve, entrevistou-se um CEO de um Hotel com perguntas previamente estabelecidas, independentemente das suas condições serem ou não privilegiadas, para recolher dados qualitativos específicos que irão dar a oportunidade de analisar e discutir de que maneira as empresas estão a ajudar, ou não, a atingir os ODS, e, posteriormente, dar algumas recomendações. Jones et al. (2012), acreditam que “para este tipo de estudo, usar métodos qualitativos tais como entrevistas semi-estruturadas permitem-nos compreender melhor e mais aprofundadamente sobre o tema em si.”. Com base num conjunto de perguntas semi-estruturadas, possibilitou-se que o entrevistado utilizasse as palavras e o tempo que necessitasse para responder a qualquer questão, permitindo ao entrevistador que conseguisse guiar e desenvolver a entrevista, dependendo das perceções, respostas e ideias dadas pelos entrevistados. Este método, após analisado, permitiu perceber de que maneira o Turismo na região do Algarve se articula com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) propostos na Agenda 2030, relativamente à sustentabilidade. Mais concretamente, compreender se os *stakeholders* do setor da região estão conscientes dos ODS e estão a desenvolver as suas atividades com vista a essa articulação ou, não tendo conhecimento dos ODS, estão preocupados em desenvolver políticas sustentáveis ou, por fim, se não conhecem os ODS nem são sensíveis a questões de sustentabilidade.

**Tabela III.** Excerto de Entrevistas Codificadas através do software MAXQDA.

<b>Nome do Documento</b>	<b>Código</b>	<b>Segmento</b>
<b>Entrevista Engenheira Cláudia Rui Vinho</b>	Impacto Percebido\Ambiental	Em termos dos impactos ambientais temos a questão da ocupação do território, tanto pelo alojamento como os campos de golf.
<b>Entrevista Daniel Adro</b>	Impacto Percebido\Ambiental	Qualquer indústria acaba por ter um impacto ambiental significativo. Em contraste com alguns dos nossos destinos de praia concorrentes, há uma grande preocupação costeira nesta zona, existindo um grande equilíbrio.
<b>Entrevista Dr. Aquilles Marreiros</b>	Impacto Percebido\Social	Posteriormente, a oferta de trabalho e a própria qualificação dos profissionais do setor é muito escassa.
<b>Entrevista Dr. Pedro Xavier</b>	Impacto Percebido\Social	A região claramente precisa de mais áreas de formação, estando muito diminuída face às necessidades que precisa.
<b>Entrevista Dr. Pedro Xavier</b>	ODS_10\Desg_Sociais	Outra situação é a recuperação das aldeias do interior, onde existe um conjunto de aldeias que estão a ser reconstruídas para habitação para turistas.
<b>Entrevista Dr. Aquilles Marreiros</b>	ODS_10\Desg_Sociais	As assimetrias são reconhecidas e tem impactos verificados em termos demográficos, económicos e sociais.
<b>Entrevista Dra. Jamila Madeira</b>	ODS_10\Desg_Sociais	O turismo natureza tem vindo a evoluir na nossa região, desta maneira considero que se está a conseguir combater estas desigualdades verificadas entre o interior e o litoral. No entanto as desigualdades são grandes e há um longo caminho pela frente.
<b>Entrevista Dr. Carlos Martins</b>	ODS_13\Inov_Tecnol_Novo	A evolução tecnológica ajudou muito para a redução de custos da instalação deste tipo de soluções e assim faz com que a maioria delas ao fim de 4 anos já estejam amortizadas.
<b>Entrevista Dra. Jamila Madeira</b>	ODS_13\Inov_Tecnol_Novo	Existem também já embarcações solares para a realização de atividades recreativas, portanto já há um conjunto de dinâmicas a serem geradas (algumas de produção local).
<b>Entrevista Engenheira Cláudia Rui Vinho</b>	ODS_13\Inves_Font_Energ	Talvez pudesse ser mais, pois temos uma das regiões da europa com maior exposição solar e ao nível da produção de energia pelo sol podíamos aproveitar melhor.

## Turismo e Sustentabilidade na Região do Algarve

Na Tabela IV, estão todos os 6 *stakeholders* entrevistados. Já o Anexo I apresenta a Tabela VI que sistematiza as perguntas, a sua ligação aos ODS e potenciais contributos para os ODS, bem como os *stakeholders* a que foi colocada cada pergunta.

**Tabela IV.** Stakeholders Entrevistados.

<b>Tipo de Stakeholder</b>	<b>Nome</b>	<b>Organização</b>	<b>Cargo</b>
<b>Representante do Estado</b>	Dr. Carlos Martins	Governo Português	Secretário de Estado do Ambiente
<b>Representantes do Estado</b>	Dr <sup>a</sup> . Jamila Madeira	Assembleia da Republica	Representante Algarvia na AR
<b>Administração Regional</b>	Eng <sup>a</sup> . Cláudia Ruivinho	Região de Turismo do Algarve	Diretora de Planeamento Estratégico
<b>Administração Regional</b>	Dr <sup>o</sup> . Aquiles Marreiros	Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve	Técnico
<b>Fornecedor</b>	Dr <sup>o</sup> . Pedro Xavier	Ex-vereador da CM Portimão e Empresário	CEO
<b>Player do setor</b>	Dr. Daniel do Adro	Hotel Quinta do Lago	Diretor Geral

A Região de Turismo do Algarve, representada pela Engenheira Cláudia Ruivinho, é uma entidade publica que tem por missão a valorização turística do Algarve, através da qualificação do território, da promoção e da dinamização do destino, em cooperação com os sectores público e privado, para benefício da economia e da qualidade de vida da região e do País.

A Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, representada pelo Dr<sup>o</sup>. Aquiles Marreiros, é um serviço periférico da administração direta do Estado dotado de autonomia administrativa e financeira sob a tutela do Ministro do Planeamento e das Infraestruturas, em coordenação com os Ministros Adjunto e do Ambiente, na relação com as autarquias locais e nas matérias do ambiente e ordenamento do território. Esta comissão tem por missão, na sua área geográfica, executar as políticas de ambiente, de ordenamento do território e cidades, de desenvolvimento regional e de

incentivos à comunicação social e apoiar tecnicamente as autarquias locais e as suas associações.

Localizado no parque natural da Ria Formosa, o Hotel Quinta do Lago é um dos mais conceituados hotéis do Algarve, onde a prática de golf é um *must*. A entrevista ao Dr. Daniel Adro, Diretor Geral deste estabelecimento, permitiu conhecer as práticas de sustentabilidade de um player do setor e de que maneira englobam a Agenda 2030 nas suas políticas.

## **CAPÍTULO 5**

### **O SETOR DO TURISMO EM PORTUGAL**

#### **5.1. Evolução e Caracterização do Setor do Turismo em Portugal**

Atualmente, o Turismo é um dos setores de atividade mais importantes da economia portuguesa, mas nem sempre foi assim. O desenvolvimento do Turismo em Portugal tem sido influenciado por fatores endógenos e exógenos à própria sociedade. Martins (2004) identifica uma panóplia de fatores que durante o séc. XX possibilitaram um desenvolvimento do Turismo em Portugal. De entre os fatores endógenos, o autor destaca a evolução política e social do país, com a passagem da Monarquia para a República, e a melhoria generalizada das condições de vida a ela inerentes. Anos mais tarde, a Revolução de 25 de Abril também influenciou positivamente o desenvolvimento do Turismo, tendo sido desencadeado um enorme esforço para manter a imagem do país como destino turístico. De entre os fatores exógenos, Martins (2004) identifica principalmente a evolução dos meios de transporte e a forte influência dos refugiados de guerra no início dos anos 40, que despoletou um processo de integração europeia.

Inicialmente, o Turismo estava associado às camadas sociais hierarquicamente superiores. O alargamento do Turismo a todas as camadas sociais intensificou-se no período de 1910-1926, durante a Primeira República, devido ao aumento do rendimento familiar, em parte proporcionado pela entrada da mulher no mercado de trabalho. Adicionalmente, os governos da época começaram a promover a atividade turística e em 1911, em Lisboa, o IV Congresso Internacional do Turismo alertou o país para as potencialidades da indústria. Posto isto, foram adotadas inúmeras medidas legislativas que visavam a melhoria da qualidade dos alojamentos, meios e vias de comunicação, bem como a conservação de monumentos.

Atualmente, o Turismo é um dos setores mais importantes da economia portuguesa, com um peso significativo na economia global nacional. De acordo com o último Relatório de Turismo do INE (publicado em 2017, referente a dados de 2016), o Turismo contribuiu cerca de 12% para o consumo privado do PIB (Produto Interno Bruto) (INE, 2017), que corresponde a um valor absoluto de 23 mil milhões de euros. No que toca ao emprego, as atividades ligadas ao Turismo empregaram, em 2016, 279 mil

indivíduos (INE, 2017). A população empregada nos setores do Alojamento e da Restauração e Similares, em 2016, representava 6,1% do total da Economia.

Relativamente ao contributo do Turismo para a Balança de Pagamentos, segundo o Banco de Portugal, as receitas turísticas totalizaram 12,7 mil milhões de euros e as despesas turísticas atingiram 3,85 mil milhões de euros, o que resulta num saldo positivo de 8,8 mil milhões de euros, em 2016 (INE, 2017). Através destes dados é possível verificar que o Turismo é um setor com importância direta na economia portuguesa e ainda capaz de dinamizar outros setores de atividade a ele indiretamente ligados.

Em 2016, o principal motivo para viajar foi a “*visita a familiares ou amigos*”, com 8,9 milhões de viagens (44,1% do total), seguido do motivo “*lazer, recreio ou férias*”, com 8,84 milhões de viagens (peso de 43,8% do total) e das viagens por motivos “*profissionais ou de negócios*”, com 1,65 milhões (quota de 8,2%) (INE, 2017).

Os proveitos totais e os de aposento da globalidade do setor de alojamento turístico ascenderam, respetivamente, a 3,1 mil milhões de euros e 2,3 mil milhões de euros, com crescimentos de 18,1% e 19,2%, em 2016. A hotelaria, *i.e.* hotéis, hotéis-apartamentos e pousadas, aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos, representou 79,4% da capacidade de alojamento do setor de alojamento, 84,2% dos hóspedes e 86,5% das dormidas, no ano de 2016. Os estabelecimentos hoteleiros registaram 17,95 milhões de hóspedes e 51,4 milhões de dormidas. As dormidas dos residentes na hotelaria evidenciaram um crescimento de 6,3% enquanto as dos não residentes se destacaram com um assinalável crescimento de 12,1%, em 2016 (INE, 2017).

Dados mais recentes são apresentados na Tabela V, que analisa os últimos dados mensais do Turismo publicados pelo Turismo de Portugal, *i.e.* de outubro (acumulado) de 2017. É possível verificar que se evidencia um crescimento no número de hóspedes em cerca de 8,6% face ao período homólogo do ano anterior, *i.e.* 2016, com cerca de 18.225 mil hóspedes, dos quais 11 365 estrangeiros e os restantes portugueses. A maioria dos hóspedes estrangeiros em Portugal provém do Reino Unido (1.792 milhares), seguido da Espanha (1.506 milhares) e França (1.226 milhares). Adicionalmente, verifica-se que os valores cobrados pelas dormidas de todos os hóspedes nos meios de alojamento turístico, *i.e.* proveitos de aposento, aumentaram aproximadamente 18% face ao período homólogo do ano anterior, com um total de proveitos no valor de, aproximadamente, 3.055 milhões de euros. Nos fluxos dos aeroportos verificou-se um aumento de 17,5% face ao ano anterior, com um total de 22.252 milhares de passageiros desembarcados em Portugal. Por outro lado, os fluxos nos portos marítimos tiveram um aumento muito

## Turismo e Sustentabilidade na Região do Algarve

reduzido face a 2016, de 0,9%, no entanto o IPT prevê um aumento relativamente superior até 2018 devido à construção do novo porto marítimo de Lisboa. Ainda no que concerne à informação disponibilizada na Tabela V, verifica-se que o saldo da balança turística portuguesa aumentou 1.742 milhões de euros face a 2016, com um valor total de 9.505 milhões de euros. O país estrangeiro que lidera as receitas turísticas em Portugal é o Reino Unido (2.303 milhões de euros), seguido da França (2.153 milhões de euros) e da Espanha (1.680 milhões de euros).

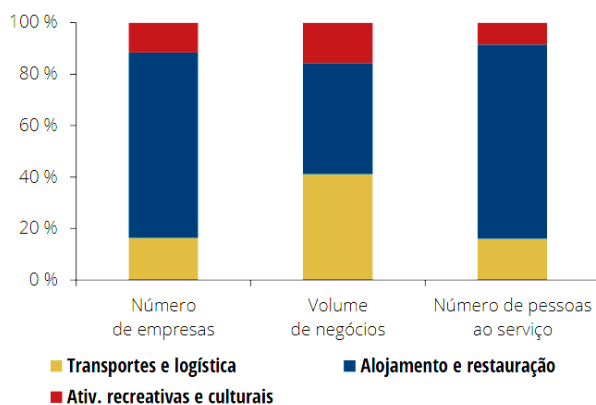
**Tabela V.** Dados do Turismo em Portugal em Outubro (acumulado) de 2017. Fonte: TravelBI by Turismo de Portugal (2017).

	Valor 2017	ACUMULADO - OUTUBRO			Var. 2017/2016 p.p.
		Var. 2017/2016 %	Valor Absoluto	Quota	
<b>Hóspedes (milhares)</b>	<b>18 223,3</b>	<b>8,6</b>	<b>1 446,1</b>	<b>100,0</b>	
Hóspedes de Portugal	6 858,1	4,2	276,8	37,6	-1,6
Hóspedes do estrangeiro	11 365,1	11,5	1 169,4	62,4	1,6
<b>Dormidas (milhares)</b>	<b>51 626,2</b>	<b>7,1</b>	<b>3 438,7</b>	<b>100</b>	
Dormidas de Portugal	14 017,6	3,6	482,0	21,2	-0,9
Dormidas do estrangeiro	37 608,6	8,5	2 956,6	72,8	0,9
<b>Proveitos Globais (milhões euros)</b>	<b>3 052,8</b>	<b>16,6</b>	<b>435,1</b>	<b>100</b>	
Proveitos de aposento	2 249,8	18,2	346,1	73,7	1,0
Outros proveitos	802,9	12,5	89,0	26,3	-1,0
<b>Taxas de Ocupação (%)</b>					
Taxa de ocupação cama	<b>56,7</b>		<b>2,5</b>		
Taxa de ocupação quarto	<b>70,1</b>		<b>3,3</b>		
<b>Fluxos nos Aeroportos (milhares)</b>	<b>22 252,3</b>	<b>17,5</b>	<b>3 308,3</b>	<b>100</b>	
passageiros desembarcados internacionais	18 528,6	17,9	2 816,7	83,3	0,3
passageiros desembarcados nacionais	3 723,7	15,2	491,6	16,7	-0,3
<b>Fluxos nos Portos Marítimos</b>	<b>1 044 000</b>	<b>0,9</b>	<b>9 558</b>	<b>100</b>	
Passageiros em trânsito	985 869	-0,6	-5 648	94,4	-1,4
Passageiros embarcados	29 438	38,3	8 149	2,8	0,8
Passageiros desembarcados	28 693	32,6	7 057	2,7	0,7
<b>Saldo da Balança Turística (milhões euros)</b>	<b>9 505,6</b>	<b>22,4</b>	<b>1 742,3</b>		
Receitas do turismo	13 126,6	19,4	2 135,4		
Despesas do turismo	3 621,0	12,2	393,2		

O Banco de Portugal (2016) agrupa as empresas que atuam no setor do Turismo em três categorias, nomeadamente: (1) “transportes e logística”; (2) “alojamento e restauração”; e (3) “atividades recreativas e culturais”. A Figura 5 mostra a distribuição do número de empresas, do volume de negócios e do número de pessoas ao serviço por categoria, em 2015. É possível verificar que a categoria “alojamento e a restauração” representa 72% das empresas do setor, existindo apenas 28% de empresas relativas às “atividades recreativas e culturais” e “transportes e logística”. No que diz respeito ao volume de negócios, a categoria “transportes e logística” e a categoria “alojamento e



*restauração*” contribuem de igual forma, totalizando um volume de negócios de cerca de 80%. Relativamente ao número de pessoas que trabalham no setor turístico,  $\frac{3}{4}$  dos trabalhadores estava vinculado, em 2015, a empresas da categoria “*alojamento e restauração*”. Este valor é intuitivamente explicado pelo elevado número de empresas desta categoria a exercer atividade, conforme analisado anteriormente.



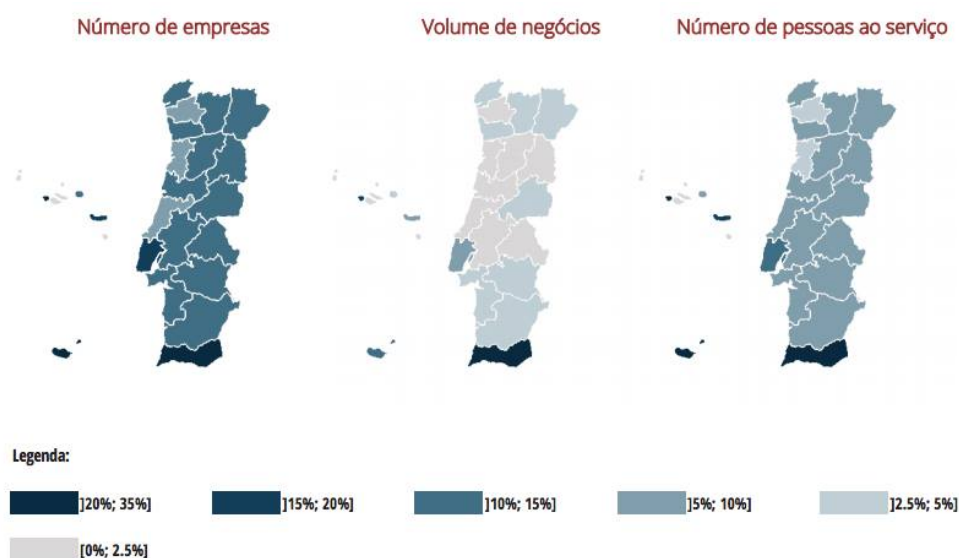
**Figura 5.** Número de Empresas, Volume de Negócios e Números de Pessoas ao Serviço do Setor do Turismo por Atividade em Portugal, em 2015. Fonte: Banco de Portugal (2016).

Ao longo dos anos, Portugal tem vindo a tornar-se um destino turístico com uma enorme reputação. De norte a sul do País, contanto com as ilhas, há toda uma vasta oferta de destinos bastante apreciada pelos turistas. Como reconhecimento desse esforço, no ano 2017, Portugal venceu o prémio de Melhor Destino Turístico do Mundo nos World Travel Awards, numa cerimónia que decorreu em São Petersburgo, na Rússia. De acordo com Ana Mendes Godinho, Secretária de Estado do Turismo à data, o prémio foi resultado do *"empenho de todos em tornar Portugal um destino turístico de excelência, com uma diversidade de oferta única e que se estende por todo o território"*.

### 5.2. Caracterização do Turismo no Algarve

O Algarve é a região mais a sul de Portugal e é reconhecido como um espaço com uma grande diversidade de praias, espaços de lazer, património histórico, zonas verdes, serras e gastronomia, que alicerçado às ótimas condições atmosféricas, a torna numa área de grande notoriedade e procura pelos turistas nacionais e internacionais. O Turismo assume-se como o motor económico da região, sendo a base para as atividades que reúnem maiores percentagens do Produto Interno Bruto (PIB) e da população empregada.

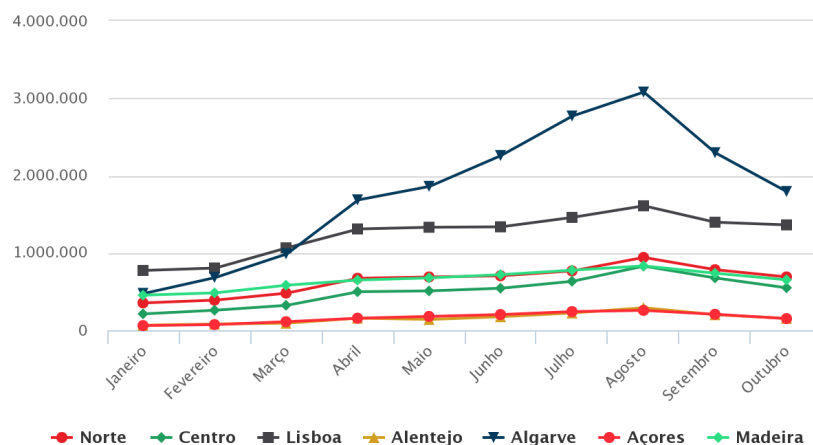
De modo a fazer uma análise mais detalhada do Turismo no território português, o Banco de Portugal (2014) divulgou dados sobre as três variáveis analisadas na secção anterior, *i.e.* “*número de empresas*”, “*volume de negócios*” e “*número de pessoas ao serviço*”, por distrito, dando assim uma noção da contribuição de cada distrito para o Turismo (Figura 6). De uma forma geral, é possível verificar que, em 2013, os distritos de Lisboa, Porto e Faro eram os que apresentavam melhores resultados, com um grande destaque para Faro, que é tradicionalmente uma região bastante apreciada pelos turistas, principalmente durante a época balnear.



**Figura 6.** Peso do Turismo por Distrito em Portugal. Fonte: Banco de Portugal (2014).

Em 2017, a evolução das dormidas nas regiões portuguesas foi globalmente positiva, destacando-se o aumento significativo, relativamente ao ano anterior, na Região Autónoma dos Açores, no Norte e Região Autónoma da Madeira. O Algarve manteve-se como o principal destino (32% das dormidas totais) (Turismo de Portugal, 2018). Para este desempenho contribuíram as dormidas dos turistas nacionais e estrangeiros, que ascendera a um total de 17 891 286 dormidas, em 2017, tal como é possível verificar na Figura 7 (Turismo de Portugal, 2018). As dormidas dos turistas estrangeiros foram as que mais contribuíram para este valor e os maiores mercados emissores, todos eles com variações positivas relativamente ao ano anterior, são: (1) o Reino Unido; (2) a Alemanha; (3) a Holanda; (4) a Irlanda; e (5) a França. Já os residentes em Portugal contribuíram de forma mais modesta, mas igualmente favorável, para o sucesso do destino turístico (Turismo de Portugal, 2017). De acordo com o Ex-Presidente da RTA, Desidério Silva,

“é caso para dizer que para a Economia da região e do país, o Turismo é a verdadeira galinha dos ovos de ouro que importa cuidar com zelo e toda a dedicação” (Turismo de Portugal, 2017).



**Figura 7.** Dormidas/Hóspedes por mercado em Portugal, em 2017. Fonte: Turismo de Portugal (2018).

As oscilações verificadas ao longo do ano no setor do Turismo, com maior ou menor intensidade, definem as diferentes temporadas sentidas nos empreendimentos turísticos- épocas alta, baixa e média. A estas variações de procura, habitualmente expressa pelo número de visitantes ou turistas e pela receita resultante da sua atividade, refere-se o conceito de sazonalidade (Jang, 2004; Lee et al., 2008).

No Algarve existe sazonalidade, no entanto com o passar dos anos tem-se vindo a conseguir um grande crescimento fora dos meses habituais e isso refletiu-se em resultados notáveis,

*“só no mês de outubro de 2016 os proveitos cresceram 22% no Algarve. E, no acumulado do ano, houve mais 1.3 milhões de dormidas na região que em 2015-o que representa um ritmo de crescimento três vezes superior ao do ano passado- 65% fora da época alta”<sup>3</sup>.*

Esta diminuição da sazonalidade deve-se a diversos fatores- Diversificação dos produtos para diferentes segmentos ao longo do ano, aumento do número de voos para a Região e a instabilidade sentida no norte de África.<sup>45</sup>

<sup>3</sup> In Diário de Notícias, 2016, Dois terços dos turistas a mais no Algarve vieram fora da época alta, disponível em <https://www.dn.pt/portugal/interior/dois-tercos-dos-turistas-a-mais-no-algarve-vieram-fora-da-epoca-alta-5557379.html> (Acedido em 15/09/2018)

<sup>4</sup> In Expresso, 2017, Algarve menos sazonal só com mais turismo sénior, disponível em <https://expresso.sapo.pt/economia/2017-10-02-Algarve-menos-sazonal--so-com-mais-turismo-senior#gs.BF5jOwk> (Acedido em 15/09/2018)

<sup>5</sup> In Sul Informação, 2016, Combate à sazonalidade, no Algarve, faz-se a pé e de bicicleta, disponível em <https://www.sulinformacao.pt/2016/03/combate-a-sazonalidade-do-algarve-faz-se-a-pe-e-de-bicicleta/> (Acedido em 15/09/2018)

O Algarve com o passar dos anos tem vindo a tornar-se um destino de excelência e bastante competitivo face a outros destinos idênticos, devido à sua diversidade de oferta de produtos a preços concorrenciais, ao seu excelente clima, à sua excelente hospitalidade e aos recursos naturais presentes na região. Como reconhecimento desse esforço, o Algarve recebeu, por exemplo as seguintes distinções:

- Melhor destino de golf da Europa (*Annual Travel Awards 2018*)
- Prémio de melhor resort de praia da Europa (*World Travel Awards 2018*);
- Melhor empreendimento de *lifestyle* da Europa (*World Travel Awards 2018*)
- Melhor empreendimento villas da Europa (*World Travel Awards 2018*)
- Resort mais romântico da Europa (*World Travel Awards 2018*)
- Melhor destino de praia da Europa (*World Travel Awards 2017*)
- Melhor resort familiar (*World Travel Awards 2017*)

No entanto, uma boa parte das receitas económicas provêm da exploração de recursos naturais presentes na região, desde o nível climático, consideravelmente ótimo, às excelentes praias numa costa diversificada, dos campos de golf geograficamente privilegiados, das serras de Monchique com as suas termas para efeito terapêutico, como também da cultura regional facilmente visível nas populações, sugerindo um característico ambiente festivo e familiar nas terras que compõem a região.

Desta maneira, é primordial que haja um Turismo Sustentável, Turismo este que poderá não só ajudar as economias locais, como também servir de instrumento à preservação dos recursos naturais aí existentes. Posto isto, parece pertinente analisar todas as entrevistas realizadas de maneira a conseguir explorar a temática do Turismo Sustentável em conformidade com a competitividade da região e com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável propostos pelas NU.

## **CAPÍTULO 6**

### **RESULTADOS DAS ENTREVISTAS REALIZADAS**

Neste capítulo, após uma breve descrição e caracterização de Turismo, procederemos à análise pormenorizada das respostas dadas pelos entrevistados relativamente às questões de investigação. Seguidamente, os dados analisados sobre o estudo serão discutidos à luz da revisão de literatura, com o objetivo de entender melhor as tendências do setor em relação às questões de investigação.

#### **6.1. Descrição e caracterização das entrevistas com base nos ODS da Agenda 2030**

##### **6.1.1. Caracterização do Turismo do Algarve**

Os *stakeholders* entrevistados no âmbito deste projeto foram unânimes em relação ao Algarve como um excelente destino turístico. Primada pela sua diversidade e nível de excelência, os entrevistados caracterizam a região do Algarve como sendo quase completa. Para dar ênfase a estas opiniões, os *stakeholders* destacaram as conceituadas praias, campos de golf, gastronomia e rotas da natureza, fatores pelos quais o Algarve tem sido premiado durante anos consecutivos.

Com o aparecimento e evolução da globalização, o Turismo do Algarve tem sofrido bastantes mudanças, apresentando um progresso constante. Numa fase inicial, o Turismo do Algarve tinha como foco a venda do *Sol* e do *Mar* e isso “*trazia como consequência um Turismo muito sazonal*” (Entrevista, Carlos Martins). Tendo a sazonalidade repercussões muito elevadas a nível económico e social, “*verificou-se que era importante diversificar a oferta turística nesta região*” (Entrevista, Cláudia Ruivinho). Essa diversificação foi inicializada pelo desenvolvimento do Turismo de golf, tornando o Algarve uma das regiões da Europa prediletas para a prática deste desporto. Este facto é corroborado pela atribuição à região do Algarve de diversos galardões internacionais de melhor destino de golf da Europa.

Ainda com o objetivo de tornar a região do Algarve multidimensional e de reduzir a sazonalidade, os intervenientes do Turismo do Algarve uniram esforços para aumentar a oferta turística ao nível da natureza, fator justificado pelo facto de este tipo de Turismo

ter “a sua época alta na primavera e no outono, conseguindo-se assim mitigar a sazonalidade.” (Entrevista, Cláudia Ruivinho). É, assim, “uma área que tem vindo a evoluir imenso” (Entrevista, Pedro Xavier) particularmente em termos de projetos como *cycling & walking*, *Atlantic on Bike* e *Via Algarviana*, os quais são projetos onde o foco principal é a natureza, trazendo já alguns milhares de visitantes por ano ao Algarve.

Complementando, há um destaque para os turistas, os quais têm vindo a aumentar o seu interesse por toda a região e oferta algarvia, procurando experiências diversificadas e viagens em diferentes alturas do ano, não sendo, deste modo, “um turista que se limita ao *All-Inclusive* e que não sai do local onde está hospedado” (Entrevista, Daniel Adro). Se por um lado o destaque vai para os turistas que procuram o Sul de Portugal, por outro lado há também um destaque para as companhias aéreas. Com efeito, o Dr. Carlos Martins considera que

*“existem agora mais companhias aéreas a voar com voos de baixo custo, e isso permite que alguns países nórdicos e mais frios, mesmo na época mais baixa do Algarve, venham e se sintam bem mais confortáveis que nos seus países de origem”* (Entrevista, Carlos Martins).

### **6.1.2. Potenciais impactos do Turismo na região do Algarve**

Durante a década de 60, as pressões económicas eram elevadas, havendo uma preocupação alargada ao nível da economia em detrimento da consciência ambiental (Entrevista, Aquilles Marreiros). Deste modo, e também como consequência do aumento da atividade turística, o território algarvio sofreu diversos danos, os quais se vieram a revelar preocupantes. No entanto, com o decorrer do tempo, a sustentabilidade tanto ambiental, bem como social e económica, passaram a ser chaves do desenvolvimento da região. Pretende-se, dessa forma, atenuar e, a longo prazo, eliminar o impacto negativo da grande pressão para a “*evolução económica sentida ao longo dos anos em algumas cidades da região, tais como Albufeira, Quarteira e Portimão*” (Entrevista, Daniel Adro).

Também a geopolítica da região fez aumentar a procura, uma vez que o Algarve se tornou num local com “*gente afável e educada, gastronomia de excelente qualidade, bom serviço hoteleiro com a particularidade de se falar diversas línguas, e uma cultura de hospitalidade excelente.*” (Entrevista, Pedro Xavier). Deste modo, de acordo com as entrevistas, a diferenciação do Algarve como sendo um destino autêntico, genuíno e de beleza natural, começa a instruir uma preocupação crescente pela preservação da região

e a sua sustentabilidade. Ainda assim, diversos são os impactos sentidos, quer a nível ambiental, económico ou social.

Relativamente aos impactos ambientais, as percepções dos *stakeholders* entrevistados são comuns, focando-se essencialmente na “*má gestão de uso dos territórios nos últimos anos*” (Entrevista, Aquilles Marreiros). Ainda assim, a percepção geral é de que os municípios, instituições e organizações, governamentais ou não-governamentais, estão, em conjunto, a tentar mitigar esta situação. Nomeadamente, tem-se vindo a fazer um esforço extra para atingir um equilíbrio ao nível do uso eficiente das águas, uma vez que “*a região do Algarve está a caminhar para uma região desértica e a poupança de água deverá começar a ser efetivamente estudada, analisada e posta em prática*” (Entrevista, Cláudia Ruivinho). Numa outra vertente ambiental, o Dr. Pedro Xavier critica o pouco investimento no tratamento dos resíduos e reciclagem, uma vez que “*os consumidores pagam para reciclar (através dos impostos municipais), mas a empresa-mãe não instala ecopontos*” (Entrevista, Pedro Xavier).

No que diz respeito aos impactos económicos, apesar do balanço ser positivo, há destaque para um impacto negativo: a região do Algarve depende aproximadamente 90% do Turismo, havendo uma relação direta e intrínseca entre a economia algarvia e o Turismo. Com efeito, o elevado impacto do sector turístico influencia as dinâmicas de crescimento da empregabilidade, sendo o Algarve a região portuguesa com menor taxa de emprego e com muita escassez de recursos humanos. Esta situação é justificada pelo facto do Algarve ser “*uma região que acolhe muita gente para vir cá trabalhar e, quando há períodos de resseção intensiva, os fluxos migratórios que têm alguma qualidade emigram para países onde a estabilidade salarial é muito melhor*” (Entrevista, Aquilles Marreiros). Ainda segundo o Dr. Aquilles Marreiros e a Dra. Jamila Madeira, a titularidade da maior parte dos empreendimentos turísticos da região não estão sediados na zona, isto é, parte do que é produzido no Algarve não é taxado no local. Deste modo, não há reversão económica à região algarvia, provocando assim um impacto economicamente negativo.

Em termos sociais, o Turismo é também um fator impulsionador. Tanto a estruturação do emprego como a indústria dependem direta ou indiretamente do Turismo. Deste modo e conseqüentemente, “*o Turismo tem um grande impacto social na região do Algarve*” (Entrevista, Daniel Adro). Os impactos sociais do Turismo na área algarvia centram-se muito em questões de empregabilidade, oferta de trabalho e qualificação dos recursos humanos, surgindo diversas implicações, “*quer em questões de precariedade,*

*salários, trabalho, estilo de vida, entre outros*” (Entrevista, Aquilles Marreiros). É assim, de salientar, a opinião unânime de todos os *stakeholders* entrevistados, os quais consideram que a região necessita de mais áreas de formação, estando ainda muito abaixo das necessidades do Turismo. Além disso, o Dr. Pedro Xavier afirma que

*“quando se fala no Turismo, falamos em muitas atividades. Por exemplo, não temos no Algarve escolas ligadas à manutenção, quer pedreiros, canalizador, electricista, construtor civil, encarregado de construção, entre outros. Era essencial uma escola como por exemplo a CENFIC, que existe em Lisboa e no Porto ao nível da construção, se estabelecesse também aqui na região, para dar resposta à falta de qualificação dos trabalhadores e também para os formar de forma correta”* (Entrevista, Pedro Xavier)

Por último, o Turismo tem um impacto social muito negativo nos meses em que existe uma grande afluência turística, principalmente nos meses de Junho, Julho e Agosto, ocorrendo a falta de oferta de serviços principalmente de natureza pública, tais como saúde, transportes, limpeza urbana e segurança rodoviária. No entanto *“nos restantes meses do ano a oferta dos serviços acaba por responder muito facilmente à procura existente”* (Entrevista, Carlos Martins).

### **6.1.3. A Região do Algarve e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030, estabelecidos pela Assembleia Geral das Nações Unidas, abrangem questões bastante diversas. O estudo e discussão destes objetivos retornam, assim, uma análise bastante completa do estado de desenvolvimento de uma região. Com esse mesmo intuito, os *stakeholders* entrevistados foram questionados relativamente a alguns parâmetros destes objetivos, no que diz respeito à região do Algarve, e é de salientar que todos os entrevistados tinham conhecimento dos ODS propostos pela Agenda 2030. Alguns ODS, por terem pouco impacto na avaliação do Turismo na região do Algarve ou por não serem aplicáveis ao Turismo ou à região, como seja, por exemplo, a erradicação da pobreza, não foram analisadas, dando-se mais ênfase nas entrevistas aos ODS mais influentes no desenvolvimento do Turismo. Do mesmo modo, e também por forma a tornar a análise mais fluente, alguns ODS foram estudados e tratados em conjunto.



**ODS nº2- Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional e garantir a agricultura sustentável; e ODS nº12- Garantir padrões de consumo e produção sustentáveis;**

Quando questionados relativamente à existência de uma agricultura sustentável na região algarvia, os entrevistados revelaram uma opinião maioritariamente unânime, a qual pode ser resumida pelas seguintes declarações: “*Eu julgo que o Algarve pode fazer muito mais do que tem feito nesta matéria*” (Entrevista, Carlos Martins), “*Há um problema claro, uma vez que grande parte dos produtos que são consumidos por esta massa turística não são produzidos na região*” (Entrevista, Pedro Xavier) e “*Há uma consciência crescente na necessidade de o fazer, mas se a prática nos diz que tal está a ser bem estruturado, eu tenho algumas dúvidas.*” (Entrevista, Aquiltes Marreiros). São, assim, declarações que demonstram alguma fragilidade face a este ponto. Com efeito, a agricultura sustentável é essencial não só ao nível ecológico, mas também para manter a autenticidade da região do Algarve, em especial no sector culinário. Sem essa autenticidade, o setor turístico perderia um dos seus pilares: a qualidade dos seus produtos (Entrevista, Jamila Madeira). Conforme afirma o Dr. Carlos Martins, muitos dos projetos atuais da região são ligados à vinha, laranjas e citrinos; no entanto, estes projetos não utilizam todo o potencial da região. Embora estes factos descrevam a atualidade, as gerações vindouras poderão fazer parte da solução, com a nova preocupação por voltar a valorizar a terra. Por conseguinte, isto poderá trazer à região algarvia outros novos valores (Entrevista, Carlos Martins). Estes factos são corroborados pelas declarações da Engenheira Cláudia Ruivinho, membro integrante do júri nacional do “*Green Key*”, galardão que reconhece as boas práticas de sustentabilidade:

*“[...] noto que há uma maior preocupação, nestes últimos 2 anos, em consumir localmente, há essa preocupação e há essa noção de que isso tem repercussões quer ao nível económico como ao nível ambiental, porque tem uma pegada ecológica inferior e tem uma influência positiva na economia local”* (Entrevista, Cláudia Ruivinho).

No caso particular da entrevista a um *player* do mercado, o Dr. Daniel Adro, CEO do Hotel Quinta do Lago, houve um foco no modo como os empreendimentos turísticos se preocupam em consumir localmente. Atualmente, grande parte dos fornecedores escolhidos pelo Dr. Daniel Adro são locais ou nacionais, conseguindo estes fornecedores atingir um certo nível de qualidade, o qual permite manter um *standard* elevado no

empreendedorismo hoteleiro. Como exemplos de produtos locais de qualidade, destacam-se os vinhos, assoalhados, peixe pescado na costa, laranja, mel, rosmaninho, entre outros (Entrevista, Daniel Adro). No entanto, há uma grande variedade de produtos que não são fornecidos localmente, uma vez que *“o privilegiar a qualidade às vezes limita-nos no recurso que temos de ir buscar para atingir certos níveis de standard.”* (Entrevista, Daniel Adro).

### **ODS nº5- Garantir a igualdade de género;**

Como referido anteriormente, o Turismo no Algarve tem-se moldado às circunstâncias circundantes. Apesar de a opinião geral dos *stakeholders* entrevistados afirmar que *“há efetivamente diferenças nas questões salariais e diferenças nos acessos a postos de direção.”* (Entrevista, Aquilles Marreiros), o Dr. Carlos Martins defende que

*“O Algarve, talvez pela circunstância desta histórica relação internacional e um certo cosmopolitismo, acaba por ter nas mulheres um nível de participação cívica e de à vontade para avançar para as questões políticas, liderança empresarial e de serem eventualmente mais focadas em criar negócios. Faz com que haja um carácter que lhes distingue do resto do país. São pessoas que têm muita facilidade de se automatizar e ter um papel relevante na economia e política, sobretudo”* (Entrevista, Carlos Martins).

Embora os factos demonstrem que até à data os organismos Região de Turismo do Algarve (RTA) e a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR) do Algarve não foram liderados por pessoas do sexo feminino, *“temos as Câmaras Municipais de Silves, Lagos e Portimão a serem lideradas por mulheres.”* (Entrevista, Jâmila Madeira), o que acaba por corroborar as declarações do Dr. Carlos Martins. Também para a Engenheira Cláudia Ruivinho, este é um aspeto que tem vindo a melhorar imenso nos últimos anos, tanto ao nível da instituição RTA, como ao nível de outras instituições (quer setor público ou privado). No entanto, a igualdade de género ainda não foi atingida: *“ainda não atingimos a paridade e penso que ainda há algum trabalho a fazer, mas tem havido um esforço para alcançar este objetivo e acabar com as assimetrias.”* (Entrevista, Cláudia Ruivinho).

Por fim, no caso particular do Hotel Quinta do Lago, o Dr. Daniel Adro afirma que *“a indústria hoteleira nisso deve ser uma referência, porque devo ter mais mulheres empregadas em todos os níveis, que homens”*, referenciando, posteriormente, que *“nos*

*quadros superiores temos uma diretora de marketing, uma diretora de guest service e depois eu. No restaurante temos duas chefias femininas e três de homens, e por último, no front office temos uma senhora.”* (Entrevista, Daniel Adro). Portanto, a sua percepção é de que *“não há qualquer diferença de géneros e a indústria hoteleira tem um comportamento muito positivo.”* (Entrevista, Daniel Adro).

### **ODS nº6- Garantir a total disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para toda a população;**

A gestão sustentável da água é uma questão em constante desenvolvimento na região algarvia, situação para a qual a pressão turística teve um papel relevante. Nos anos 80 a quantidade de água potável na região era muito reduzida, chegando até a limitar a higiene da população devido à escassez de água corrente (Entrevista, Pedro Xavier). Essa escassez era, em parte, devida às infraestruturas da região, as quais não estavam preparadas para a pressão que houve na construção civil e no Turismo. Foi com o intuito de melhorar esta situação que a região se uniu e planeou um sistema integrado de fornecimento de água. Posteriormente, criaram-se as Águas do Algarve e, entre os anos 90 e os anos 2000, as ETAR, passando os resíduos a serem tratados ao invés de serem enviados para o mar, reduzindo, desta forma, o impacto ambiental (Entrevista, Pedro Xavier). Também o Dr. Carlos Martins, ex-presidente das Águas do Algarve, salienta a importância das Águas do Algarve, afirmando que a criação desta empresa *“foi decisiva para ultrapassar as dificuldades históricas que o Algarve tinha no fornecimento de água.”* (Entrevista, Carlos Martins). Criada com o objetivo de integrar a lógica de abastecimento público, de apoio à agricultura, de saneamento e, mais recentemente, a lógica de utilização eficiente dos campos de golf (Entrevista, Jamila Madeira), existindo atualmente campos de golf regados a quase 90% água reaproveitada (Entrevista, Aquilões Marreiros), as Águas do Algarve são as únicas a nível nacional com especificação de bem alimentar (Entrevista, Carlos Martins).

Embora o panorama geral da gestão de água na região algarvia seja bom, nos casos mais particulares dos sistemas municipais a situação piora, na medida em que existem muitos desperdícios e perdas de água (Entrevista, Carlos Martins). Embora os municípios tenham um conjunto de regras impostas pelas Águas de Portugal relativamente à eficiência dos seus recursos, o Dr. Pedro Xavier afirmou que deveria ser realizada uma política de identificação de espaços verdes e quantidade de água aí

utilizada, com o intuito de se poupar água e diminuir desperdícios na área da jardinagem (Entrevista, Pedro Xavier).

Relativamente ao controlo do lixo público, este é “*dos maiores desafios para os municípios*” (Entrevista, Pedro Xavier), uma vez que a ALGAR, empresa responsável pela valorização e tratamento de resíduos sólidos, “*não tem conseguido dar resposta aos picos de sazonalidade, não existindo de repente recolhas a tempo (mais de 24h com os contentores cheios)*”, o que degrada a imagem da região (Entrevista, Jamila Madeira). No entanto, houve alterações recentes da estrutura, com vista em dar resposta a este problema, havendo uma maior eficiência nesta questão (Entrevista, Jamila Madeira). No que diz respeito à separação de resíduos, o Dr. Daniel Adro afirma que a indústria sempre viveu destas boas práticas, sendo esse fator positivamente influente na imagem que decorre junto dos turistas e clientes (Entrevista, Daniel Adro).

**ODS nº7- Garantir o acesso a uma energia limpa, sustentável e moderna para toda a população; ODS nº13- Tomar medidas urgentes para combater os impactos negativos das alterações climáticas;**

Sendo as alterações climáticas um problema bastante discutido na atualidade, surge a questão de se o investimento realizado em fontes de energias renováveis está a ser suficiente. Quando exposta esta questão, os entrevistados expressaram opiniões bastante unânimes: o investimento, embora exista, é ainda bastante abaixo do que poderia ser realizado e explorado. Com efeito, o Algarve é das regiões europeias com maior número de horas de exposição solar, havendo um grande potencial de energia solar, no entanto fica muito aquém na exploração e utilização desse recurso (Entrevista, Carlos Martins; Entrevista, Cláudia Ruivinho). Também o potencial de utilização de energia eólica (Entrevista, Jamila Madeira) e da energia das ondas (Entrevista, Cláudia Ruivinho) está a ser desperdiçado. No entanto, como previamente referido, as alterações climáticas são uma questão bastante presente na sociedade atual, havendo uma maior preocupação por parte dos municípios e por parte do cidadão individual em tentar atenuar essas mudanças (Entrevista, Carlos Martins). Também a CCDR tem unido esforços para melhorar estes parâmetros, existindo uma estratégia regional de especialização inteligente que procura potenciar algumas oportunidades ao nível da energia eólica, do mar, solar e também da biomassa, “*nomeadamente na convergência com outros setores de produção que possibilitam ao aproveitamento de resíduos como a laranja e a alfarroba*”

(Entrevista, Aquilles Marreiros). Similarmente, a EETUR- Eficiência Energética do Turismo – criou um projeto de apoio para empresas privadas com o objetivo de aproximar os empreendimentos hoteleiros e aconselhá-los relativamente à eficiência energética, aproximando os fornecedores de energia e os diretores hoteleiros (Entrevista, Aquilles Marreiros). Por outro lado, a “*evolução tecnológica ajudou imenso para a redução de custos de instalação*” (Entrevista, Carlos Martins) de equipamentos de energias renováveis, fazendo com que a maioria dos investimentos consiga ser amortizada ao fim de 4 anos (Entrevista, Carlos Martins). Em adição, tem ocorrido um aumento no apoio financeiro a investimentos na área da energia solar, tendo as autarquias analisado todos os projetos propostos, desempenhando assim um papel preponderante neste desenvolvimento (Entrevista, Pedro Xavier). Sendo os estabelecimentos hoteleiros grandes consumidores de energia, em termos económicos serão potenciais utilizadores da energia solar (Entrevista, Carlos Martins), sendo que existem já alguns hotéis em que uma grande parte da sua energia é produzida via solar (Entrevista, Jamila Madeira). No entanto, e embora o esforço seja visível e os sinais sejam positivos, o investimento monetário ainda não é o desejado (Entrevista, Jamila Madeira).

### **ODS nº8- Promover um crescimento económico sustentável e garantir emprego para todos;**

A existência de políticas de crescimento económico sustentável está comprometida pela sazonalidade, um dos fatores mais problemáticos da região algarvia. Desta forma, surge a necessidade de um elevado planeamento coordenado, o qual apenas poderá ser atingido quando a coordenação de todas as políticas setoriais do Algarve ficar sob a alçada uma única entidade, o que não acontece atualmente por divergências entre setores, como por exemplo, a CCDR e a RTA (Entrevista, Pedro Xavier).

Relativamente à garantia de emprego para todos, atualmente os grandes projetos de nível nacional e internacional têm como uma das principais preocupações a contratação de funcionários qualificados para as suas unidades, “*quer ao nível da gestão, chefias intermédias e até aquelas classes mais tradicionais, como bons empregados de mesa, bons jardineiros, bons cuidadores de campos de golf, entre outros*” (Entrevista, Carlos Martins). Com efeito, o Algarve tem vindo a oferecer infraestruturas turísticas com elevada *performance*, a qual só consegue ser garantida com recursos humanos muito qualificados, e “*caso essa qualificação continue escassa, a longo prazo pode-se tornar*

*um problema para a região do Algarve*” (Entrevista, Carlos Martins). É com base nestes pressupostos que os *stakeholders*, como anteriormente referido, consideram primordial a criação de uma escola como a CENFIC para dar resposta a esta procura qualificada (Entrevista, Pedro Xavier). A Dra. Jamila Madeira enfatiza esta opinião, adicionando que é necessário dar flexibilidade formativa aos quadros das empresas algarvias, no sentido de eles poderem evoluir progressivamente e adaptarem-se com as próprias empresas, por forma a permitir desenvolver estas atividades satélites que trabalham para o Turismo, ganhando depois força para outras dinâmicas. (Entrevista, Jamila Madeira)

### **ODS nº9- Promover a construção de infraestruturas, a industrialização sustentável e a inovação;**

Questionado unicamente ao representante do Governo português de que maneira o governo tem vindo a promover a construção de infraestruturas, a industrialização sustentável e a inovação, o Dr. Carlos Martins afirmou que Portugal foi um dos últimos países da Europa a investir em grandes infraestruturas, sendo que a região do Algarve não possui grandes investimentos nesta área (Entrevista, Carlos Martins). Detalhando este tópico, o Dr. Carlos Martins considera que a infraestrutura aeroportuária necessita de grandes melhorias, algo que não está nos planos do atual Governo. A falta destes investimentos advém do facto de a região viver maioritariamente em ciclos sazonais provocados pelo Turismo, facto que poderia ser contrariado pelo povoamento da região ao longo do ano todo (Entrevista, Carlos Martins), tornando o Algarve uma zona de maior habitação permanente. Sendo também uma zona costeira, a região algarvia tem um potencial muito grande de investimento em marinas e atrativos de atividades marítimas, no entanto o Dr. Carlos Martins considera que ainda será um *“longo caminho a percorrer”*.

No entanto, e embora não existam grandes investimentos em infraestruturas na região do Algarve, a eletrificação anunciada pelo atual Governo para a via-férrea até Vila Real de Santo António poderá trazer grandes vantagens à região, permitindo uma maior facilidade na mobilidade e diminuição de custos para a população, que evitam assim a utilização de carro e portagens (Entrevista, Carlos Martins).

### ODS nº10- Reduzir as desigualdades a nível nacional e internacional:

Nos últimos anos o desenvolvimento do interior algarvio tem sofrido um aumento progressivo através do Turismo natureza. Uma vez que a beleza natural da região do Algarve é bastante diversificada, com um bom planeamento de desenvolvimento das áreas rurais, o Turismo irá conseguir prosperar nestas zonas e irá ajudar a diminuir as desigualdades sociais e económicas verificadas, desigualdades essas que “*são reconhecidas e têm impactos verificados quer em termos demográficos, económicos ou sociais.*” (Entrevista, Aquilles Marreiros). Com efeito, as instituições e organizações, governamentais ou não, reconhecem este problema e “*tem havido um esforço tremendo nos últimos quadros de planeamento na promoção da competitividade e na coesão dos territórios, havendo inclusive medidas direcionadas específicas para os territórios de baixa intensidade*” (Entrevista, Aquilles Marreiros). Como tal, existe uma série de projetos/parcerias que os *stakeholders* entrevistados referiram, tais como:

- Parceria entre a RTA, a CCDR Algarve e a Universidade do Algarve, com o intuito de criar um projeto que estude, analise e melhore os indicadores de sustentabilidade (Entrevista, Cláudia Ruivinho);
- O **PADRE** (Programa de Ação para o Desenvolvimento dos Recursos Endógenos) é um instrumento público que tem um conjunto de medidas e projetos elencados para a melhoria da economia local. Fornece, assim, apoios, quer financeiros ou estratégicos, às empresas privadas locais. (Entrevista, Aquilles Marreiros, Pedro Xavier);
- O programa ***Cycling & Walking Algarve***, o qual nasce de uma parceria entre a RTA, a AMAL e a Secretária de Estado do Turismo de Portugal, é um programa onde as entidades estão a tentar desenvolver roteiros que se localizam principalmente no interior. O intuito deste projeto é levar um maior número de turistas a conhecer estas zonas, melhorar as atividades que lá se desenvolvem e de alguma forma também dinamizar a economia local, podendo promover a fixação de mais turistas nesses locais (Entrevista, Cláudia Ruivinho);
- O **Atlantic on Bike** é um projeto internacional que inclui parceiros dos 6 países que integram a rota ciclável *EuroVelo 1* – Noruega, Irlanda, Reino Unido, França, Espanha e Portugal – e que visa transformar esta rota europeia num recurso turístico de excelência. A *EuroVelo 1* cruza o Algarve num

percurso de mais de 200 quilómetros de extensão, designado por Ecovia do Litoral, conduzindo os cicloturistas às paisagens da costa algarvia. No âmbito deste projeto existem ainda ações para qualificar a rota e promover a economia local das comunidades (Entrevista, Cláudia Ruivinho).

- O Programa de **Revitalização das Aldeias do Algarve** decorre de uma parceria entre a CCDR, os Municípios e empresas privadas e tem como intuito a revitalização de algumas áreas de baixa densidade da Região do Algarve, tais como Estoi, Paderne, São Marcos da Serra, Carrapateira, Caldas de Monchique, entre outros. (Entrevista, Pedro Xavier)

Deste modo, na perceção da Representante do Governo, é com base nos projetos e esforços comuns, que *“o Turismo da natureza está a conseguir combater as desigualdades verificadas entre o litoral e o interior. No entanto as desigualdades ainda são grandes e há um longo caminho pela frente”* (Entrevista, Jamila Madeira).

### **ODS nº14- Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos;**

Sendo o Algarve uma região de Turismo costeiro e marítimo, torna-se importante existir um planeamento integrado e bem estruturado de maneira a conservar e preservar os ecossistemas marinhos presentes na costa. Neste sentido, o Algarve tem recebido bandeiras azuis nas suas praias, as quais são resultado *“de um bom tratamento de esgotos nas estações de tratamento de águas residuais, e que naturalmente qualificam imenso a região”* (Entrevista, Carlos Martins). Caso houvesse qualquer tipo de falha ao nível do tratamento de resíduos e na má conservação e utilização dos oceanos, o distintivo de bandeira azul seria perdido, algo que não tem acontecido (Entrevista, Jamila Madeira). Para uma utilização de forma sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos, têm também surgido medidas e projetos por forma a promover um desenvolvimento inteligente, sustentável e inclusivo, assente numa economia mais competitiva, numa maior eficiência no aproveitamento de recursos e na criação de emprego, em particular nas zonas mais dependentes da pesca com o objetivo de promover um maior equilíbrio socioeconómico dessas zonas. Destacam-se assim os seguintes projetos/medidas:



- O Programa Operacional Mar 2020<sup>6</sup>, o qual corresponde a um programa que assume um papel importante no financiamento de medidas que visam responder às exigências e desafios económicos, ambientais e sociais, no período 2014- 2020, centrando a sua ação nas seguintes prioridades (Entrevista, Aquilles Marreiros):
  - Promover melhorias e inovações, com base em conhecimento, ao nível da pesca e aquicultura, tornando-as competitivas, ambientalmente sustentáveis e mais eficientes em termos de recursos;
  - Incentivar ao uso da Política Comum das Pescas, através do aproveitamento dos conhecimentos científicos, melhoria na recolha e gestão de dados e prestação de apoio ao acompanhamento, controlo e execução;
  - Estimular o aumento de emprego e coesão territorial, através do crescimento económico, inclusão social e criação de empregos. Tem também como objetivo a prestação de apoio à empregabilidade e mobilidade laboral nas comunidades costeiras e interiores dependentes da pesca e da aquicultura;
  - Melhorar a organização do mercado dos produtos de pesca e aquicultura e promover o investimento nos setores da transformação e comercialização, por forma a estimular a comercialização e transformação;
  - Fomentar a execução da Política Marítima Integrada;
  
- Relativamente à pesca da sardinha, foi posta em prática em 2017 uma medida que autoriza a captura da sardinha apenas após o peixe ter atingido um certo tamanho, fator não estipulado em anos anteriores. Esta medida revela importância tanto ao nível da Economia como da Ciência, sendo que:

*“a Ciência e a Economia devem estar interligadas para a existir sustentabilidade dos recursos marítimos. [...] no início de Maio de 2017 a sardinha era muito pequena e não se atingia grandes valores de venda e bom sabor, já este ano sendo a sardinha maior, conseguiu-se vender mais e com melhor qualidade.”* (Entrevista, Pedro Xavier)

---

<sup>6</sup> In Comissão Europeia, 2014, Programa Operacional Mar 2020, disponível em: <https://www.portugal2020.pt/Portal2020/Media/Default/Docs/Programas%20Operacionais/PO%20Mar%202020.pdf> (Acedido em 1\09\2018)

- Através de parcerias com algumas organizações e universidades, a CCDR Algarve tem como objetivo promover a investigação e inovação do setor (Entrevista, Aquilles Marreiros);
- A nível europeu, discutem-se formas para a sensibilização de todas as indústrias marítimas, por forma a diminuir grande parte da poluição provocada pelos dejetos expelidos pelas embarcações (Entrevista, Jamila Madeira).

No entanto, a perceção dos *stakeholders* é de que estas medidas têm sido insuficientes, verificando-se a necessidade de *“um gigante bem maior que essa sensibilização para conseguir travar toda esta poluição”* (Entrevista, Jamila Madeira). Com efeito, apesar de existir uma maior sensibilização neste tópico, *“Portugal, sendo conhecido por ter a maior Zona Económica Exclusiva da Europa, é um país que não tem feito tanto quanto é desejado face a esta matéria”* (Entrevista, Carlos Martins).

### **ODS nº15- Proteger, restaurar e promover a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres e suprimir a perda de biodiversidade;**

Como referido anteriormente, a elevada pressão territorial provocada pelo Turismo dos anos 60 originou uma má gestão do ordenamento de território e a perda de muita biodiversidade (Entrevista, Aquilles Marreiros). No entanto *“cada vez mais os autarcas estão preocupados e interessados neste ponto, pois sem uma boa promoção e preservação sustentável dos usos dos ecossistemas e biodiversidade terrestre, o Turismo não é sustentável.”* (Entrevista, Cláudia Ruivinho). Estando esta preocupação cada vez mais *“em cima da mesa”* (Entrevista, Aquilles Marreiros), a CCDR Algarve tem tentado focar-se neste aspeto, estando em contacto permanente com os municípios para conseguir fazer esse acompanhamento extra pela reserva ecológica e para a criação de parcerias com outros atores regionais que têm competências noutras matérias, *“quer agricultura, economia, indústria e outras vertentes.”* (Entrevista, Aquilles Marreiros). Estes fatores acrescem de importância devido à união que existe entre o ordenamento do território e a promoção do desenvolvimento regional (Entrevista, Aquilles Marreiros). Ainda no âmbito desta matéria, o Dr. Aquilles Marreiros afirmou que nos últimos anos tem vindo a ser registada uma maior oferta diferenciada relativamente aos ativos locais (recursos endógenos), tendo no atual quadro da CCDR, instrumentos específicos para a valorização

destes recursos com o intuito de aumentar o emprego e as atividades económicas nessas zonas (Entrevista, Aquilles Marreiros).

Para o Dr. Carlos Martins, já não existe a ideia de um Algarve pouco motivado por um desenvolvimento que urbanisticamente se revelou um desastre, considerando que *“há um conjunto vasto de municípios que têm implementado políticas bastante bem estruturadas para fazer uso da abordagem mesmo à gestão do seu território numa lógica de boas práticas de sustentabilidade”* (Entrevista, Carlos Martins). Mas ainda assim, sente que o nível de intervenções que se tem feito faz com que existam “2 Algarves”: Algarve “do melhor que há”, e um outro Algarve que continua com uma intervenção muito retrógrada para aquilo que é o potencial da região (Entrevista, Carlos Martins). Já o Dr. Pedro Xavier salienta as zonas de preocupação acrescida, como por exemplo a bacia do rio Arade, a ria do Alvor e a ribeira de Lagos, que são zonas onde os peixes entram e realizam a sua desova, criticando que *“estas áreas são responsabilidade do Ministério do Ambiente e não existe nenhuma figura de fiscalização ambiental que o Ministério tenha sob a sua alçada para estas zonas”* (Entrevista, Pedro Xavier).

### **ODS nº16- Paz, justiça e instituições integrais para toda a sociedade;**

Embora de um ponto de vista geral, a paz e justiça sejam pontos assentes na sociedade portuguesa, ao serem questionados sobre este ponto, alguns *stakeholders* destacaram tópicos de injustiça política. Relativamente ao Turismo na região algarvia, a perceção é de que não existe justiça na relação existente entre receitas geradas pelo Turismo e retorno à região dessas mesmas receitas, ou seja, apesar de ser uma região que contribui bastante para as receitas fiscais nacionais, não existe investimento na região (Entrevista, Cláudia Ruivinho). De facto, tendo a região o poder de coletar impostos, o expectável seria uma relação direta no investimento de infraestruturas públicas e urbanas na região, necessitando a região do Algarve de bons hospitais, serviços e mão-de-obra mais qualificada, originando assim um problema de subdesenvolvimento da região (Entrevista, Pedro Xavier). No entanto, outra questão preponderante assenta no facto de que a titularidade de grande parte dos empreendimentos não é sediada na região algarvia, fazendo com que parte do que é produzido seja taxado fora da região (Entrevista, Aquilles Marreiros), originando ainda mais questões de investimento na área algarvia e levando a uma maior injustiça política.

Segundo o Dr. Pedro, sendo a Economia assente em três pilares – educação, saúde e segurança –, caso não haja progressão e desenvolvimento nestas áreas, a sociedade ficará desequilibrada e não conseguirá ser justa e progressista (Entrevista, Pedro Xavier).

### **ODS nº17- Parcerias a nível global para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável;**

O desenvolvimento sustentável apenas conseguirá ser alcançado através da criação de parcerias (Entrevista, Jamila Madeira), as quais permitirão criar conhecimento e refortalecimento das organizações (Entrevista, Carlos Martins). Sendo o Algarve uma região com boas condições geográficas, torna-se um território muito atrativo para a criação de boas parcerias, podendo isso fortalecer a região no contexto do Turismo, quer ao nível nacional como internacional (Entrevista, Carlos Martins). De acordo com este pressuposto, os cidadãos, municípios e estabelecimentos hoteleiros estão a ficar cientes das vantagens em ter uma estrutura em rede, podendo os resultados daí vindouros ser muito benéficos para o Turismo (Entrevista, Carlos Martins). De facto, muito do que se faz atualmente no Algarve decorre de parcerias, também por restrições orçamentais (Entrevista, Cláudia Ruivinho), estando o Governo, autarquias e associações do Algarve a fazer um bom trabalho (Entrevista, Jamila Madeira). Na perceção dos representantes do Estado, embora se note um considerável desenvolvimento no trabalhar mais em rede, ainda há espaço para melhorar (Entrevista, Cláudia Ruivinho).

Os *stakeholders*, quando entrevistados, referiram ainda algumas parcerias importantes, as quais são mencionadas de seguida:

- Na área do Turismo, há destaque para uma parceria entre a CCDR, a Universidade do Algarve e a RTA. Esta parceria ocorre com um objetivo muito específico: a criação de um centro de inovação e de conhecimento em Turismo, potenciando um laboratório de Turismo Sustentável na região. Com este laboratório, pretende-se o reconhecimento pela OMT (Organização Mundial de Turismo) e a criação e pesquisa de indicadores que possam criar valor na comparação com outras regiões turísticas no mundo (Entrevista, Aquilles Marreiros);
- Numa associação entre a CCDR Algarve e a AETA, criou-se um projeto relativo à recolha, tratamento, reutilização e reintegração no mercado de sabonetes utilizados nas unidades hoteleiras do Algarve. O objetivo será

atingir um máximo de unidades hoteleiras, identificar a dimensão do problema, criar um canal de recolha e posteriormente um canal de tratamento. No fim, após o tratamento, pretende-se enviar os sabonetes para países mais carenciados, possibilitando e ajudando no bem-estar e na saúde desses países (Entrevista, Aquilles Marreiros);

- ***Birdwatching Project Algarve*** é um projeto promovido pela Região de Turismo do Algarve e desenvolvido pela Associação Almargem em conjunto com a Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves (SPEA). Os objetivos do projeto correspondem a identificar locais importantes para a prática de *birdwatching* no Algarve, apresentar intervenções necessárias para que cada local reúna condições para a realização da atividade e articular as diversas iniciativas regionais numa só estratégia de promoção (Entrevista, Cláudia Ruivinho);
- ***Make Europe Sustainable for All project*** é um projeto ao nível europeu que visa sensibilizar todas as organizações para a implementação dos ODS da Agenda 2030 (Entrevista, Cláudia Ruivinho).
- O Programa de **Revitalização das Aldeias do Algarve**. (Entrevista, Pedro Xavier);
- ***Cycling & Walking Algarve***, projeto já anteriormente referido e que nasce de uma parceria entre a RTA, a AMAL (Comunidade Intermunicipal do Algarve) e a Secretária de Estado do Turismo de Portugal com o objetivo de desenvolver roteiros especialmente localizados no interior (Entrevista, Cláudia Ruivinho).

## **CAPÍTULO 7**

### **DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

De acordo com a OMT, Turismo Sustentável é aquele que *“atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões recetoras, ao mesmo tempo que protege e amplia as oportunidades para o futuro”*. Neste sentido, os *stakeholders* entrevistados exprimem uma opinião praticamente unânime, considerando que o Algarve se apresenta como um excelente destino turístico, primado pela sua diversidade e nível de excelência. No entanto caracterizam a região do Algarve como sendo “quase” completa: o Turismo da região do Algarve arrecada alguns impactos ambientais, económicos e sociais, que fazem dela uma região a caminhar nesse sentido de sustentabilidade. Para Meadows et al. (1972), se não houver sustentabilidade, o contínuo crescimento exponencial da economia mundial vai levar à destruição dos recursos naturais, atingindo-se assim o limite de crescimento, algo que a Engenheira Cláudia Rui Vinho evidenciou, dando ênfase, em particular, à questão da seca, afirmando que *“a região do Algarve está a caminhar para uma região desértica e a poupança de água deverá começar a ser efetivamente estudada, analisada e posta em prática”* (Entrevista, Cláudia Rui Vinho).

Por outro lado, a sazonalidade é um fator que afeta bastante a região algarvia. Halloway (2007) considera que, para existir sustentabilidade em regiões com o fenómeno de sazonalidade, é essencial que aqueles que se posicionam do lado da oferta procurem uma distribuição equilibrada dos turistas ao longo do ano. Neste sentido, o Algarve, que durante um longo período de tempo teve como foco principal *“a venda do sol e mar”* (Entrevista, Carlos Martins), o que implicava elevadas repercussões a nível económico e social, tem-se vindo a diversificar e a tornar-se multidimensional, sendo atualmente uma das regiões da Europa prediletas para a prática de golf e uma região com um crescimento exponencial para o Turismo de natureza, reduzindo a sazonalidade.

Outro aspeto de extrema importância, segundo Angelkova et al. (2012), passa por disponibilizar a toda a população informações sobre os impactos do Turismo no meio ambiente, de maneira a se conseguir atingir um desenvolvimento sustentável. Neste sentido a Dra. Jamila Madeira considera que, apesar de se passar a palavra muito rapidamente através da globalização (redes sociais e plataformas), *“ainda é preciso um gigante bem maior que essa sensibilização para conseguir travar toda esta poluição”* (Entrevista, Jamila Madeira). Ainda neste âmbito, Kietavainen & Tuulentie (2013)

relatam que as mudanças climáticas ainda são consideradas como um conceito abstrato que pode afetar os negócios a longo prazo, mas não imediatamente, algo que com base na análise das entrevistas foi contraditório, para o Dr. Daniel Adro, CEO do Hotel Quinta do Lago, “*A tal diferenciação do Algarve como um destino autêntico, genuíno e de natureza de beleza natural, começa a instruir uma preocupação crescente a curto prazo da preservação ambiental para garantir a sustentabilidade*” (Entrevista, Daniel Adro).

Com o intuito de se conseguir passar mais a palavra e mitigar todo o uso excessivo dos recursos a nível global, as Nações Unidas lançaram a Agenda 2030 com os 17 ODS. No presente capítulo, em conformidade com os 17 ODS e organizado pelos 5 P’s (Planeta, Pessoas, Prosperidade, Paz e Parcerias), procurou-se responder a 2 questões de investigação: “Como é que os *stakeholders* da região do Algarve encaram a sustentabilidade?” e “De que maneira pode o Turismo da região do Algarve ajudar a atingir os ODS?”.

**PLANETA.** No que diz respeito ao objetivo de existência de água limpa e saneamento, a OMT (2018) considera que o Turismo pode ajudar no sentido em que deve existir um uso eficiente das águas, controlo da poluição e eficiência tecnológica nas atividades turísticas. Relativamente a este ponto, o Turismo teve um papel muito importante nos anos 60 (Entrevista, Jamila Madeira), uma vez que a quantidade de água na região era muito reduzida (Entrevista, Pedro Xavier), e, com a pressão turística, a região viu-se obrigada a criar as Águas do Algarve (Pioneiras em Portugal) e as ETARs. Atualmente as Águas do Algarve são as únicas a nível nacional com especificação de bem alimentar (Entrevista, Carlos Martins), e as constantes bandeiras Azuis nas praias da costa algarvia são prova da eficácia do tratamento de resíduos da região. No entanto, existe alguma precariedade no que diz respeito ao controlo e recolha do lixo público nos picos de sazonalidade (Entrevista, Pedro Xavier), embora seja um facto que tem vindo a ser melhorado nos últimos 2 anos (Entrevista, Jamila Madeira). A agricultura e os padrões de consumo e produção sustentáveis são objetivos estipulados pelas Nações Unidas no conjunto das ODS, sendo que a OMT (2018) considera que o Turismo pode ajudar a atingir estes parâmetros ao adotar medidas de produção e consumo sustentáveis, sendo exemplo disso a promoção da produção e fornecimento de produtos locais aos estabelecimentos hoteleiros. Nesta vertente, o Algarve carece ainda um pouco de desenvolvimento, sendo que os *stakeholders* afirmaram que grande parte do consumo realizado na região é proveniente de produções realizadas fora da área algarvia. Assim sendo, é visível que não existe uma agricultura e padrões de consumo sustentáveis na

região, embora a preocupação seja crescente e a mentalidade dos consumidores esteja a alterar-se, facto corroborado pela afirmação da Dr. Jamila Madeira: *“O potencial não está devidamente utilizado, mas espero que esta nova geração juntamente com a preocupação por voltar a valorizar a terra possa trazer outros valores para a nossa região.”* (Entrevista, Jamila Madeira). Num outro ponto relacionado com a natureza, dá-se destaque aos ecossistemas marítimos, os quais são de importância bastante relevante para a região algarvia. Dado que um ecossistema marinho saudável é a base para o Turismo costeiro e marítimo, deve ser feita uma gestão integrada da zona costeira, a fim de ajudar a conservar e preservar os ecossistemas marinhos frágeis (OMT, 2018). No Algarve, sendo a base turística o Turismo costeiro e marítimo, tem que existir uma preocupação acrescida para atingir este objetivo. Neste sentido, os stakeholders entrevistados afirmam que o Algarve tem conseguido fazer uma excelente gestão deste parâmetro, existindo uma série de medidas conseguidas para esta preservação. No entanto, sendo Portugal o país da Europa com a maior Zona Económica Exclusiva o potencial utilizado da zona costeira é muito reduzido (Entrevista, Carlos Martins). É também de realçar que a biodiversidade e o património natural são das principais razões pelos quais os turistas visitam um destino (OMT, 2018), sendo estes fatores de consideração relevante para o objetivo sustentável que visa a vida na terra. Com efeito, o Turismo pode ter uma grande influência na conservação e preservação da biodiversidade, sendo que os ecossistemas terrestres da região do Algarve sofreram muito com a pressão turística, sentida nos anos 60, devido à má gestão dos territórios (Entrevista, Aquilles Marreiros). No entanto, a relação entre o Turismo e a preservação da biodiversidade e património natural é uma relação de causa efeito, isto é, se o Turismo influencia negativamente a preservação, isso terá como resultado um efeito negativo no próprio Turismo. A sustentabilidade do Turismo vive, assim, em simbiose com a preservação da biodiversidade e património, como afirma a Dra. Cláudia Ruivinho: *“sem uma boa promoção e preservação sustentável do uso dos ecossistemas e biodiversidade terrestre, o Turismo não é sustentável.”* (Entrevista, Cláudia Ruivinho). Deste modo, e tendo isso em consideração, esta preservação é atualmente uma das principais preocupações da região, existindo imensos instrumentos específicos para a valorização destes recursos (Entrevista, Aquilles Marreiros).

**PESSOAS.** Um dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável corresponde à igualdade de género, sendo que a OMT (2018) considera que o Turismo pode ser uma ferramenta para as mulheres se tornarem mais integradas e liderarem em todos os aspetos



da sociedade. Embora se considere que ainda não se atingiu a paridade por completo, o Algarve tem vindo a haver um esforço para alcançar este objetivo e acabar com as assimetrias (Entrevista, Cláudia Ruivinho), havendo diversos cargos de elevada importância na região a serem liderados por mulheres (Entrevista, Jamila Madeira). É ainda de realçar a indústria hoteleira, a qual tem um destaque muito importante na região algarvia, empregando um elevado número pessoas do sexo feminino, com cargos em diferentes níveis da empresa (Entrevista, Daniel Adro).

**PROSPERIDADE.** Relativamente à existência de energia “limpa” e acessível e também relativamente às ações climáticas a OMT (2018) considera que ao ser promovido o investimento em fontes de energia renováveis e havendo uma cooperação de entidades intervenientes com vista num objetivo comum, o Turismo pode ajudar a reduzir os gases de efeito de estufa, mitigar as alterações climáticas e contribuir para o acesso de energia para toda a população. Apesar de ser visível a existência de cooperação e desempenho de um papel comum, a utilização e produção de energias renováveis (Solar, Eólica e movimento das ondas), relativamente ao potencial da região, é muito reduzida. Não havendo esse aproveitamento de energias que poderiam tornar o peso da utilização e produção de energia mais sustentável, não se consegue atingir um *“equilíbrio relativamente à energia que se consome e que se produz, não existindo assim sustentabilidade”* (Entrevista, Pedro Xavier). Este fator é muito influenciado pela falta de fundos de investimento para a produção destes tipos de energia, embora se considere que os sinais de crescimento nesta área, de um modo geral, sejam positivos (Entrevista, Jamila Madeira). O trabalho decente e crescimento económico sustentável fazem parte de outro dos objetivos estipulados pelas Nações Unidas, sendo que a OMT (2018) considera que o Turismo, ao oferecer e incentivar a decentes oportunidades de trabalho e políticas que aumentem a diversificação na cadeia de valor, pode aumentar os impactos socioeconómicos no mundo. Neste ponto, o Algarve carece de desenvolvimento, uma vez que, no ponto de vista dos *stakeholders* entrevistados, há falta de mão de obra qualificada em todos os níveis turísticos do algarve (Entrevista, Carlos Martins). Neste sentido, é necessário dar flexibilidade formativa aos quadros das empresas algarvias (Entrevista, Jamila Madeira) e torna-se também necessário abrir centros de formação profissional (Entrevista, Pedro Xavier), caso contrário *“a longo prazo pode-se tornar um problema para a região”* (Entrevista, Carlos Martins). No que diz respeito à Indústria, Inovação e Infraestruturas, outros pontos focados nos ODS, a OMT (2018) considera que o

desenvolvimento do Turismo depende de boas infraestruturas quer a nível público, quer a nível privado. Desta forma, este setor pode influenciar as políticas públicas para a atualização e modernização das infraestruturas, tornando-as mais sustentáveis, inovadoras e eficientes. A posição da região algarvia face a este ponto não é muito positiva (Entrevista, Carlos Martins), sendo que no Algarve há pouco investimento em infraestruturas públicas. Com efeito, o Dr. Pedro Xavier também afirma: “*No algarve temos muitas infraestruturas que necessitavam neste momento um claro investimento, mas não se tem investido, tal como a N125.*” (Entrevista, Pedro Xavier). Face às desigualdades existentes no mundo, a redução deste fator é também um dos objetivos de desenvolvimento sustentável, sendo que a OMT (2018) considera que o Turismo pode dar oportunidades às populações de prosperarem na sua comunidade através da contribuição para a renovação urbana e o desenvolvimento rural, e este é sem dúvida um ODS bem conseguido na Região do Algarve, através do Turismo. Apesar das desigualdades a nível económico e social serem reconhecidas (Entrevista, Aquilles Marreiros), as instituições e organizações, governamentais ou não-governamentais, têm vindo a criar uma série de parcerias e projetos para que o interior prospere. É, deste modo, com base nos projetos e esforços comuns, que “*o Turismo natureza está a conseguir combater as desigualdades verificadas entre o litoral e o interior.*” (Entrevista, Jamila Madeira).

**PAZ.** Relativamente à paz, justiça e instituições integrais para toda a sociedade, o Turismo pode promover a compreensão e tolerância multicultural e inter-religiosa, estabelecendo as bases para uma sociedade mais pacífica (OMT, 2018). A região do Algarve, quando comparada a outros locais maioritariamente turísticos, atinge este objetivo com excelência. No entanto, existe alguma injustiça ao nível político, com o desaproveitamento e pouco investimento na região. Faltam, assim, fundos monetários que permitam à região investir em infraestruturas públicas e urbanas e, por conseguinte, atingir níveis superiores de desenvolvimento (Entrevista, Pedro Xavier).

**PARCERIAS.** Por último, com o intuito de atingir estes objetivos, torna-se essencial a cooperação entre empresas turísticas, destinos turísticos e autoridades nacionais, regionais e locais, sendo este o modo mais eficaz para se conseguir cobrir uma maior diversidade de desafios, mantendo, em simultâneo, a competitividade (Angelkova et al., 2012). No caso específico da região algarvia, este ponto está num desenvolvimento crescente, sendo prova disso o elevado número de parcerias criadas com o intuito de

alcançar os ODS. Estas parcerias entre intervenientes na região, permitem um desenvolvimento muito mais sustentável. É com este pressuposto que a OMT (2018) destaca que o Turismo tem a capacidade de criar e fortalecer parcerias público-privadas, assim como envolver vários *stakeholders*, com o intuito de alcançar os ODS e outros objetivos comuns. Na região do Algarve em particular, este é outro objetivo alcançado com grande sucesso, uma vez que ao longo do tempo têm sido criadas numerosas parcerias, com um objetivo em comum: tornar o Algarve um local e destino turístico bastante sustentável, permanecendo competitivo.

## **CAPÍTULO 8**

### **CONCLUSÃO GERAL**

Esta dissertação teve como objetivo principal a compreensão dos conceitos de sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, no âmbito do Turismo Sustentável e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030.

Sendo um dos principais setores económicos a nível mundial, o Turismo é cada vez mais reconhecido como um contribuinte vital para a criação de emprego e riqueza, crescimento económico, proteção ambiental e mitigador da pobreza. Um Turismo bem projetado e gerido pode ajudar a preservar os bens do património natural e cultural de que depende, capacitar as comunidades locais, gerar oportunidades e promover a paz e a compreensão intercultural. No entanto, o Turismo, tais como todos os outros setores, têm elevadas repercussões, quer ao nível económico, social ou ambiental, que se não forem atenuadas irão causar muitos problemas no futuro da humanidade. Neste sentido, torna-se essencial a existência de parcerias fortes e ação decisiva de todos os intervenientes no Turismo, por forma a tornar o Turismo Sustentável e, conseqüentemente, amenizar todos os impactos criados ao longo dos anos.

Tendo em atenção a influência económica e humana do Turismo ao nível global, e também o urgente compromisso deste sector com o desenvolvimento sustentável, não só em Portugal como no mundo, este estudo objetivou compreender, mais especificamente, como esse assunto tem sido vivido e implementado pelos *stakeholders* da região do Algarve. Ao entrevistar 6 *stakeholders* da região, o estudo tenta responder a 2 perguntas de investigação: “Como é que os *stakeholders* da região do Algarve encaram a Sustentabilidade?” e “De que maneira pode o Turismo do Algarve ajudar a atingir os ODS?”. As entrevistas foram compostas por um guião de perguntas abertas, organizadas por tópicos com base na literatura revista, em formato de entrevista semi-estruturada. Os participantes tiveram a total liberdade para expressar as suas perceções relativamente a este assunto, possibilitando a análise de um conjunto de tendências quer dos *stakeholders*, quer das organizações onde trabalham.

Tal como foi estudado em capítulos anteriores, a consciencialização sobre o desenvolvimento sustentável, e as políticas e medidas orientadas para a sustentabilidade devem ser hoje não só uma obrigação e dever, mas também um fator decisivo para obter vantagem competitiva. Na análise de resultados ficou demonstrado como esta filosofia

está na mentalidade de todos os *stakeholders*, mostrando estarem perfeitamente conscientes dos impactos deste setor sobre as futuras gerações, caso não se caminhe para um Turismo Sustentável.

Em relação à primeira pergunta de investigação que se procurou responder foi “Como é que os *stakeholders* da Região do Algarve encaram a Sustentabilidade?”, e neste sentido, através da análise às entrevistas, verificou-se que todos os *stakeholders* da região estão deveras conscientes de que é essencial tornar a região do Algarve sustentável, de maneira a satisfazer as necessidades atuais sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades. Os *stakeholders* entrevistados mostraram estar a criar políticas e medidas de sustentabilidade e, conseqüentemente, cada vez mais a trabalharem numa estrutura em rede, para que, todos juntos, consigam tornar o Turismo do Algarve Sustentável.

Na segunda pergunta de investigação “De que maneira pode o Turismo do Algarve ajudar a atingir os ODS?”, foi estudado na revisão de literatura que o Turismo tem um impacto direto em 3 dos 17 ODS: ODS 8 sobre “*Promover um crescimento económico sustentável e garantir emprego para todos*”, ODS 12 sobre “*Garantir padrões de consumo e produção sustentável*” e ODS 14 sobre “*Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos*”. No entanto, dada a multiplicidade de vínculos que o setor tem com outros setores e indústrias ao longo de sua vasta cadeia de valor, o Turismo pode de fato acelerar o progresso em direção aos 17 ODS. Em particular na região do Algarve, o Turismo está fortemente inserido no ODS 5 “*Garantir a igualdade de género*”- Sendo uma ferramenta para as mulheres se tornarem mais integradas em todos os níveis sociais da região, ex: as presidentes da camara de Portimão, Silves e Lagos são senhoras; no ODS 6 “*Garantir total disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para toda a população*”- atualmente as águas do Algarve são as únicas a nível nacional com especificação de bem alimentar, e as constantes bandeiras azuis nas praias da costa algarvia são prova da eficácia do tratamento de resíduos da região. No entanto, apesar de existir alguma precariedade no uso de água acima do recomendado, como seja, por exemplo, nos campos de golf, atualmente já existem políticas para tentar reaproveitar o máximo de água possível; no ODS 10 “*Reduzir as desigualdades a nível nacional e internacional*”- existe atualmente um vasto número de projetos, que estão a dar resultado, com o intuito de aumentar o Turismo nas regiões do interior e assim diminuir as desigualdades verificadas; no ODS 14 “*Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marítimos*”- Sendo o

Turismo focado na utilização deste tipo de recursos, os *stakeholders* estão conscientes de que tem que existir uma preocupação acrescida para atingir este objetivo. Neste sentido, afirmam que o Algarve tem conseguido fazer uma excelente gestão deste parâmetro, existindo uma série de medidas conseguidas para esta preservação; no ODS 15 “*Proteger, restaurar e promover a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres e mitigar a perda de biodiversidade*” – A biodiversidade e o património natural na região do Algarve sofreu muito nos anos 60 com a pressão turística. Neste sentido, esta preservação é atualmente uma das principais preocupações da Região, existindo imensos instrumentos específicos para a valorização destes recursos; e no ODS 17 “*Parcerias a nível global para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável*”- Dada a natureza intersectorial do Turismo no Algarve, o Turismo tem vindo a criar e a fortalecer parcerias público-privadas, assim como envolver vários *stakeholders*, com o intuito de alcançar os ODS e tornar a Região do Algarve sustentável e competitiva ao mesmo tempo. No entanto, apesar de alguns dos ODS estarem num bom caminho para serem cumpridos, ainda não se atingiu a total sustentabilidade nestes objetivos: ODS 2 “*Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional, e garantir agricultura sustentável.*”, ODS 4 “*Garantir uma educação equitativa de qualidade e promover a aprendizagem contínua ao longo da vida para toda a população.*”, ODS 7 “*Garantir o acesso a uma energia limpa, renovável e sustentável para toda a população*”, ODS 8 “*Promover um crescimento económico sustentável e garantir empregos para todos*”, ODS 9 “*Promover a construção de infraestruturas, a industrialização sustentável e a inovação*”, ODS 12 “*Garantir padrões de consumo e produção sustentáveis*”, e, por último, ODS 16 “*Paz, justiça e instituições integrais para toda a população.*”.

### **8.1. Síntese dos principais contributos do Estudo**

Está implícito o forte crescimento que se tem verificado no setor do Turismo, sobretudo quando relacionado com o tema de sustentabilidade, ao se realizar a investigação durante esta dissertação. Assim sendo, o presente estudo contribui para a literatura de Turismo Sustentável, reforçando a compreensão do contributo do setor do Turismo para com os ODS da Agenda 2030 através da aplicação ao caso particular da região do Algarve. Acresce ainda a análise *multi-stakeholder* para uma melhor compreensão do fenómeno da sustentabilidade do Turismo.

## **8.2. Limitações da Investigação**

Para a presente investigação verificou-se a existência de certas limitações que condicionaram o percurso inicialmente pensado.

A recolha de dados primários, apesar de ter sido possível, teve uma dimensão de amostra relativamente reduzida (6 entrevistas) devido a limitações de tempo e indisponibilidade imprevista por parte de alguns *stakeholders*, em especial de representantes de estabelecimentos hoteleiros da região do Algarve. Contudo, tentou-se superar o número reduzido com a diversidade dos *stakeholders*, existindo um representante da RTA, um representante da CCDR Algarve, um representante do Município de Portimão, um representante do atual Governo Português, um representante da Assembleia da República e, por último, um representante dos estabelecimentos hoteleiros da região do Algarve.

Uma outra dificuldade deu-se ao nível das perguntas semi-estruturadas questionadas. A literatura existente referente a este tema é relativamente recente, sendo que, por este motivo, o número de estudos empíricos é bastante reduzido, fazendo com que as perguntas se baseassem unicamente nos ODS e não em estudos base.

## **8.3. Perspetivas de Futura Investigação**

No âmbito da análise crítica à presente investigação e com base nas principais conclusões encontradas, julgou-se pertinente terminar com algumas recomendações para o desenvolvimento de trabalhos futuros, tendo como objetivo o aprofundamento do conhecimento científico.

Ainda há um enorme esforço de trabalho para ser concretizado relativamente ao Turismo Sustentável, tanto a nível conceptual como a nível da sua aplicação empírica no processo de gestão dos destinos, isto porque, sendo um tema relativamente recente e que precisa de estar em constante atualização, a cada ano que passa, o processo evolui e novas condicionantes aparecem.

Tendo em conta as limitações do presente relatório sugere-se um conjunto de procedimentos e abordagens metodológicas que poderão servir para o ampliar e melhorar. É recomendável a criação de estudos motivacionais e de perceção para reunir informação detalhada e precisa na ótica do Turismo Sustentável. Inquéritos por questionário seriam, por exemplo, um instrumento metodológico eficaz e de fácil aplicação que visaria aferir de que maneira estão, ou não, as organizações e estabelecimentos turísticos a praticar

boas estratégias de sustentabilidade com o intuito de se atingirem os ODS da Agenda 2030.



## BIBLIOGRAFIA

- Agyeiwaah, E., McKercher, B. & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26–33.
- Angelkova, T., Koteski, C., Jakovlev, Z. & Mitrevska, E. (2012). Sustainability and competitiveness of tourism. *Social and Behavioral Sciences*, 44, 221–227.
- Artigasa, E. M., Yrigoyenb C. C., Moragac, E. T. & Villalón C. B. (2017). Determinants of trust towards tourist destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6, 327–334.
- Ashworth, G. & Page, S. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32, 1-15.
- Banco de Portugal. (2014). *Estudos da Central de Balanços 17: Análise do Sector do Turismo*, disponível em: [https://www.bportugal.pt/pt-PT/ServicosaoPublico/CentraldeBalancos/Biblioteca%20de%20Tumbnails/Estudos%20da%20CB\\_17\\_2014.pdf](https://www.bportugal.pt/pt-PT/ServicosaoPublico/CentraldeBalancos/Biblioteca%20de%20Tumbnails/Estudos%20da%20CB_17_2014.pdf) [acedido em Novembro 2017].
- Banco de Portugal. (2016). *Nota de Informação Estatística: Análise do Setor do Turismo 2011-2016*, disponível online em: [https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentos-relacionados/nie\\_estudo\\_17\\_2014.pdf](https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/documentos-relacionados/nie_estudo_17_2014.pdf) [acedido em Dezembro 2017]
- Barbieri, J., Vasconcelos, I., Andreassi, T. & Vasconcelos, F. (2010). Inovação e sustentabilidade: Novos modelos e proposições. *Revista de Administração de Empresas*, 50(2), 146–154.
- Baretto, M. (2003). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Papirus Editora.
- Bellen H. (2006). *Indicadores de Sustentabilidade: Uma análise comparativa*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Bennett, R. & Gabriel, H. (2001). Reputation, trust and supplier commitment: The case of shipping company/seaport relations. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 16 (6), 424–438.
- Benur, A. & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50 (2), 213-224.
- Beratan, K., Kabala, S., Loveless, S., Martin, P. & Spyke, N. (2004). Sustainability indicators as a communicative tool: Building bridges in Pennsylvania. *Environmental Monitoring and Assessment*, 94, 179-191.
- Bierman, D. (2003). *Restoring Tourism Destinations in Crisis: A Strategic Marketing Approach*. Crows Nest: A&U Academic.

- Bramwell, B. & Lane, B. (2013). Getting from here to there: Systems change, behavioural change and sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 1–4.
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
- Carvalho, P. G. & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva : um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), 122–132.
- Cîrstea, S. (2014). Travel & tourism competitiveness: A study of world's top economic competitive countries. *Procedia Economics and Finance*, 15 (1), 1273-1280.
- Christou, E. (2007). *Tourist destinations as brands: The impact of destination image and reputation on visitor loyalty* in Keller, P., & Bieger, T. (Eds.). *Productivity in tourism: Fundamentals and concepts for achieving growth and competitiveness* (pp. 57–67). Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo. *Análise Social*, 40, 279-295.
- Costa, C. M. (2015). O turismo como arena da globalização. *Repositório do Iscte*, 1–2.
- Corbin, A. (1988). *The lure of the sea: The discovery of the Seaside 1750-1840* (1ªed.). London: Penguin Books.
- Cracolici, M. & Nijkamp, P. (2008). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of southern Italian regions. *Tourism Management*, 30 (3), 336-344.
- Cruz, R. (2003). Towards sustainable tourism development in the Philippines and Other ASEAN countries: An examination of programs and practices of national tourism organizations. Makati City: Philippine APEC Study Center Network [PASCN].
- Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo*. Nova Iorque: McGraw Hill.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: Verbo.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Echtner, C. & Ritchie, J. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Fredman, P., Reinius, S. W. & Lundberg, C. (2009). *Nature tourism in Sweden: Definitions, extent, statistics*. Härnösand: ETOUR - European Tourism Research Institute.
- Graburn, N. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9-33.
- Goeldner, C., Ritchie, J. & McIntosh, R. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.

- Golf, P. (2005). *Golfe e Turismo : indústrias em crescimento*. Disponível online em <http://www.portugalgolf.pt/Cap%20I.pdf> [acedido em Setembro 2018]
- Halloway, C. (2007). *The Business of Tourism* (7ªEd.). New Jersey: Prentice Hall.
- Hardy, A., Beeton, R. & Pearson, L. (2002). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475–496.
- Hart, O. (1988). Capital structure as a control mechanism in corporations. *Canadian Journal of Economics*, 21 (3), 467–476.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38 (3), 239-45.
- Hill, J. L. & Gale, T. (2009). *Ecotourism and environmental sustainability: Principles and practice*. Farnham: Ashgate Publishing.
- INE. (2011). *Estatísticas do turismo 2010*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- INE. (2017). *Estatísticas do turismo 2016*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P.
- Ioannides, D. & Debbage, K. (1998). *The economic geography of the tourist industry: A supply-side analysis*. New York: Routledge.
- Jang, SooCheong. (2004). Mitigating tourism seasonality – A quantitative approach. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 819-836.
- Kietäväinen, A. & Tuulentie, S. (2013). Tourism strategies and climate change: Rhetoric at both strategic and grassroots levels about growth and sustainable development in Finland. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), 845–861.
- Kim, M. J., Chung, N. & Lee, C. K. (2011). The effect of perceived trust on electronic commerce: Shopping online for tourism products and services in South Korea. *Tourism Management*, 32 (2), 256–265.
- Ledesma, F. J., Navarro, M. & Pérez-Rodríguez, J. V. (2005). Return to tourist destination. Is it reputation, after all? *Applied Economics*, 37(18), 2055–2065.
- Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., O’Mahony, B. & McMurray, A. (2008). *Seasonality in tourism industry: Impacts and strategies*. Australia: Sustainable Tourism Pty Ltd.
- López, J. R. (2008). *Historia del deporte* (3ª Ed.). Barcelona: INDE Publicaciones.
- Loureiro, S. M. & Kastenholtz, E. (2011). Corporate reputation, satisfaction, delight, and loyalty towards rural lodging units in Portugal. *International Journal of Hospitality Management*, 30 (3), 575–583.

- Marinao, E., Torres, E. & Chasco, C. (2012). Trust in tourism destinations. The role of local inhabitants and institutions. *Academia, Revista Latinoamericana Delelött Administración*, 51, 27–47.
- Marques, V. (2011). *Turismo Cultural em Guimarães*. Instituto de Ciências Sociais, Braga.
- Martins, A. (2004). *Inovação e Tecnologia no Turismo – o Sector Hoteleiro do Algarve*. Universidade do Algarve, Faro.
- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical, and social impacts*. Londres: Longman Pub Group.
- McCabe, S. (2005). Who is a tourist? A critical review. *Tourist Studies*, 5, 85-106.
- McCool, S., Moisey, R. & Nickerson, N. (2001). What should tourism sustain? The disconnect with industry perceptions of useful indicators. *Journal of Travel Research*, 40(2), 124–131.
- McKercher, B., Mak, B. & Wong, S. (2014). Does climate change matter to the travel trade? *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 685–704.
- Meadows, D. (1972). *The limits to growth*. Nova Iorque: Universe Books.
- Mehmetoglu, M. (2007). Typologising nature-based tourists by activity - Theoretical and practical implications. *Tourism Management*, 28(3), 651-660.
- Mill, R. C. (2009). *Tourism, the International Business*. Zurich: Jacobs Foundation.
- Mourão, J. M. (2000). Desenvolvimento Sustentável do Turismo - princípios, fundamentos e prática. *Revista Do Departamento de Geografia E Planemanto Regional*, 2, 87–117.
- Novelli, M., Schmitz, B. & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152.
- OMT. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- OMT (2003). *Year book of tourism*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- Pope, J., Annandale, D., & Saunders, A. (2004). Conceptualising sustainability assessment. *Environmental Impact Assessment Review*, 24(6), 595-616.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Porter, R. (2001). “Os Ingleses e o lazer” in Corbin, A. (org.), *História dos tempos livres: o advento do lazer*. Lisboa: Teorema, 21-57.
- Sachs, I. (1995). À la recherche de nouvelles stratégies de developpement enjeux du sommet social. Paris: UNESCO.
- Sachs, I. (2004). *Desenvolvimento Includente, Sustentável, Sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond/Sabrae.

- Sainaghi, R. (2006). From contents to processes: Versus a dynamic destination management model (DDMM). *Tourism Management*, Vol. 27(5), 1053-1063.
- Silva, A. S. (2013). *Turismo Natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores*. Instituto de Geografia de Ordenamento do Território, Lisboa.
- Soifer, J. (2008). *Empreender Turismo e Ecoturismo*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Tatari, N. (2006). The importance of new ecotourism activities in regional development. *Research Study on Ecological Areas*, 14, 195-223.
- Turismo de Portugal. 2017. *Algarve: Conjuntura Turística, Boletim nº 18 – 2º trimestre 2017*, disponível online em: [https://issuu.com/turismo\\_algarve/docs/conj\\_tur\\_algarve\\_18\\_t2\\_2017](https://issuu.com/turismo_algarve/docs/conj_tur_algarve_18_t2_2017) [acedido em Janeiro 2018]
- Turismo de Portugal. (2018). *Dormidas e Hóspedes por mercado 2017\2018*. Disponível online em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/bi/Paginas/default.aspx?datasetId=780E95AA10F8470592C8C1DA15D81FCB> [acedido em Janeiro 2018]
- UN. (2015). *2030 Agenda*. New York: UN
- UNEP (2011). *Towards a green economy: Pathways to sustainable development and poverty eradication*. Nairobi: United Nations Environment Programme
- UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destination: A guide book*. Madrid: WTO.
- UNWTO (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals Good Practices in the Americas*. Madrid: WTO.
- UNWTO (2018). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. Madrid: WTO.
- UNWTO (2017). *Tourism Highlights*. Madrid: WTO
- Vieira, J. (1997). *A Economia do Turismo em Portugal*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Wagner, S. M., Coley, L. S. & Lindemann, E. (2011). Effects of suppliers' reputation on the future of buyer–supplier relationships: The mediating roles of outcome fairness and trust. *Journal of Supply Chain Management*, 47(2), 29–48.
- Weaver, D., Faulkner, B. & Lawton, L. (1999). *Nature-based tourism in Australia and beyond: A preliminary investigation*. Australia: CRCST.
- World Commission on Environment and Development (1987). *Our common future*. Oxford: Oxford University Press.

World Travel & Tourism Council (1998). *Agenda 21 for the Travel & Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*. Disponível em: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/3207-TourismAgenda.pdf>. [acedido em Janeiro 2018]

## ANEXOS

### ANEXO I. Tabela de estrutura das perguntas realizadas aos entrevistados

**Tabela VI.** Estrutura das perguntas realizadas aos entrevistados.

	Pergunta	ODS	Contributo do Turismo para atingir o ODS	Stakeholder Questionados
Contextualização	Tendo por base a especificidade do Algarve, como caracteriza o turismo do Algarve?			Todos
	Quais os impactos sociais, ambientais e económicos do Turismo no Algarve?			Todos
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável- Agenda 2030	Consideram que existe uma agricultura sustentável, no que toca a produtos locais nos estabelecimentos hoteleiros do Algarve?	<b>ODS nº2-</b> Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional e garantir a agricultura sustentável	O turismo pode garantir a agricultura sustentável promovendo a produção e o fornecimento de produtos locais aos estabelecimentos hoteleiros.	Todos
	Tendo em apreço a preocupação internacional na igualdade do género como vê a integridade das mulheres e as posições de liderança das mulheres no Turismo do Algarve?	<b>ODS nº5-</b> Garantir a igualdade de género	O turismo pode ser uma ferramenta para as mulheres se tornarem mais integradas e liderarem com todos os aspetos a sociedade.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.ª Jamila Madeira</li> <li>• Dr.º Pedro Xavier</li> <li>• Eng.ª Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.º Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.º Carlos Martins</li> </ul>
	Como atua as entidades e os respetivos municípios no uso eficiente das águas, controlo da poluição e eficiência tecnológica nas atividades turísticas do Algarve?	<b>ODS nº6-</b> Garantir a total disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para toda a população;	Uso eficiente das águas, controlo da poluição e eficiência tecnológica nas atividades turísticas. Adicionalmente, um investimento controlado na higiene e saneamento desempenha um papel fundamental no acesso a toda a população.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.ª Jamila Madeira</li> <li>• Dr.º Pedro Xavier</li> <li>• Eng.ª Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.º Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.º Carlos Martins</li> </ul>

<p>Promovendo o investimento em fontes de energia renováveis, o turismo, através das receitas, pode ajudar a reduzir os gases de efeito de estufa, mitigar as alterações climáticas e contribuir para o acesso de energia para toda a população. Considera que se está a investir nestas fontes de energia?</p>	<p><b>ODS nº13-</b> Tomar medidas urgentes para combater os impactos negativos das alterações climáticas;</p>	<p>Todos os <i>stakeholders</i> devem desempenhar um papel conjunto para conseguirem combater as alterações climáticas, seja tornando o setor de transportes mais eficientes, ou construindo green infraestruturas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.<sup>a</sup> Jámila Madeira</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Pedro Xavier</li> <li>• Eng.<sup>a</sup> Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Carlos Martins</li> </ul>
<p>Dado que o setor do turismo emprega na região do Algarve mais de 70 % da população ativa, quais as políticas que tem desenvolvido para aumentar a criação de empregos promovendo um crescimento sustentável na região do Algarve?</p>	<p><b>ODSº 8-</b> Promover um crescimento económico sustentável e garantir emprego para todos;</p>	<p>Dado que o setor do turismo emprega 1 em cada 10 pessoas no mundo, decentes oportunidades de trabalho e políticas que aumentem a diversificação na cadeia de valor do turismo, podem aumentar os impactos socioeconómicos no mundo.</p>	<p>Todos</p>
<p>Desta forma, como tem a RTA Influenciado as políticas públicas para a atualização e modernização das infraestruturas tornando-as mais sustentáveis, inovadoras e eficientes?</p>	<p><b>ODS nº9-</b> Promover a construção de infraestruturas, a industrialização sustentável e a inovação;</p>	<p>O desenvolvimento do turismo depende de boas infraestruturas quer a nível público, quer a nível privado. Desta forma, este setor pode influenciar as políticas públicas para a atualização e modernização das infraestruturas tornando-as mais sustentáveis, inovadoras e eficientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.<sup>a</sup> Jámila Madeira</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Pedro Xavier</li> <li>• Eng.<sup>a</sup> Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Carlos Martins</li> </ul>
<p>Qual a preocupação das entidades na Conservação e utilização de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos presentes na Região do Algarve?</p>	<p><b>ODS nº14-</b> Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, mares e recursos marinhos;</p>	<p>Dado que um ecossistema marinho saudável é a base para o turismo costeiro e marítimo, deve ser feita uma gestão integrada da zona costeira, a fim de ajudar a conservar e preservar os ecossistemas marinhos frágeis.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.<sup>a</sup> Jámila Madeira</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Pedro Xavier</li> <li>• Eng.<sup>a</sup> Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Carlos Martins</li> </ul>
<p>De que maneira o turismo esta a conseguir combater as desigualdades sociais e económicas verificadas entre o interior e litoral do Algarve?</p>	<p><b>ODS nº10-</b> Reduzir as desigualdades a nível nacional e internacional;</p>	<p>O turismo pode dá oportunidades às populações de prosperarem na sua comunidade através da contribuição para a renovação urbana e o desenvolvimento rural. Desta forma, o turismo contribui para a integração económica e diversificação das comunidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.<sup>a</sup> Jámila Madeira</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Pedro Xavier</li> <li>• Eng.<sup>a</sup> Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Carlos Martins</li> </ul>



Considera que os municípios protegem, restauram e promovem a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres e a perda de biodiversidade? Se sim, de que maneira?	<b>ODS nº15-</b> Proteger, restaurar e promover a utilização sustentável dos ecossistemas terrestres e suprimir a perda de biodiversidade;	A biodiversidade e o património natural são das principais razões pelos quais os turistas visitam um destino. Desta forma, o turismo pode ter um papel importante na conservação e preservação da biodiversidade.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.<sup>a</sup> Jamila Madeira</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Pedro Xavier</li> <li>• Eng.<sup>a</sup> Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Carlos Martins</li> </ul>
Quais as Parcerias que foram criadas ou estão a ser criadas para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável?	<b>ODS nº17-</b> Parcerias a nível global para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável.	Dado a sua natureza intersectorial, o turismo tem a capacidade de criar e fortalecer parcerias público-privadas, assim como envolver vários <i>stakeholders</i> , com o intuito de alcançar os ODS e outros objetivos comuns.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dr.<sup>a</sup> Jamila Madeira</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Pedro Xavier</li> <li>• Eng.<sup>a</sup> Cláudia Ruivinho</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Aquiles Marreiros</li> <li>• Dr.<sup>o</sup> Carlos Martins</li> </ul>
De que forma a vossa empresa contribui para a preservação dos recursos que utilizam? Que medidas de redução/reutilização/reciclagem/recuperação estão a ser utilizadas relativamente ao uso de águas, energia e resíduos?			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Quinta do Lago</li> </ul>
Qual a vossa política relativamente aos fornecedores que utilizam? Privilegiam o abastecimento a fornecedores de produtos locais de forma a apoiar a comunidade local? Em percentagem?	<b>ODS nº2-</b> Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional e garantir a agricultura sustentável	O turismo pode garantir a agricultura sustentável promovendo a produção e o fornecimento de produtos locais aos estabelecimentos hoteleiros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Quinta do Lago</li> </ul>
Sugerem aos vossos clientes a compra de produtos/serviços locais?	<b>ODS nº2-</b> Erradicar a fome, alcançar a segurança alimentar e nutricional e garantir a agricultura sustentável	O turismo pode garantir a agricultura sustentável promovendo a produção e o fornecimento de produtos locais aos estabelecimentos hoteleiros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Quinta do Lago</li> </ul>
Têm alguma política de responsabilidade social local? Exp: apoiam algum projeto local?	<b>ODS nº17-</b> Parcerias para atingir os objetivos de desenvolvimento sustentável.	Dado a sua natureza intersectorial, o turismo tem a capacidade de criar e fortalecer parcerias público-privadas, assim como envolver vários <i>stakeholders</i> , com o intuito de alcançar os ODS e outros objetivos comuns.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hotel Quinta do Lago</li> </ul>