



FACULDADE • DE • CIÊNCIAS UNIVERSIDADE • DE • LISBOA

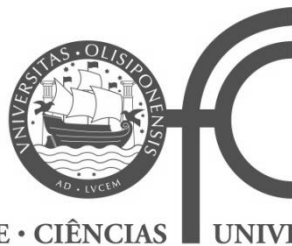
Indicadores de Sustentabilidade Aplicados ao contexto do desenvolvimento turístico português

Diogo Campos de Carvalho Stilwell

Mestrado em Ecologia e Gestão Ambiental

2011

Departamento de Biologia Animal
Faculdade de Ciência da Universidade de Lisboa



FACULDADE · DE · CIÊNCIAS UNIVERSIDADE · DE · LISBOA

Indicadores de Sustentabilidade Aplicados ao contexto do desenvolvimento turístico português

Diogo Campos de Carvalho Stilwell

Mestrado em Ecologia e Gestão Ambiental

Orientação de:

Prof. Doutor António Domingos Abreu

Prof. Doutor José Guerreiro

2011

Departamento de Biologia Animal
Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa

AGRADECIMENTOS

Gostava de agradecer a tudo o que está debaixo do sol, directa ou indirectamente, tudo foi importante para aquilo que sou hoje.

Em especial:

Aos pais e irmãos, por me lembrarem que o mais importante não é ganhar, mas sim ter ambição de ganhar.

Ao Prof. António Abreu, pelas ideias, propostas, apoio e acima de tudo pelos incentivos nas alturas em que tudo me parecia um trabalho hercúleo.

Ao Prof. José Guerreiro pelas sugestões finais cheias de *know-how*.

Ao Dr. Heimer por me lembrar de estar sempre atento ao que me rodeia.

Ao Mestre Frederico pela companhia e boa-disposição ao longo dos últimos anos.

À Coca-Cola, for the sweetest elixir known to mankind.

RESUMO

O Turismo foi considerado, durante muito tempo, uma actividade não poluente, então designada por “indústria sem chaminés”. No entanto, os avanços tecnológicos possibilitando viagens mais frequentes e o crescimento do sector trouxeram impactos significativos, quer sociais, ambientais ou económicos. A sustentabilidade é, por isso um elemento central na discussão sobre o turismo actual e futuro e, mais que um conceito abstracto, precisa ser mensurável.

Considerando que turismo verdadeiramente sustentável é um objectivo utópico num futuro previsível, uma intervenção mais objectiva deverá considerar a monitorização de melhorias de performance do turismo e respectivas tendências, através de indicadores de sustentabilidade.

Os indicadores devem considerar-se numa lógica que lhes confira um papel relevante enquanto instrumentos. A sua insuficiência, enquanto representantes de modelos incertos e imperfeitos no retratar a realidade e a necessidade da tomada de um compromisso entre vários factores como a relevância ou a validade científica não impede que, com eles, se possam construir robustas ferramentas de promoção da sustentabilidade.

No contexto da actual crise, o sector turístico português tem vindo a merecer uma crescente importância para o desenvolvimento da economia. Neste sentido e para uma correcta evolução no sentido da sustentabilidade é fundamental juntar às estratégias e planeamentos, instrumentos de monitorização e avaliação do progresso no sentido do cumprimento dos objectivos propostos.

Nesta dissertação, justifica-se a importância de um sistema de indicadores de avaliação para o turismo português e propõe-se o GIST (Grupo de Indicadores de Sustentabilidade Turística) que pretende avaliar o estado do turismo português em torno dos três pilares da sustentabilidade e das linhas de desenvolvimento estratégico delineadas pelo PENT (Plano Estratégico Nacional para o Turismo), através de 6 subtemas: Qualificação; Diversificação; Relevância económica; Sazonalidade; Ambiente e; Impacto na comunidade.

Palavras-chave: Turismo; Sustentabilidade; Indicadores; PENT; Desenvolvimento Sustentável

ABSTRACT

Tourism was considered for a long time, a non-polluting industry, it was even called “the industry without chimneys”. However, as the world’s population increased and technological developments allowed for more frequent travel, tourism grew and began to generate significant impacts, whether social, environmental or economic. Sustainability is therefore a key factor in current and future tourism development and rather than an abstract concept, it must be measurable.

Considering that tourism is a truly sustainable unrealistic objective for the foreseeable future, a more realistic target is monitoring the performance of tourism and its trends through sustainability indicators.

Being difficult to define the concept of indicator, they assume a priority role as instruments. Although they are uncertain and imperfect models of the reality and that they are made of compromises between various factors such as relevance or scientific validity, they are still robust tools that promote sustainability.

Due to the current crisis, the Portuguese tourism sector is having an increasing importance for economic development. However for proper development towards sustainability you need not only strategies and planning instruments but more importantly instruments for monitoring and evaluate progress towards the meeting of the objectives.

In this dissertation, it is explained the importance of a system of indicators of sustainable tourism adapted to the Portuguese reality. It is also proposed the GIST (Group of Tourism Sustainability Indicators) that aims to assess the state of the Portuguese touristic sector. This group is divided in six sub-themes: Qualification, Diversification, Economic Relevance, Seasonality, Environment and Impact in the Community. These sub-themes were based on the three pillars of sustainability (social, environmental and economic) and the strategic lines for development outlined by the PENT.

Keywords: Tourism; Sustainability; Indicators; PENT; Sustainable Development

ÍNDICE

- <i>Introdução</i>	<i>pág. 6</i>
- <i>Turismo, a Industria sem Chaminés</i>	<i>pág.6</i>
- <i>O conceito de sustentabilidade turística</i>	<i>pág. 8</i>
- <i>Portugal, Turismo e o PENT</i>	<i>pág. 10</i>
- <i>Indicadores de sustentabilidade</i>	<i>pág. 11</i>
- <i>Research Question</i>	<i>pág 12</i>
- <i>A necessidade de um grupo de indicadores de sustentabilidade turística para Portugal</i>	<i>pág. 12</i>
- <i>Metodologia</i>	<i>pág 16</i>
- <i>GIST (Grupo de Indicadores para a Sustentabilidade Turística Portuguesa):</i>	<i>pág. 18</i>
- <i>Qualificação</i>	<i>pág. 19</i>
- <i>Diversificação</i>	<i>pág. 25</i>
- <i>Relevância Económica</i>	<i>pág. 36</i>
- <i>Sazonalidade</i>	<i>pág. 42</i>
- <i>Ambiente</i>	<i>pág. 47</i>
- <i>Impacto na Comunidade</i>	<i>pág. 54</i>
- <i>Conclusões</i>	<i>pág. 58</i>
- <i>Referências Bibliográficas</i>	<i>pág. 60</i>
- <i>Anexos</i>	<i>pág. 66</i>

LISTAGEM DAS ILUSTRAÇÕES

- Gráfico 1-** Número de Empreendimentos com “Chave Verde” por região
- Gráfico 2-** Total Nacional de Empreendimentos com “Chave Verde”
- Gráfico 3-** Número de Praias com Bandeira Azul por Região
- Gráfico 4-** Total Nacional de Praias com Bandeira Azul
- Gráfico 5-** Total Nacional de Escolas de Hotelaria e Turismo
- Gráfico 6-** Número de Alunos nas Escolas de Turismo Nacionais
- Gráfico 7-** Quota de dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, Motéis, Estalagens e Pensões, por países de residência (Milhares)
- Gráfico 8-** Quota de Receitas Turísticas por Países de Residência
- Gráfico 9-** Receitas por Dormida por país de residência (€/Dormida)
- Gráfico 10-** Número de Ligações Aéreas ao Aeroporto de Lisboa
- Gráfico 11-** Capacidade de alojamento por NUTSII (N^ocamas)
- Gráfico 12,13,14,15,16,17,18 –** Total de Camas por tipo de alojamento por NUTS II. (Hotéis de 5,4,3 e 2/1 estrelas; Pousadas; Outros: Hoteis-apartamento, Motéis, Estalagens, Pensões, Apartamentos Turísticos)
- Gráfico 19-** Share das Receitas Turísticas e consumo interior no PIB Português (%)
- Gráfico 20-** Variação do Consumo Turístico no PIB (%) e Crescimento Relativo do PIB
- Gráfico 21-** Taxas de Ocupação-Quarto nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por NUTS II (%)
- Gráfico 22 -** Revenue per Room (Rev-Par) nos estabelecimentos hoteleiros, por NUTS II (euros)
- Gráfico 23-** Share das Receitas Turísticas Internacionais por Região Mundial (%)
- Gráfico 24-** Share das Receitas Turísticas Internacionais por Região da Europa (%)
- Gráfico 25-** Share de Portugal nas Receitas Turísticas Internacionais (%)
- Gráfico 26,27,28-** Evolução mensal do Desemprego na Hotelaria, restauração e similares, registado por região em 2008, 2009 e 2010 respectivamente (situação ao fim do mês)
- Gráfico 29-** Evolução mensal da Taxa de crescimento do Desemprego na hotelaria, restauração e similares
- Gráfico 30-** Taxa de Sazonalidade por região NUTSII (%)
- Gráfico 31-** Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por mês (%)
- Gráfico 32-** Resultados de Inquéritos ao Impacte Ambiental e Responsabilidade Social as unidades Hoteleiras
- Gráfico 33-** Taxas de crescimento do consumo total de energia (relevante para as emissões) em Portugal
- Gráfico 34-** Taxas de crescimento do Potencial para Efeito de Estufa em Portugal
- Gráfico 35-** Empregabilidade no Sector do Turismo em relação ao Total da Economia (%)
- Gráfico 36-** Taxa de crescimento de emprego no Turismo e na Economia (%)
- Gráfico 37-** Intensidade Turística por Região (NUTS II)

Tabela 1- Rotas Prioritárias segundo o PENT e a sua existência no ano respectivo

Tabela 2- Número de voos para Barcelona tendo como origem as cidades prioritárias do PENT

Tabela 3- Empresas turísticas em Portugal com certificação EMAS e a data da renovação

Introdução

TURISMO, A INDÚSTRIA SEM CHAMINÉS

Por ser uma peça fundamental no progresso sócio-económico (UNWTO, 2008, 2009, 2010) actualmente não existe praticamente nenhum lugar da nossa geografia onde não se observe a influência do fenómeno do turismo em maior ou menor intensidade (Beni, 1997). De acordo com o *Stockolm International Peace Research Institute Yearbook*, em termos económicos, a actividade só perde para o comércio de armas e provavelmente equipara-se ao tráfico internacional de drogas e seres humanos (apud Cordeiro; Saarinen, 2006).

Apesar da inexistência de uma definição oficial, é consensual a proposta pela Organização Mundial do Turismo:

“Turismo consiste nas actividades que as pessoas realizam durante as suas viagens e permanência em locais distintos dos habituais, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros.” -UNWTO, 1991

O termo “locais distintos dos habituais” pretende excluir viagens dentro da área habitual de residência, percursos entre casa e trabalho ou qualquer outro tipo de deslocações rotineiras (Goeldner & Ritchie, 2009). Portanto, turismo inclui uma viagem, apesar de nem todas as viagens serem turismo.

No século XX, a globalização, o movimento das populações e os avanços no transporte e na tecnologia da comunicação ajudaram a tornar o turismo numa das maiores indústrias à escala global (Choi & Sirakaya, 2006). As exportações turísticas representam 30% do total serviços comerciais e 6% da globalidade de exportações mundiais, nesta categoria, o turismo aparece na quarta posição antecedido apenas por combustíveis, químicos e produtos automóveis (UNWTO, 2011).

Para muitos países em desenvolvimento o turismo representa um dos principais sectores da economia, criando emprego e fontes de rendimento (UNWTO, 2010). Não é portanto surpresa que nos últimos anos muitos governos se tenham focado nas vantagens de um mercado com taxas de crescimento elevadas e oportunidades para a criação de benefícios sociais e económicos (Jenkins, 2006).

Como muitos outros sectores, a indústria turística foi muito afectada pela recessão de 2009, a mais profunda desde a grande depressão (IMF, 2009; WTTC, 2009).

O PIB mundial decresceu 2,1% tendo sido os países desenvolvidos os que mais sofreram (IMF, 2009). Dentro do sector do Turismo, muitos investimentos foram adiados ou cancelados, mesmo em destinos turísticos anteriormente dinâmicos e em expansão (WTTC, 2009).

Investigação feita pelo *World Travel & Tourism Council* demonstra uma recuperação do sector. Com a contribuição do Turismo para o PIB mundial a aumentar 3,3% em 2010. É esperado que este crescimento aumente para 4,5% durante 2011, criando 3 milhões de novos empregos perfazendo um total de 258 milhões (*WTTC, 2011*).

As previsões para 2020 apontam para um crescimento de 4,4% por ano confirmando o aumento em importância de um sector económico de grande prioridade e empregabilidade (*WTTC, 2009*).

O Turismo foi considerado, durante muito tempo, uma actividade económica limpa e não poluente, a então designada “indústria sem chaminés” (*Viegas, 2008*), no entanto à medida que a população mundial aumentou e a evolução tecnológica possibilitou viagens mais frequentes, o turismo começou a provocar significativos impactos sociais, ambientais, culturais e económicos (*Choi & Sirakaya, 2006; Communities, 2006; C. Cooper, 2008; Hardy & Beeton, 2011; Saarinen, 2006; Viegas, 2008*).

O crescimento não planeado do turismo danificou os ambientes naturais e socioculturais de muitos destinos turísticos, reduzindo a sua popularidade aos olhos do turista (*Farsari & Prastacos, 2001; Rebollo & Baidal, 2003; WWF-UK, 2002*).

A indústria do turismo tem a particularidade de ter como produto básico a “atractividade turística”, esse produto deve ser integrado por um conjunto de elementos nos quais a percepção da natureza, a variedade de ambientes e paisagens e a biodiversidade desempenham um papel essencial. Por este motivo, turismo e ambiente não devem ser elementos antagónicos (*APA, 2007*).

Os destinos turísticos, principalmente os maduros, estão actualmente muito necessitados de uma mudança de rumo no sentido da sustentabilidade (*Rebollo, 2004*), não só porque a sua estrutura socioeconómica está muito dependente do turismo (*UNWTO, 2011*) mas também porque uma grande intensidade turística leva a processos de deterioração ambiental que podem atingir proporções inconcebíveis para uma sociedade onde a qualidade de vida tem uma importância crescente.

Nos últimos anos, começaram a aparecer novas vias de desenvolvimento do turismo. Os novos turistas procuram tanto quanto possível espaços intactos em termos ambientais e com uma maior integração das características sociais e culturais locais. Adicionalmente, tem-se vindo a acentuar o enfoque na experiência e diversidade e na importância do *value for money* (*PENT 2.0, 2011*). Por seu lado, os espaços receptores procuram vias alternativas de desenvolvimento que permitam reduzir os efeitos negativos do turismo sobre o meio, que integrem de uma forma harmoniosa as necessidades dos turistas e da população local (*SIET-MAC, 2005*).

Por ser uma indústria tão dependente de variáveis externas, como o ambiente, a cultura, a comunidade e o território, muitos destinos turísticos são influenciados pelo turismo em si, por vezes até um ponto em que o local turístico específico deixa de ser atractivo para os turistas. Este fenómeno é conhecido como a sequência de Butler (*Weaver & Lawton apud European Communities, 2006*).

Portanto a actividade turística, como actividade interdependente de numerosos sectores da economia, tem como única opção a sustentabilidade (*European Communities, 2006; Hall, 2008; T. Ko, 2005; Rebollo, 2004; SIET-MAC, 2005*).

O CONCEITO DE SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA

Segundo Antunes (2004) “ a humanidade necessita intervir na natureza e por mais ambientalista que uma pessoa seja, ela não poderá viver sem consumir recursos ambientais. O homem está condenado a viver dos recursos naturais, ou sucumbir sem a utilização deles”

A noção de turismo sustentável é uma sequela do conceito de Desenvolvimento Sustentável introduzido pelo Relatório Brundtland em 1987 (*Hardy & Beeton, 2011; Saarinen, 2006*). Assim, o entendimento do que vem a ser turismo sustentável passa necessariamente pelo entendimento do que é o desenvolvimento sustentável.

O conceito foi descrito pela primeira vez num relatório publicado pela *Comission on Environment and Development* chefiada pela então primeira-ministra da Noruega, a Sr.^a Gro Harlem Brundtland. Segundo esse documento desenvolvimento sustentável é:

“ O desenvolvimento que procura satisfazer as necessidades da geração actual, sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, significa possibilitar que as pessoas, agora e no futuro, atinjam um nível satisfatório de desenvolvimento social e económico e de realização humana e cultural, fazendo, ao mesmo tempo , um uso razoável dos recursos da terra e preservando as espécies e os habitats naturais”
– Relatório Brundtland (UN, 1987)

Com as dimensões económica, social e ambiental como base, esta definição foi sujeita a um grande número de interpretações desde a sua criação. Porque a comissão não mencionou o conceito de turismo sustentável no seu relatório, o resultado foi uma enorme variedade de usos deste conceito no contexto do turismo (*Butler, 2007; J. Ko, 2001; T. Ko, 2005*). Uma ideologia, um slogan político, um conceito, uma filosofia ou até mesmo um produto.

Por mais tentador que possa parecer e ainda que as estatísticas dêem a entender o contrário, crescer indefinidamente não é possível. Destinos turísticos devem ser vistos e tratados como finitos e como fontes não renováveis (*Butler apus Cordeiro, 2008*). É de todas as formas vantajoso um crescimento controlado, com uma gestão equilibrada da base de recursos que constitui o grupo de atractivos para os turistas, mesmo que isso implique rendimentos inferiores eles serão certamente sustentáveis.

Num contexto mais alargado a sustentabilidade turística pode ser usada para a defesa de diferentes pontos de vista. Pelos comerciantes locais para sustentar os rendimentos do turismo, pelas diferentes classes sociais para preservarem as características das suas férias ou pelas comunidades como forma de excluir não locais (*Mowforth & Munt, 2003*).

Conceptualmente, turismo sustentável pode então ser definido como:

Turismo que se desenvolve (ambiental e comunitária) de tal forma e a uma tal escala que garante a sua viabilidade por um período indefinido de tempo sem degradar ou alterar o ambiente (humano ou físico) em que existe e sem pôr em causa o desenvolvimento e bem-estar de outras actividades e processos (*Butler, 2007*).

Para Swarbrooke (*apud Cordeiro, 2008*) trata-se de um tipo de turismo economicamente viável, mas que não destrói os recursos dos quais a actividade no futuro dependerá, principalmente o ambiente físico e o tecido social da comunidade local. Johnson (*apud European Communities, 2006*) ao invés de apresentar uma definição, destacou um conjunto de directrizes aos quais turismo sustentável deve atender. Sendo que as três dimensões da sustentabilidade estão representadas. O Acordo de Mohonk (2000) coloca como critérios para um turismo sustentável, a minimização dos impactos ecológicos e socioculturais incluindo a promoção de benefícios económicos para as comunidades locais e países anfitriões.

Assim como nas discussões sobre o conceito de desenvolvimento sustentável, e mesmo que seja notório a falta de consenso na definição de “turismo sustentável”, há um entendimento global sobre o sentido das mudanças que terão de ser levadas a cabo (*European Communities, 2006*).

Felizmente, assistiu-se nos últimos anos a uma crescente consciencialização por parte de muitos governos nacionais e autoridades locais para questões de sustentabilidade (*DCMS, n d; España, 2007; MEI, 2007; Ministry of Tourism, 2007; Notarstefano, 2008; SIET-MAC, 2005*), no entanto a mera aceitação do conceito de desenvolvimento sustentável não significa que o mesmo esteja a ser transposto e implementado na prática (*Moniz apud Cordeiro, 2008*).

O objectivo chave do turismo sustentável não deve consistir apenas na criação de novos destinos turísticos considerados sustentáveis. É imperativo confrontar e propor soluções para os problemas das áreas turísticas já existentes (*Butler, 1998*). A dificuldade está em tornar destinos de turismo de massa mais equilibrados ao invés de introduzir novas formas de turismo em pequena escala (*Butler, 2007*).

As definições citadas concordam na generalidade com dois pressupostos. A preocupação com as dimensões económica, social e ambiental e a garantia da preservação da qualidade de vida das gerações futuras. No entanto devido à ambiguidade existente, quase todas as formas de turismo podem ser classificadas como sustentáveis e dependente dessa problemática está a questão de como pode (e deve) ser avaliada e monitorizada a sustentabilidade de um destino (*Butler, 2007*).

Portanto, o termo turismo sustentável não é uma tipologia de turismo (como o turismo rural ou ecoturismo) mas sim uma forma diferente de promover turismo (*Cordeiro, 2008*).

A expressão “turismo sustentável” deve ser utilizada para se referir a um estado de turismo, e não a um tipo de turismo.

PORTUGAL, TURISMO E O PENT

Segundo Beni (1997) o sector turístico será sempre uma prioridade nacional, devido à capacidade que tem, ou venha a ter, de contribuir para se atingirem os objectivos e metas do desenvolvimento nacional. Face aos seus importantes impactos económicos, sociais, ambientais, políticos e culturais, o turismo, organizado e planeado, é um importante instrumento de aceleração ou complementação do desenvolvimento de um país. Portugal é prova disso. À excepção do governo de Salazar (1932-1968), o turismo de Portugal tem sido considerado como uma actividade de grande importância para o país (Cordeiro, 2008).

Um pouco por todo o Mundo, foram criados diferentes planos nacionais focados no turismo (Australian Government, 2009; CHL, 2002; Ministry of Tourism of Turkey, 2007). Os objectivos das diferentes estratégias variam muito entre si, pois estão dependentes de vários factores interligados com a economia, contexto social, nível de desenvolvimento, mercado de recursos humanos e condições climáticas. Se a estratégia do Brasil é muito focada na integração social e na oferta de emprego numa tentativa de diminuição da pobreza e criminalidade (Ministry of Tourism, 2007), a Espanhola é focada no aumento do turismo interno e na manutenção do país como potência turística mundial (Ministerio de Industria, 2007).

Na última década, mais precisamente, a partir de 1997, os sucessivos governos definiram várias “estratégias” para o turismo em Portugal. Desde o PAIET (*Plano de Acções de Intervenção Estruturante do Turismo*), aprovado em 1997, mas nunca executado, até ao PENT (*Plano Estratégico nacional do Turismo*) de 2007. Estes programas definiram 24 objectivos para o turismo (Cunha, 2009).

O PNDES (*Plano Nacional de Desenvolvimento Económico e Social*) identifica o cluster “Turismo/Lazer” como uma das mais importantes actividades do país. Não apenas pela existência de certas vantagens comparativas, mas também pelos seus efeitos multiplicadores e potenciadores de outras actividades conexas, com significativo impacto a nível local e regional (Cordeiro, 2008).

Actualmente o turismo é considerado um sector estratégico prioritário para Portugal, não só em virtude da sua capacidade para criar emprego e riqueza, mas porque tem vantagens competitivas claras como poucos outros países (MEI, 2007).

Existe intenção política através do PENT de tornar Portugal num dos destinos de maior crescimento da Europa, através do desenvolvimento baseado na qualificação e competitividade da oferta, transformando o sector num dos motores de crescimento da economia nacional.

Apesar do termo turismo sustentável não ser referido nenhuma vez no PENT, o simples facto de existir um planeamento focado nas próximas linhas de acção no sector já é de louvar. Como lembra Swarbrooke (*apud Cordeiro, 2008*) uma das características do turismo sustentável, em detrimento do turismo não sustentável, é que o primeiro tem como característica “planear antes de desenvolver”, enquanto o segundo “ se desenvolve sem planear”.

Como em grande parte dos países, também Portugal já reconheceu os benefícios do turismo na economia e na imagem internacional do país. É imprescindível que possua uma estratégia, marca ou posição de mercados bem definidos para que possa ganhar vantagem em relação á competição. E acima de tudo uma estratégia que promova o turismo sustentável.

INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE

“If we could first know where we are, and whither we are tending, we could better judge what to do, and how to do it...”

-Abraham Lincoln (1858)

Esta passagem de um discurso de Lincoln reflecte precisamente os principais objectivos de um indicador.

Considerando que turismo verdadeiramente sustentável é um objectivo utópico Ko (*T. Ko, 2005*) propõe que uma abordagem apropriada poderia ser a medição de melhorias na *performance* turística em termos de sustentabilidade.

O objectivo fundamental que suporta a monitorização da sustentabilidade é a melhoria da qualidade das decisões na sua gestão (*APA,2007*). Serve também como forma de divulgação de informação oportuna sobre as acções sustentáveis de determinado espaço geográfico (*Ferreira, 2008*). Segundo alguns autores a necessidade de monitorizar a eficiência e o impactos das políticas levadas a cabo terá uma tendência crescente com o passar dos anos (*Gallopín, 1996; Meadows, 1998*), o uso de indicadores permitirá colmatar esta necessidade.

Indicadores são reflexos da realidade baseados em modelos imperfeitos (*Meadows, 1998*), que vão facilitar a análise e a avaliação da informação recolhida (*Hanai, 2009*). Normalmente estes indicadores surgem a partir de valores (apenas medimos aquilo que valorizamos) e criam valores (valorizamos aquilo que medimos) (*Meadows, 1998*).

É ainda de salientar que um indicador ambiental torna-se um indicador de sustentabilidade (ou de insustentabilidade) com a adição da variável tempo, limite ou

meta a atingir. Com uma unidade temporal indicadores de sustentabilidade permitem a análise objectiva das condições actuais e situações desejáveis, devendo ser capazes de mostrar tendências ao longo do tempo, permitindo às partes interessadas reduzir a possibilidade de adoptarem inadvertidamente más decisões (*Organizacion Mundial do Turismo, 2005*).

Não existe, no entanto, um indicador perfeito, apenas o melhor indicador disponível. Consequentemente, só é possível a adopção de atitudes e o direccionamento de acções se existirem indicadores claros e apropriados, que possam efectivamente mostrar os caminhos e a evolução rumo ao desenvolvimento sustentável (*Hanai, 2009*). O próprio processo de desenvolvimento de indicadores de sustentabilidade deve contribuir para uma melhor compreensão do que é exactamente desenvolvimento sustentável (*Van-Bellen, 2005*).

A comunidade científica tem por hábito distinguir indicadores “objectivos” de indicadores “subjectivos”. Indicadores objectivos medem quantidade enquanto que os subjectivos concentram-se na qualidade. Meadows (*1998*) defende que todos os indicadores são de certa forma subjectivos. Pois a própria escolha desse indicador foi baseada num valor, ou seja, a escolha do que é importante é inerentemente subjectiva.

O conceito de indicador é de difícil definição, uma vez que representam modelos incertos e são incapazes de retratar a realidade na perfeição (*Gasparatos et al, 2008*). A sua selecção é sempre subjectiva e pode gerar equívocos. Podem ser interpretados de maneiras diferentes por mentes diferentes. Estas dificuldades não significam, no entanto, que não se deva utilizar indicadores. O mundo é complexo demais para lidarmos com toda a informação disponível. É no entanto essencial que se escolha um grupo de indicadores pequeno e ao mesmo tempo significativo o suficiente para se compreender (*Meadows, 1998*).

Research Question

A NECESSIDADE DE UM GRUPO DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA PARA PORTUGAL

Sabendo que o Turismo pode e deve ter indicadores que revelem a sustentabilidade, necessitará Portugal de um sistema de indicadores para a principal indústria do país? Quais serão os indicadores mais adequados a aplicar á realidade

portuguesa, de modo a que as dimensões ambiental, social e económica sejam igualmente avaliadas?

A diversidade de culturas, valores e tradições no mundo fornece muitas perspectivas diferentes, cada qual válida no seu próprio contexto particular. Pode ser inadequado o uso de indicadores internacionais para o julgamento de valores no desenvolvimento local. Por esta razão, o conceito de indicadores internacionais de desempenho para o desenvolvimento sustentável é politicamente inaceitável (*Dahl, 1997*).

De acordo com *Valentin & Spangenberg (2000)*, cada comunidade é individual e deve desenvolver o seu conjunto individual de indicadores a nível local, o que representa uma oportunidade de aumentar a visibilidade desta individualidade na selecção de indicadores, e assim, torná-los parte da identidade local.

A literatura que aborda indicadores relacionados com turismo é escassa, o que é compreensível, dada a extensão da problemática do desenvolvimento sustentável no turismo (*Isabel & Correia, 2005*).

A Estratégia Nacional do Desenvolvimento Sustentável (ENDS) (*Mota, 2005*) e o Sistema de Indicadores de Desenvolvimento Sustentável (SIDS) (*APA, 2007*) são dois documentos de referência em Portugal. O primeiro documento aborda os instrumentos sectoriais disponíveis e propõe um conjunto de indicadores (ambientais, económicos, sociais e institucionais). São ainda colocadas metas para 2015, como por exemplo a redução do défice ecológico em 10%. O SIDS é constituído por um grupo de indicadores, as fontes de informação utilizadas e a metodologia aplicada, demonstrando ainda a situação do País até à data da edição.

Actualmente, é no PENT que se encontram todas as linhas de planeamento para o sector turístico.

No entanto a falta de uma avaliação ou monitorização, quais os números atingidos, qual o sentido de evolução verificado ou a inexistência de comparações entre os panoramas nacional e internacional são alguns exemplos das críticas feitas em relação à estratégia nacional para o turismo, à data da sua aprovação.

A necessidade de informação estatística obtida através de programas de monitorização independentes assim como uma comparação entre várias realidades mundiais são pontos fulcrais quando a sustentabilidade é a base de todo um planeamento estratégico, pois não só vão permitir corrigir as metas previstas e os objectivos traçados como tornam possível aprender com os erros de outros.

Por outro lado, uma metodologia *bottom-up* constituída por uma participação activa das diferentes partes interessadas, públicas e privadas, considerada por muitos

como essencial num planeamento turístico moderno não é observada neste documento.

Apesar do Ministério da Economia e da Inovação através da Lei de Bases para o Turismo (*Decreto-lei nº 191/2009*) afirmar que um dos princípios gerais para um desenvolvimento turístico sustentável ser o de assegurar uma participação dos interessados na definição das políticas públicas, é considerado que existe uma escassez de participação. A proximidade das entidades regionais do turismo com as diferentes realidades locais, oferece um *know-how* no que toca ao potencial, diversidade e especificidade dos destinos turísticos em causa. A estas entidades podem ser acrescentadas as universidades, empresas, associações e centros de investigação ligados aos subsectores do turismo. A sua consulta teria certamente dado um *feedback* importante durante a elaboração do PENT.

Como já foi mencionado a utilização de um conjunto de indicadores estruturado, abrangente e neutro que tem por base os princípios da sustentabilidade é uma metodologia que quando aplicada correctamente resulta em contrapartidas importantes, que vão desde a avaliação do cumprimento dos objectivos do Plano Nacional até à análise de futuras tendências de mercado.

Fazem parte da constituição do PENT e da sua revisão (PENT2.0) uma série de indicadores que procuram avançar para lá da retórica e mostrar a evolução de alguns parâmetros (*ver Anexo I*). Praticamente todos os indicadores são simples, ou seja, são formados por uma correspondência óbvia entre o indicador e a sua métrica.

O PENT 2.0 (2011) considera como principais indicadores: i) o número de hóspedes e; ii) o número de dormidas por tipo de mercado, nacional ou estrangeiro. Um indicador referente aos proveitos totais por região é também assumido como de grande importância. Portanto os três indicadores considerados mais importantes neste plano nacional são indicadores que se inserem dentro da dimensão económica do turismo.

A caracterização dos turistas europeus por idade, a contribuição para o emprego e uma avaliação de Lisboa (sob a forma de inquérito) por parte dos turistas estrangeiros são os únicos indicadores capazes de oferecer alguma informação sobre a vertente social.

Por outro lado, mesmo considerando que indirectamente alguns indicadores possam ser relevantes para uma avaliação da dimensão ambiental, tanto através da pressão imposta aos destinos turísticos (evolução das dormidas por região) como através dos impactos ambientais causados (evolução do tráfego aéreo), nenhum deles pode ser considerado um indicador ambiental directo.

Verifica-se que praticamente todos os indicadores fornecidos no plano estratégico e posterior revisão são indicadores de *estado*. Eles reflectem a qualidade do turismo num determinado intervalo de espaço/tempo. O que é sugestivo de uma análise muito linear, feita em torno de uma relação entre receita e despesa.

O PENT deseja que o sector do turismo seja um dos motores de crescimento da economia nacional e ainda do desenvolvimento social e ambiental (MEI, 2007). Esse desenvolvimento deve ser feito com base na qualificação e competitividade da oferta, na excelência ambiental, na formação de recursos e na modernização empresarial.

Os objectivos passam não só pela já referida contribuição para a economia mas também num desenvolvimento sustentado das regiões e uma redução da sazonalidade. Para esse fim foram criadas 11 linhas de desenvolvimento estratégico (*ver Anexo II*) Com a sua implementação também deveria ter sido criada uma política de constante actualização (que é essencial num instrumento direccionado para a sustentabilidade) que passaria pelo recentrar dos objectivos através de sistemas de indicadores, pois só com um conjunto de avaliações de rotina será possível determinar tendências.

A revisão do PENT, estava numa posição privilegiada para a apresentação da evolução verificada em cada uma das linhas de desenvolvimento. No entanto, mais uma vez, apenas indicadores relacionados com a dimensão económica foram documentados onde a rentabilidade turística, a dependência para com os mercados emissores e o tráfego aéreo são as componentes principais (PENT2.0, 2011).

Tanto a dimensão social como a ambiental são colocadas em segundo plano quando em contraste com os impactos e benefícios económicos. O que para uma estratégia que alega a sustentabilidade como a base do desenvolvimento, é claramente um erro.

Por ser uma proposta sem o detalhe suficiente para fazer um diagnostico da situação actual, acaba também por ser incapaz de perspectivar anos vindouros.

As lacunas acima apresentadas revelam a importância da criação de um grupo de indicadores a adoptar numa avaliação da sustentabilidade turística de Portugal. Um grupo onde os 3 pilares da sustentabilidade são avaliados assim como a evolução feita em direcção ao cumprimento dos objectivos propostos no PENT.

Metodologia

GIST (GRUPO DE INDICADORES PARA A SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA PORTUGUESA)

Para a criação do Grupo de Indicadores para a Sustentabilidade Turística Portuguesa (*GIST*) foram tomados alguns passos considerados essenciais:

-Foi feita uma análise de diferentes sistemas nacionais e internacionais de gestão turística e planeamento estratégico. Foram considerados diferentes sistemas de indicadores e directrizes criadas por organizações não-governamentais a nível nacional e internacional (como por exemplo o sistema nacional de indicadores para o Reino Unido, o sistema de indicadores para a Macaronésia, o grupo de indicadores da Eurostat, os *core indicators* da OMT, entre outros). Estas iniciativas de indicadores de desenvolvimento sustentável foram analisadas designadamente em relação: ao n.º de indicadores; dimensões de desenvolvimento sustentável consideradas (ambiental, social, económica e institucional); forma de divulgação; metodologia e; tipo de modelo conceptual.

- Recolheu-se informação de forma a fazer um diagnóstico actual da evolução do Turismo Português. Estes dados foram obtidos através do contacto com várias instituições públicas e privadas, publicações, relatórios de diversas organizações nacionais e recolhas estatísticas de organismos internacionais.

-Posteriormente foram seleccionados os indicadores mais relevantes de uma lista de mais de 100 indicadores. De seguida foi feita uma triagem para 38 indicadores de diversos países e organizações multinacionais. Para esta selecção foram escolhidos os indicadores com mais representatividade de entre todos os sistemas analisados.

-O *GIST* é então constituído por um grupo de 16 indicadores com grande representatividade noutros trabalhos do género. O conjunto de indicadores engloba as três dimensões da sustentabilidade. Segundo os critérios de Meadows (1998) a última selecção foi feita com base na relevância para os problemas do turismo português, a disponibilidade de informação, a validade científica e na facilidade de compreensão.

À semelhança do *SIDS*, o *GIST* é um instrumento para avaliar e relatar a evolução dos níveis de sustentabilidade turística do país. Visa contribuir para a melhoria da gestão do desempenho turístico e tornar mais eficientes os processos de sistematização e troca de informação sobre o ambiente, sociedade, economia e o turismo.

Pretende-se ainda que o GIST apoie a monitorização das principais estratégias turísticas, contribuindo para avaliar o cumprimento de objectivos e metas de políticas, planos e programas. A transmissão de informação técnica de forma sintética e atractiva (preservando o significado original dos dados), vai constituir um instrumento de apoio à decisão no sector turístico.

Os 6 subtemas são de especial importância para o desenvolvimento de uma estratégia turística sustentável, particularmente em Portugal: Qualificação; Diversificação; Relevância Económica; Sazonalidade; Ambiente e; Impacto na Comunidade. Esta diferenciação foi criada a partir dos objectivos, linhas de desenvolvimento estratégico e programas de implementação incluídos no plano nacional (MEI, 2007; PENT2.0, 2011).

Para cada indicador, quando possível, foram reunidos os dados mais recentes disponíveis. Tentou-se fazer a recolha dos últimos 5 anos (pelo menos) de forma a ser possível fazer-se uma interpretação das principais tendências e da evolução ocorrida.

Optou-se também por discutir os resultados de cada indicador individualmente ao invés de uma compilação no final. Este método não só torna mais fácil e clara a apresentação dos dados como toda a discussão dos resultados estará mais contextualizada.

Foi usado um esquema tricolor para a classificação dos indicadores individuais:



- Quando se verificou uma melhoria clara. A evolução dos dados está a ser no sentido de uma maior sustentabilidade.



- Quando os dados são inconclusivos. A evolução não foi clara em nenhum sentido (negativo ou positivo) ou ainda não existem dados suficientes para uma conclusão segura.



- Quando se verificou uma deterioração dos dados que o indicador analisou. A evolução foi negativa e existe uma tendência para um afastamento da sustentabilidade.

De notar que este esquema de cores é usado apenas como forma de compreensão imediata e a sua classificação é baseada nos dados apresentados. Este

sistema de indicadores foi baseado no esquema utilizado no documento “*Sustainability indicators in your pocket 2009*” (DEFRA, 2009).

GIST

Apresenta-se aqui o conjunto de indicadores seleccionados e a avaliação tricolor atribuída a cada um deles. De seguida cada avaliação será justificada individualmente.

Qualificação	Chave Verde	
	Bandeira Azul	
	Escolas do Turismo	
Diversificação	Dependência de Mercados Emissores	
	Acessibilidades Aéreas	
	Diversidade no Alojamento	
Relevância Económica	Turismo na Economia	
	Taxas de Ocupação e Rev-Par	
	Shares no Panorama Internacional	
Sazonalidade	Sazonalidade no Desemprego	
	Taxa de Sazonalidade	
Ambiente	Boas Práticas na Hotelaria	
	Energia e Efeito de Estufa	
	ISO E EMAS	
Impacto na comunidade	Empregabilidade no Turismo	
	Intensidade Turística	

CHAVE VERDE



A “Chave Verde” faz parte do programa da FEE (*Foundation of Environmental Education*) e é uma eco-certificação para questões ambientais e de sustentabilidade. Tem como objectivo de fundo o aumento da percepção dos gestores, staff e clientes de empreendimentos turísticos para o seu potencial impacto no ambiente.

Este programa nasceu na Dinamarca em 1994, é hoje implementado em 17 países, e reconhece os esforços efectuados no sentido de uma orientação sustentada do Turismo (ABAE, 2011).

Com a Chave Verde pretende-se atingir 4 objectivos que passam pela educação ambiental das pessoas envolvidas, redução dos impactos das infra-estruturas no ambiente e uma gestão económica equilibrada. Naturalmente serve também como estratégia de marketing na promoção da certificação e das instalações galardoadas (ICS *The Green Key*, 2010). O processo de implementação começa com uma candidatura do empreendimento em causa seguido por um encaminhamento constituído por processos de avaliação documental e presencial, de notar ainda que a atribuição do prémio é seguida de avaliações de acompanhamento de forma a garantir que os mesmos níveis de qualidade são mantidos.

Apesar de cada país desenvolver a sua regulamentação, esta é baseada nos critérios internacionais criados pela FEE (ICS *The Green Key*, 2010). Os critérios portugueses para hotéis e similares estão divididos em 11 áreas temáticas: Gestão ambiental; envolvimento dos colaboradores; informação aos clientes; água; higiene e limpezas; resíduos; energia; alimentação e bebidas; ambiente interior; ambiente exterior; actividades ao “ar livre” e; gestão de topo (ABAE, 2011).

Diogo Stilwell

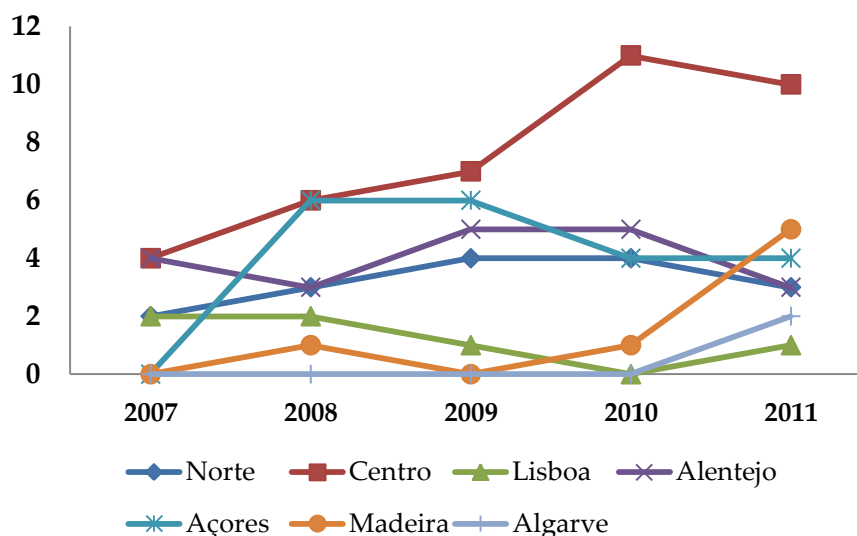


Gráfico 1: Número de Empreendimentos com "Chave Verde" por região

Fonte: ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa

Foi em 2007 que foram atribuídos os primeiros galardões a um total de 12 empreendimentos, neste primeiro ano as regiões do Algarve, Açores e Madeira não estavam representadas. A região Centro tem-se vindo a distinguir como a mais representada e curiosamente a entrada da região do Algarve apenas se verificou pela primeira vez no ano de 2011. O grande aumento de empreendimentos na Madeira também ajudou a que tenha sido batido o recorde em 2011.

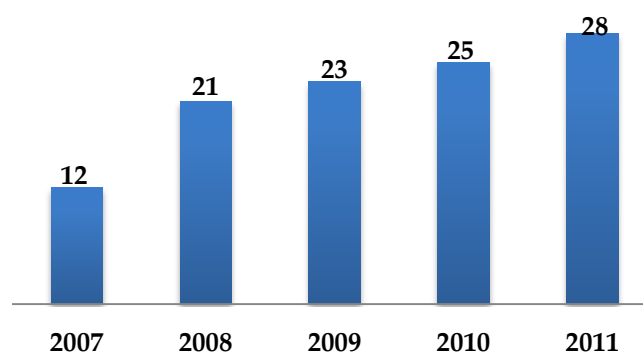


Gráfico 2: Total Nacional de Empreendimentos com "Chave Verde"

Fonte: ABAE- Associação Bandeira Azul da Europa

Com a globalização dos mercados e com o consequente aumento de competitividade, a apresentação de comprovativos que reconhecem o cumprimento de determinados critérios relacionados com práticas sustentáveis é cada vez mais um factor determinante na angariação de novos clientes daí se verificar um recente interesse neste galardão. Por este facto uma certificação como a Chave Verde não só traz benefícios económicos para o empreendimento, como é um símbolo de um esforço

feito no sentido da minimização dos impactos ambientais e sociais (neste último caso através de uma focalização na educação ambiental, factor que é exclusivo do Galardão “Chave Verde” (FEE, 2011a).

2

BANDEIRA AZUL



Iniciada à escala europeia em 1987 , esta certificação resulta da iniciativa da FEE e conta com o apoio da Comissão Europeia.

Devido ao elevado prestígio, este prémio internacional é uma garantia em como determinada praia ou marina oferece uma elevada qualidade da água, infra-estruturas, segurança e gestão (FEE, 2007, 2011b). No ano de 2011 foram hasteadas 3554 bandeiras azuis no mundo.

Passados 25 anos desde a sua criação, o programa bandeira azul conta agora com 271 bandeiras azuis em praias e 14 em marinas (*abae.pt*). Portugal é o 6º país do Mundo com mais bandeiras azuis, onde quase 50% das praias designadas possuem esta certificação. A praia de Mira é a única no mundo que vai hastear pela 25ª vez consecutiva a bandeira azul.

Vários estudos demonstram que o facto de uma praia ser certificada tem pouca influência na atracção de turistas (McKenna et al, 2011; Nelson & Botterill, 2002). No entanto, segundo estes autores está comprovada uma forte correlação entre os critérios necessários para uma Bandeira Azul e as questões consideradas mais importantes pelos utilizadores balneares. Apesar das distinções ambientais para praias serem alvo de cepticismo sobre o seu potencial para a atracção de turistas, a sua mais-valia como ferramenta de gestão sustentável é indubitável (Micallef & a Williams, 2004).

É portanto um indicador importante quando se pretende averiguar a sustentabilidade do sector turístico, pois as praias desempenham um papel importante para a indústria e ainda mais em Portugal que tem o produto “Sol e Mar” como fulcral para a estratégia nacional (MEI, 2007).

Diogo Stilwell

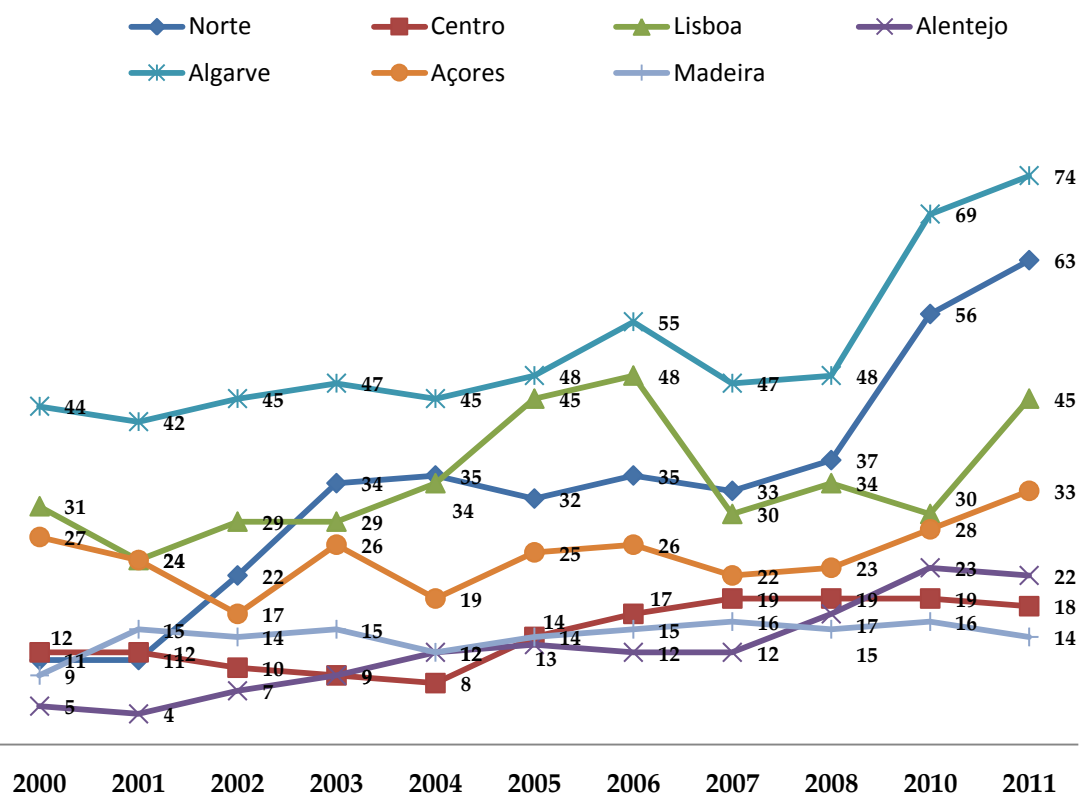


Gráfico 3: Número de Praias com Bandeira Azul por Região

Fonte: ABAE- Associação Bandeira Azul da Europa

As regiões do Centro, Alentejo e Madeira hastearam menos bandeiras azuis em 2011 comparativamente com 2010. No entanto quando comparado com o princípio do século todas as regiões viram um acréscimo do número de praias galardoadas.

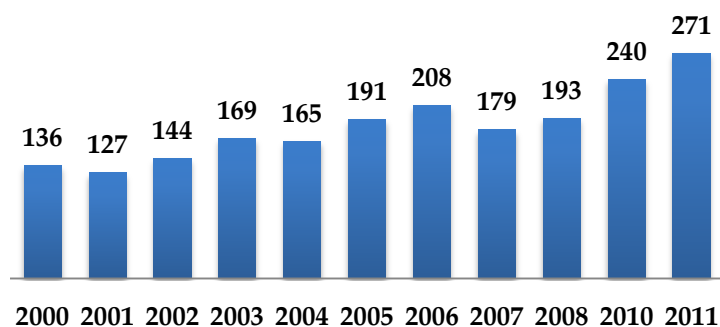


Gráfico 4: Total Nacional de Praias com Bandeira Azul

Fonte: ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa

Curiosamente, o ano de 2007 apelidado de o “melhor ano de sempre” pelo Turismo de Portugal foi o que teve o menor número de praias com bandeira azul nos últimos 6 anos. Este facto levanta a questão sobre a atractividade de galardões de boa qualidade ambiental face a turistas internacionais.

A qualidade das praias e a sua gestão desempenham um papel importante na percepção dos impactos do turismo no ambiente. Uma evolução positiva destes aspectos através de critérios de qualidade ambiental representa um indicador eficaz dos efeitos do turismo nas zonas costeiras.

Portugal tem aumentado o número de praias ao longo dos anos, no ano 2000 eram 136 as praias com direito a bandeira azul e em 2011 foi batido o recorde de todos os tempos tendo sido atingidas as 271 praias. Este dado é particularmente positivo se compararmos com Espanha, que apesar de ter 511 praias com bandeira azul viu um decréscimo de 10 praias desde 2010 (*ADEAC, 2011*).

Pode-se portanto considerar uma evolução positiva quando 1 em cada 12 bandeiras azuis mundiais está em Portugal, estando directamente ligada com uma melhor qualidade das zonas balneares portuguesas e indirectamente com um ambiente costeiro saudável e conseqüentemente mais sustentável e atractivo para turistas.

3

ESCOLAS DO TURISMO



O Plano Nacional para o Turismo afirma que Portugal deve basear o seu crescimento turístico na qualificação da oferta (entre outros) (*MEI, 2007*).

O desenvolvimento e implementação de uma política para uma educação específica no turismo é essencial, na medida em que vai possibilitar uma aproximação entre as políticas para o sector e as suas necessidades (*Amoah, 1997*). Uma alta qualificação em turismo providencia o conhecimento necessário para passar da teoria á prática e oferece ao mercado de trabalho profissionais com consciência das necessidades e expectativas da indústria turística.

O emprego no sector de Turismo é muitas vezes visto como temporário, o que resulta num fraco investimento em formação e conseqüentemente num decréscimo da qualidade do serviço (*MEI, 2007*). É portanto importante perceber-se como tem evoluído a oferta para uma alta qualificação no turismo em Portugal.

Diogo Stilwell

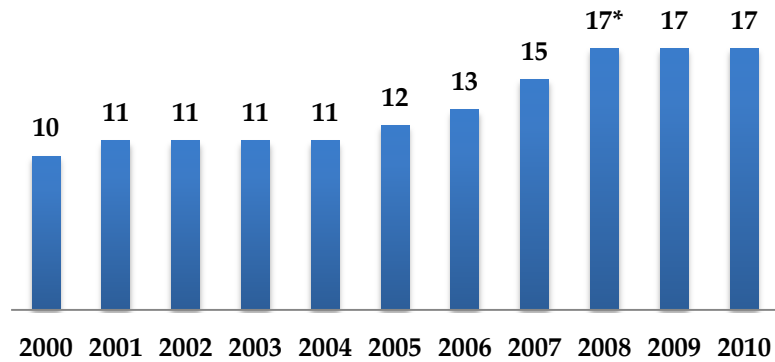


Gráfico 5: Total Nacional de Escolas de Hotelaria e Turismo

* - A Escola de Óbidos fundiu-se com a Escola do Oeste, mas foram contabilizadas separadamente.

Fonte: Escolas do Turismo de Portugal

Foram inauguradas 7 novas escolas especializadas no ensino de Turismo e Hotelaria desde o princípio do século, um aumento de 70% nas opções para estudantes de Turismo e Hotelaria.

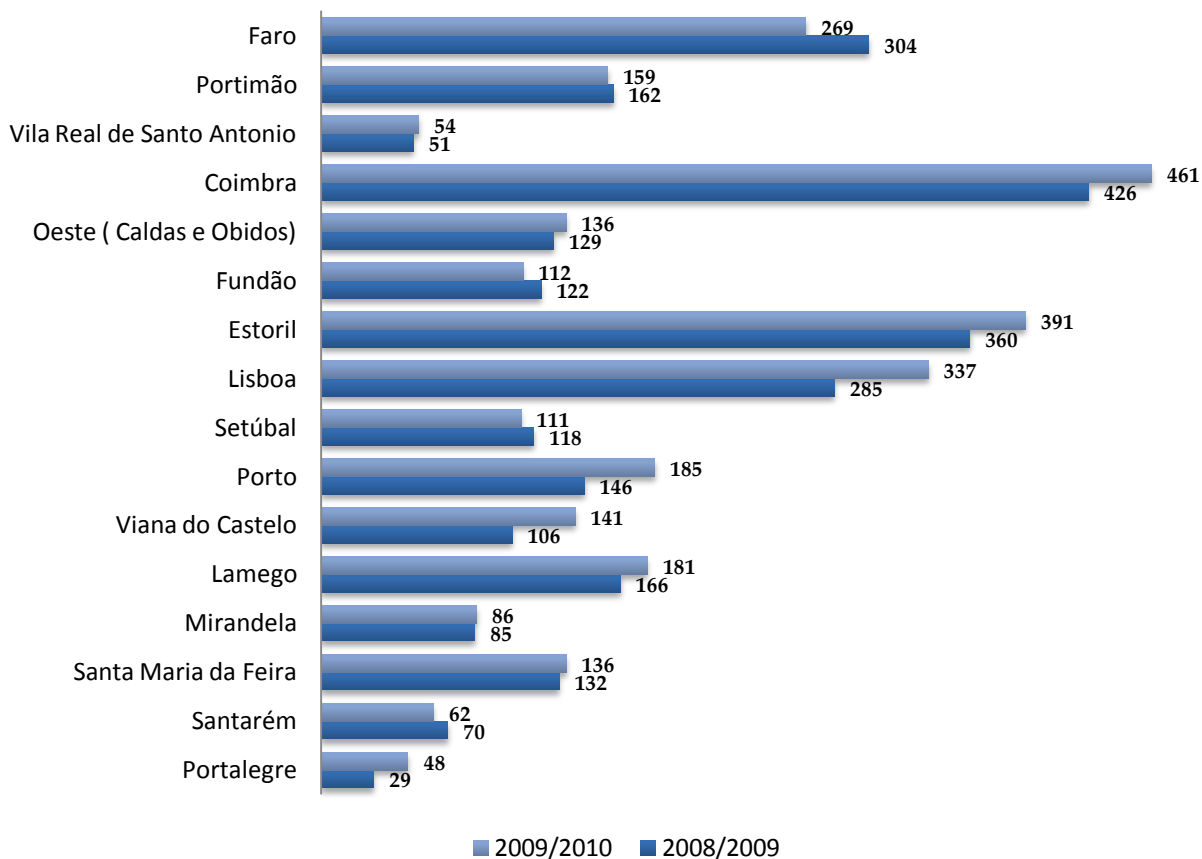


Gráfico 6: Número de Alunos nas Escolas de Turismo Nacionais

Fonte: Relatório de Sustentabilidade do Turismo de Portugal (2008, 2009)

Entre os anos lectivos de 2008 e 2010 notaram-se algumas alterações na afluência de estudantes. As escolas de Faro, Portimão, Fundão, Setúbal e Santarém viram o número de alunos decrescer entre os dois anos, por outro lado 68,75% das escolas teve uma evolução positiva no número de inscritos.

Apesar de uma evolução positiva no cômpeto geral, não existe uma oferta de formação turística em igualdade por todo o país. Um exemplo disso é o Alentejo. Não existe qualquer curso homologado pelo Turismo de Portugal nessa região do país. Região sobre a qual o PENT ambiciona não só um crescimento superior a 6% no número de dormidas de estrangeiros, mas pretende sobretudo um aumento em valor dos turistas. A Universidade de Évora é o único estabelecimento que possui uma licenciatura em Turismo, no entanto este não estava reconhecido pelo Turismo de Portugal até Abril de 2009 (*Turismo de Portugal, 2009a*).

O grande número de investimentos projectados para a região tornam a mão-de-obra especializada no turismo insuficiente para a procura de mercado. O presidente da Região de Turismo de Évora, João Andrade Santos, garante que o plano turístico para o Alentejo projectado em 2002 falhou, justamente, "devido à falta de recursos humanos" (*DN, 2007*).

Para uma indústria turística sustentável é importante existir uma qualificação da mão-de-obra e de todos os intervenientes no sector, pois vai indirectamente permitir uma melhor gestão dos empreendimentos e dos recursos, uma minimização dos impactos ambientais e uma maior atractividade para turistas.

Mesmo com a grave lacuna no que toca a uma distribuição transversal de oferta no ensino do Turismo, a verdade é que se tem verificado um aumento no número de escolas e um aumento no número de alunos inscritos. Sendo que no panorama geral se pode considerar uma evolução positiva deste indicador.

4

DEPENDÊNCIA DOS PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES

Um planeamento efectivo onde se inclui uma estratégia de marketing focada na diversificação pode ser usado para rejuvenescer e para dar um futuro mais sustentável ao produto turístico oferecido, ao ambiente e ao desenvolvimento em geral (*Farsari & Prastacos, 2001*).



A diversidade de mercados emissores é necessária para que a dependência sobre certos países não condicione a sustentabilidade. O plano nacional separou 3 grupos de mercados emissores de acordo com a sua importância para o turismo:

Mercados estratégicos – que devem ser alvo de um grande esforço de promoção (Portugal, Reino Unido, Espanha, Alemanha e França); Mercados a consolidar – em que se ambiciona um crescimento absoluto relevante (EUA, Brasil, Holanda, Itália) e; Mercados de diversificação – em que o objectivo consiste no aumento de quota de mercado (Suíça, Rússia, Canadá, Polónia)(MEI, 2007).

Portugal está muito dependente do primeiro grupo. Por essa razão o desenvolvimento de um alargado *portfolio* de mercados internacionais que permita um elevado crescimento de receitas a curto, médio e longo prazo é uma das linhas de desenvolvimento estratégico para o Turismo (MEI, 2007).

A selecção destes mercados foi baseada na sua receita potencial, nas perspectivas de futuro, na proximidade com Portugal (menos de 3 horas de voo) e na contribuição para a diminuição da sazonalidade. Esta classificação foi criada em 2007, será portanto interessante perceber se o *ranking* dos diferentes mercados se manteve ou se houve alterações relevantes.

Este indicador permitirá perceber a evolução dos principais mercados em termos de dormidas de turistas e de receitas. Com estes dois dados será possível aferir-se a validade da classificação do PENT e também como está a evoluir a diversificação dos mercados emissores de turistas para Portugal.

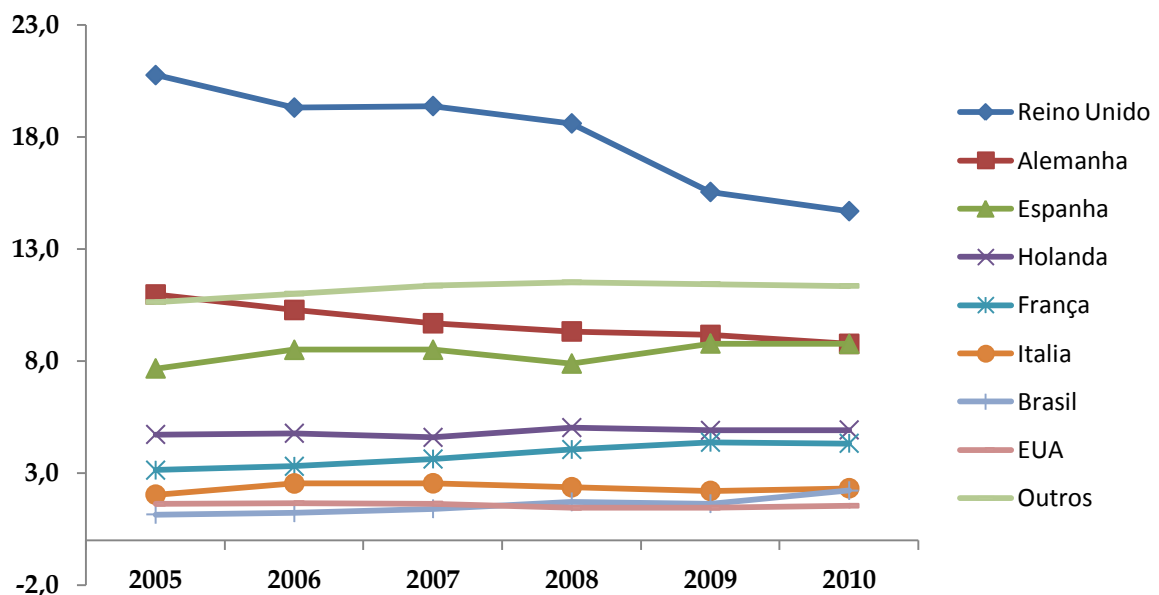


Gráfico 7: Quota de dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, Motéis, Estalagens e Pensões, por países de residência (Milhares)
Fonte: INE- Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria

Não houve alteração nos rankings. Reino Unido, Alemanha, Espanha, Holanda e França permaneceram como o top 5 entre 2005 e 2010.

É importante salientar o grande decréscimo de dormidas provenientes do Reino Unido e da Alemanha, em 5 anos houve quebras de 25,5% e 13,3% respectivamente, este facto está seguramente relacionado com o impacto que a recessão teve nas duas maiores economias da Europa. De notar também o aumento da quota do Brasil tendo ultrapassado os EUA e aproximando-se da Itália em 2010. Por ser um país em grande crescimento e dadas as afinidades culturais com Portugal, o seu potencial como mercado emissor está a aumentar de dia para dia.

Considerando que uma menor dependência de um reduzido número de mercados emissores é um objectivo do sector turístico Português, o aumento das dormidas por parte dos países que não fazem parte dos principais mercados é um resultado positivo. A Rússia, Republica Checa e principalmente a Polónia (com um crescimento de quase 250% em 5 anos) foram alguns dos principais contribuintes para este aumento.

Possivelmente mais importante do que o número de dormidas turísticas são as receitas provenientes de turistas internacionais. Para se caminhar para um turismo de qualidade e não quantidade (MEI, 2007) é necessário analisar a dependência do Turismo em termos de receitas e qual tem sido o progresso ao longo dos anos.

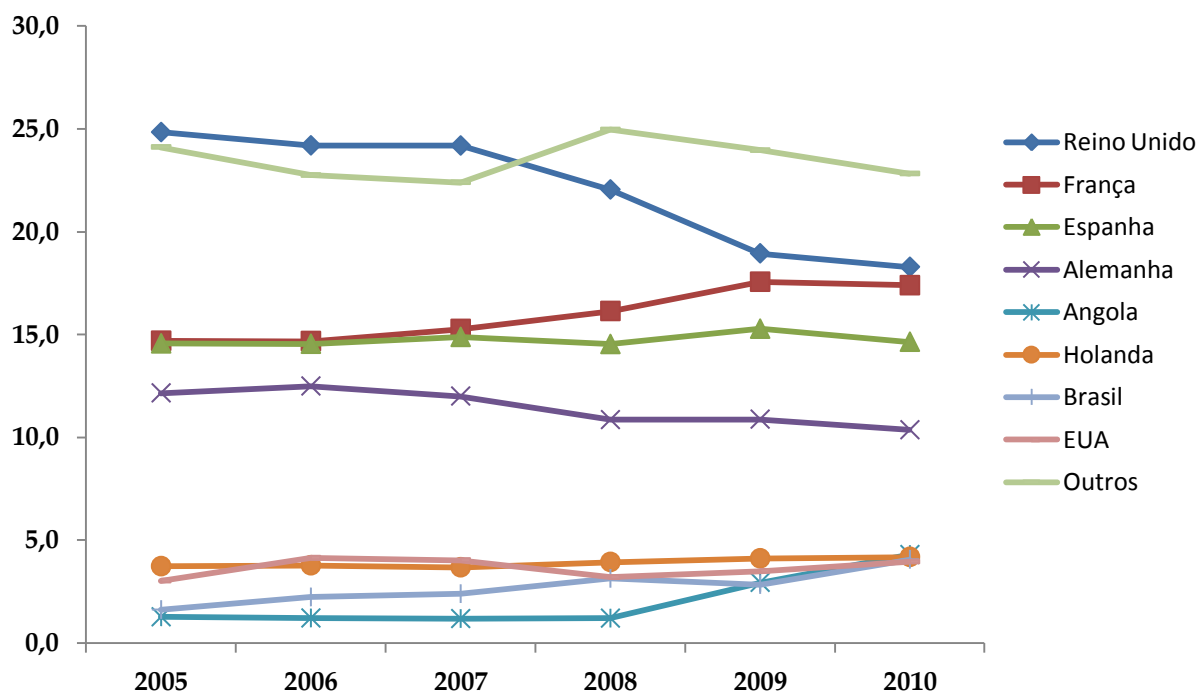


Gráfico 8: Quota de Receitas Turísticas por Países de Residência

Fonte: Banco de Portugal ultima actualização em 21/02/2011

No que toca a receitas turísticas, o Reino Unido permanece como o país com maior quota, apesar da grande quebra que sofreu desde 2007 e da aproximação da França (17,4) acabou 2010 com 18,3%.

Espanha acabou 2010 exactamente com a mesma quota de 2005, 14,6%. A Alemanha por seu lado teve uma ligeira descida tendo 10,4 da quota de receitas totais.

Outro importante dado que se pode retirar do gráfico são os grandes aumentos por parte da categoria “Outros”, do Brasil e principalmente de Angola que desde 2008 ultrapassou os EUA (4,0%), o Brasil (4,1%) e a Holanda (4,2%) acabando 2010 como quinto maior mercado em termos de receitas com uma quota de 4,3%.

Assim como nas receitas, observa-se uma convergência dos mercados, indicando um leque mais alargado de mercados.

Outro assunto de interesse e que pode contribuir para uma estratégia de marketing mais eficiente nos vários mercados emissores é o *ratio* entre as receitas e dormidas, de modo a ser possível perceber quais as nacionalidade que mais dinheiro gastam em actividades características do turismo em Portugal.

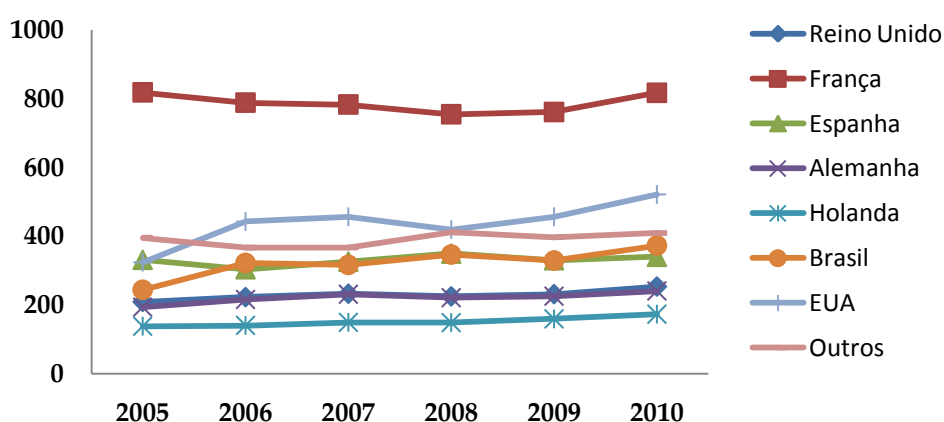


Gráfico 9: Receitas por Dormida por país de residência (€/Dormida)

Quando relacionamos o número de dormidas com as receitas, os rankings mudam radicalmente. Com mais de 800€ por dormida em 2010 está a França com uma grande distância para o segundo lugar que são os Estados Unidos com 521€/dormida.

Esta discrepância pode estar relacionada com o grande número de imigrantes portugueses em França. Apesar de serem considerados turistas e portanto produzirem receitas turísticas geralmente dormem em casas de família ou numa segunda casa não pagando dormida num estabelecimento hoteleiro.

O Reino Unido e a Alemanha que são os dois países com maior número de dormidas estão em 5º e 6º lugar respectivamente com 253€ e 240 €/dormida. O Brasil é outro exemplo de um mercado emissor com grande potencial apesar do (ainda) reduzido número de dormidas anuais.

A sustentabilidade turística dentro da sua dimensão económica passa por uma diversidade de produtos e mercados emissores, só assim poderá estar dotado de uma maior flexibilidade face a variáveis externas nas economias dos países. Um maior equilíbrio nas quotas de mercados emissores é, portanto, uma mais-valia que deve ser louvada e promovida. Com a análise dos dados é mesmo isso que se constata, uma subida na quota dos países não pertencentes ao *top 5* (categoria “outros”) tanto nas dormidas como nas receitas. Conclui-se que é uma evolução em direcção à sustentabilidade.

O conhecimento dos *ratios* receitas/dormidas vem trazer informação importante que poderá ser usada para a criação de estratégias de marketing mais eficientes. Permitirá um recentrar das atenções nos países que realmente demonstram um potencial turístico futuro.

Em suma, apesar de Portugal ainda estar dependente de 4 mercados principais (Inglaterra, França, Espanha, Alemanha), a evolução que se tem verificado traz optimismo sobre os próximos anos no que toca a este indicador.

5

ACESSIBILIDADES AÉREAS



O número de viagens de avião com intuito turístico aumentou 33% entre 1998 e 2005, portanto 1 em cada 4 turistas utiliza o avião para se transportar (*Demunter, 2008*). É de considerar que se verificou um aumento de 47% nas viagens de curta duração (1-3 noites) (*Demunter, 2008*) e um grande crescimento das companhias *lowcost*, com um aumento de 18% do total de viajantes transportados (*Dobruszkes, 2006; PENT2.0, 2011*).

“Reforçar as acessibilidades aéreas com as cidades de maior potencial turístico em cada mercado” (*MEI, 2007*). É assim que o Plano Nacional para o turismo demonstra a importância que boas ligações aéreas podem ter na indústria turística.

Portugal, por ser um país no canto da Europa, está mais dependente do transporte aéreo quando comparado com os seus principais competidores turísticos como a Espanha, França, Itália ou Croácia. O Plano nacional afirma que é necessário um melhoramento das acessibilidades, através da criação ou expansão de ligações, num total de 35 novas rotas para os diferentes aeroportos Portugueses.

Para o aeroporto de Lisboa era necessário a criação de 13 rotas regulares, 9 delas eram referentes aos mercados estratégicos: Berlim, Hamburgo, Birmingham, Manchester, Leeds, Glasgow, Hannover, Dortmund e Liverpool. Para os mercados a consolidar e com potencial a médio prazo foram designadas 4 novas rotas: Helsínquia, Gotemburgo, Turim e Cracóvia.

Este indicador pretende analisar qual o seguimento que estas propostas tiveram. Será apenas abordado o aeroporto de Lisboa por ser o mais importante, no entanto facilmente se poderá adaptar este instrumento aos outros aeroportos portugueses.

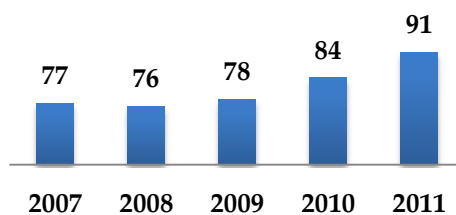


Gráfico 10: Número de Ligações Aéreas ao Aeroporto de Lisboa

Fonte: ANA – Lisbon Airport Traffic Reports (2007, 2008, 2009, 2010, and 2011)

Segundo os dados disponibilizados pela ANA pode-se observar que há 14 novas ligações desde 2007. Este é um dado positivo pois mostra que Lisboa é agora um destino que abrange um maior número de cidades internacionais e por conseguinte um maior número de potenciais turistas. Curiosamente depois da publicação do PENT, houve uma diminuição do número de rotas, efectivamente houve algumas companhias que deixaram de operar determinadas rotas, como foi o caso da Air Nostrum que deixou de operar Alicante , a TAP a rota de Clermont Ferrand e a Central Wings passou a operar apenas Varsóvia, tendo fechado Cracóvia.

No entanto mais importante do que o número de rotas por si só é a análise do cumprimento das propostas para novas rotas feitas pelo PENT.

		2007	2008	2009	2010	2011
Mercados Estratégicos	<i>Berlim</i>	x	x	x	x	x
	<i>Hamburgo</i>		x	x	x	x
	<i>Birmingham</i>	x	x			
	<i>Manchester</i>	x	x	x	x	x
	<i>Leeds</i>					
	<i>Glasgow</i>					
	<i>Hannover</i>					
	<i>Dortmund</i>					
	<i>Liverpool</i>		x	x	x	x
Mercados a Consolidar	<i>Helsínquia</i>	x	x	x	x	x
	<i>Gotemburgo</i>					
	<i>Turim</i>					
	<i>Cracóvia</i>	x				

Tabela 1: Rotas Prioritárias segundo o PENT e a sua existência no ano respectivo

Fonte: ANA – Lisbon Airport Traffic Reports (2007, 2008, 2009, 2010, 2011)

Apesar do desejo do PENT em actuar proactivamente no sentido de criar condições para o desenvolvimento das ligações aéreas, a verdade é que apenas duas das rotas consideradas prioritárias (Hamburgo e Liverpool) foram inauguradas depois da publicação do documento.

Foram criadas no total 21 novas rotas desde 2007 de salientar a abertura de rotas para cidades em países emergentes e com grande potencial turístico (como demonstrado no Indicador sobre mercados emissores) como Brasília, Porto Alegre ou Luanda (esta aqui não inteiramente nova mas reforçada).

Quando analisamos o tráfego do aeroporto de Barcelona, que foi comparado com o aeroporto de Lisboa no PENT, verificamos que as acessibilidades aos principais mercados emissores são muito mais numerosas.

	2008	2009	2010
<i>Berlim</i>	1324	1012	1001
<i>Birmingham</i>	273	143	43
<i>Cracóvia</i>	46	2	2
<i>Dortmund</i>	339	200	194
<i>Glasgow</i>	288	41	14
<i>Gotemburgo</i>	88	3	105
<i>Hamburgo</i>	647	292	292
<i>Hannover</i>	10	5	148
<i>Helsínquia</i>	563	547	529
<i>Leeds</i>	304	259	210
<i>Liverpool</i>	656	617	482
<i>Manchester</i>	432	455	310
<i>Turim</i>	663	453	269

Tabela 2: Número de voos para Barcelona tendo como origem as cidades prioritárias do PENT

Fonte: ANEA - Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea

Mesmo tendo em conta a quase extinção de algumas rotas, como por exemplo Cracóvia e Glasgow, o aeroporto de Barcelona continua a oferecer um número considerável de voos para as cidades consideradas prioritárias pela estratégia portuguesa.

Existem duas principais conclusões que se podem retirar da análise deste indicador. Em primeiro lugar, o aeroporto de Lisboa, principal fornecedor de turistas para Portugal tendo recebido 6 598 milhares de passageiros em 2009 (ANA, 2009), tem vindo a aumentar o número de rotas para cidades internacionais o que é um factor positivo que vai com certeza possibilitar a visita de mais turistas ao nosso país. Apesar deste aumento de rotas, os objectivos do PENT no que toca a acessibilidades turísticas estão longe de terem sido cumpridos. Curiosamente, não se registou nenhum aumento significativo depois da publicação do plano.

Em segundo lugar, o aeroporto de Barcelona está muito mais conectado com os principais mercados emissores internacionais do que o aeroporto de Lisboa. Compreende-se que exista uma diferença entre estas duas cidades. Barcelona é uma cidade maior do que Lisboa e Espanha tem uma indústria turística muito mais forte do que Portugal. No entanto é inegável que o grande número de ligações de Barcelona rouba turistas a Portugal.

O termo acessibilidade é uma constante no PENT, é clara a consciência de que é necessário um melhoramento e expansão das rotas aéreas. É um facto de que o número de rotas aumentou nos últimos 5 anos, no entanto não houve um progresso para o cumprimento dos objectivos propostos. A revisão feita em 2011 também não refere a evolução feita nessa área, mencionando apenas que houve um aumento no número de rotas. Com tudo isto, considera-se que não existem dados que permitam concluir se a evolução tem sido claramente positiva ou negativa para a sustentabilidade do Turismo em Portugal.



6

DIVERSIDADE NO ALOJAMENTO

Um factor determinante na actividade turística é a capacidade de alojamento dos diversos estabelecimentos, uma vez que reflecte a oferta, expressa em número de camas disponíveis (*APA, 1999*).

A requalificação da oferta de alojamento hoteleiro multi-segmentado, visando diferentes tipos de procura de modo a potencializar as diferentes características dos vários tipos de turismo é mais uma das propostas do Plano nacional (*MEI, 2007*).

Com estes dois importantes factores em conta, e sabendo que a oferta de um conjunto alargado de experiências diversificadas (através de um conjunto alargado de experiências) é um dos objectivos do PENT, é de grande importância que todas as regiões do país tenham uma capacidade de alojamento que consiga corresponder às exigências do mercado.

Uma progressiva diversificação do turismo pelas diferentes regiões do país traz impactos positivos não só através da diminuição da intensidade turística nos destinos mais populares, como Algarve e Madeira, mas também possibilita um aumento do impacto do turismo na economia local.

Diogo Stilwell

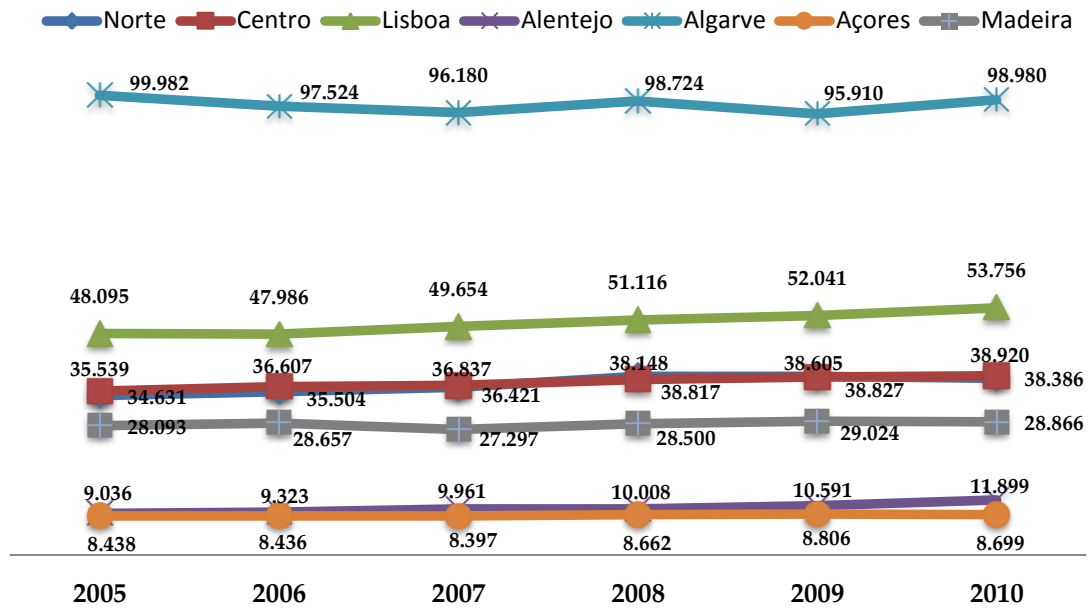


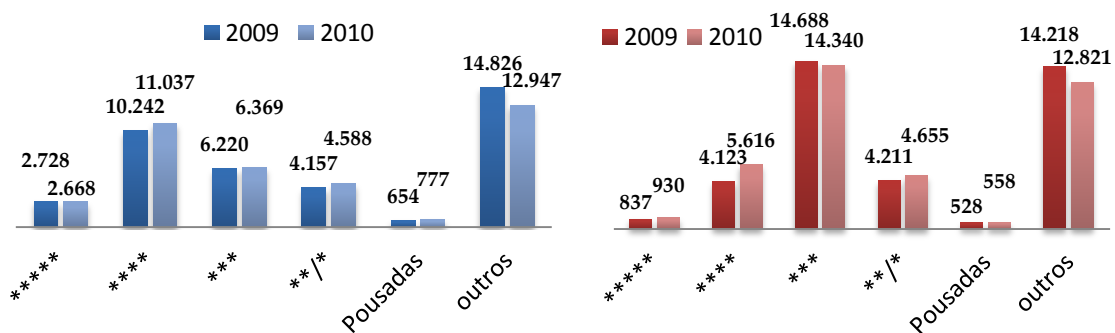
Gráfico 11: Capacidade de alojamento por NUTSII (Nºcamas)

Fonte: INE – Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria

O número de camas tem tido um ligeiro aumento ao longo dos últimos 5 anos. Sendo que a região do Algarve foi a única que apresentou um número inferior de camas em 2010 do que em 2005, ou seja menos 1002 camas.

Verificou-se também uma tendência nas regiões dos Açores, Madeira e Centro, que apresentaram variações negativas de -1,2%, -0,5% e -1,3% respectivamente entre 2009 e 2010. Este decréscimo está possivelmente ligado com o fecho de alguns estabelecimentos devido á recessão económica de 2009.

A sustentabilidade passa também pelo desenvolvimento e estruturação de uma oferta multiproduto nas várias regiões.



Diogo Stilwell

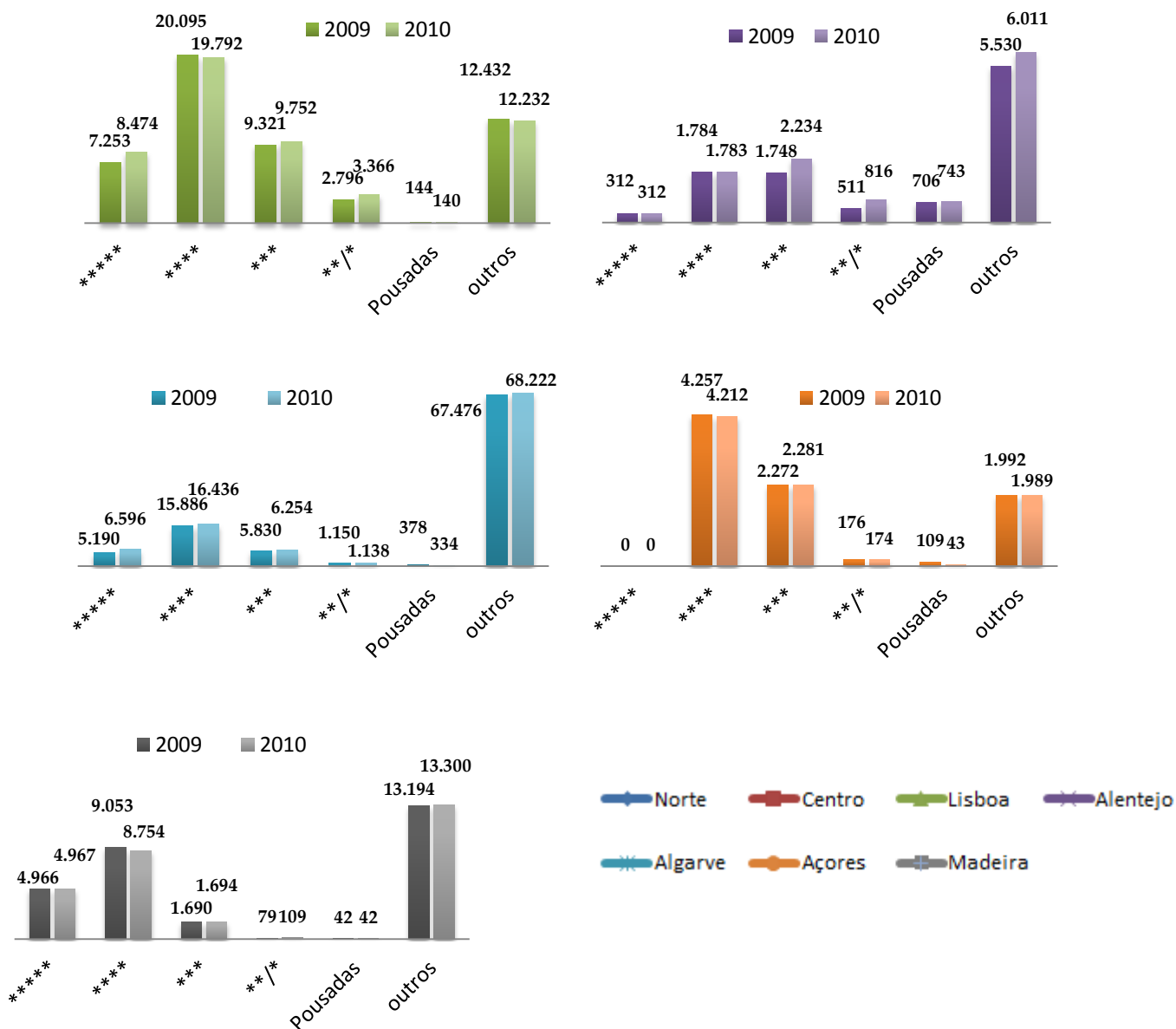


Gráfico 12,13,14,15,16,17 e 18: Total de Camas por tipo de alojamento por NUTS II. (Hotéis de 5,4,3 e 2/1 estrelas; Pousadas; Outros: Hotéis-apartamento, Motéis, Estalagens, Pensões, Apartamentos Turísticos)

Fonte: Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros dados na Hotelaria 2010,2009

Em 2009, o inquérito à Permanência de Hóspedes foi reformulado, permitindo a desagregação da informação não só por tipo de estabelecimento hoteleiro mas também pelas respectivas categorias (INE, 2009). Portanto informação sobre o número de camas nas diferentes tipologias de alojamento só está disponível para os anos de 2009 e 2010. De qualquer das formas estes dados permitem tirar algumas conclusões.

Em 2010 estavam em actividade 2011 estabelecimentos hoteleiros, mais 23 do que no ano anterior. O número de hotéis aumentou expressivamente: mais 90 do que em 2009, correspondendo a um aumento de 13,2% (INE, 2010).

Quando se fala em número de camas verifica-se que houve um aumento de 2,1% de 2009 para 2010. Os hotéis são o maior contribuinte para este facto com 53,4% de disponibilização de camas.

De acordo com os gráficos verificamos que houve um aumento da oferta de camas em estabelecimentos com diferentes qualidades, observa-se também que o Algarve e a Madeira, possuem muita camas na categoria denominada por “outros” onde se incluem por exemplo os Hotéis-apartamento e as pensões. As regiões do Norte, Centro e Lisboa são as que apresentam uma maior equilíbrio entre as diferentes categorias. De notar ainda que as camas em hotéis de 5 estrelas aumentaram nas regiões mais importantes (Algarve, Madeira e Lisboa) e que os Açores continuam sem nenhuma cama 5 estrelas.

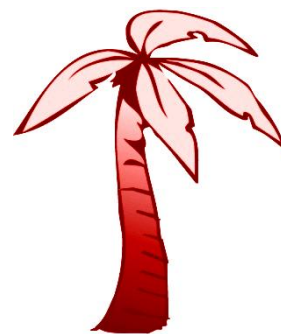
Segundo o PENT, o objectivo para Portugal deverá ser crescer em qualidade e não em quantidade de turistas. Foi traçado como objectivo um crescimento anual do número de turistas internacionais superior a 5%(MEI, 2007) tendo sido recentrado através da revisão para números mais realistas com a recessão que se faz notar, apresentando valores entre 5,7 e 3,6% de crescimento de dormidas de estrangeiros até 2015 (PENT2.0, 2011).

Se por um lado há uma necessidade de camas para atingir os objectivos traçados é necessário ter em conta o decréscimo que se tem verificado nas taxas-de-ocupação e Rev-Par nas diferentes regiões do país, onde em 2009 nenhuma região teve valores superiores a 60%. É importante a criação de pólos de atracção para turistas internacionais, pois só assim se poderá estimular a procura, o que vai por seu lado aumentar as taxas de ocupação e tornar necessário o aumento do número de camas.

Seria insustentável o investimento em novos estabelecimentos hoteleiros e na criação de mais camas numa altura em que a procura e as receitas turistas estão a diminuir. Portugal deve apostar num aumento dos seus atractivos e numa maior diversidade de mercado que abranja todas as regiões do país. O Turismo Português deve crescer como um todo e não apoiado em 2 ou 3 regiões.

Por tudo isto considera-se que este indicador apresenta dados positivos pois por um lado o crescimento na oferta de camas não é demasiadamente agressivo quando comparamos com as taxas de ocupação actuais. Por outro lado, apesar de ainda serem dados preliminares, a diversidade de alojamento tem vindo a aumentar não só no que respeita a oferta de várias qualidades mas também numa perspectiva de requalificação por todo o país.

TURISMO NA ECONOMIA



O Turismo é um dos principais sectores da economia portuguesa, sendo que nos últimos anos as receitas internacionais do turismo ultrapassaram os 600 mil milhões de euros, aliás, Portugal tem apresentado receitas superiores a 6 mil milhões nos últimos 5 anos (UNWTO, 2010).

O PENT pretende que o Turismo assuma um peso cada vez mais elevado na economia, devido às fortes perspectivas de crescimento, foi proposto como meta uma contribuição de 15% para o PIB por parte do sector (MEI, 2007).

Infelizmente a recessão económica global agravada pelas incertezas em torno do vírus da Gripe A (H1N1) tornaram 2008 e 2009 como dois dos anos mais difíceis para o sector turístico e apesar dessa alteração drástica no panorama mundial, a revisão do Plano nacional (PENT2.0, 2011) não apresentou qualquer avaliação de quais os números atingidos e de que forma se evoluiu. As receitas turísticas são o maior impacto da indústria num país. Considerando que Portugal não é excepção, é fundamental incluir um indicador que analise a evolução deste sector no PIB nacional.

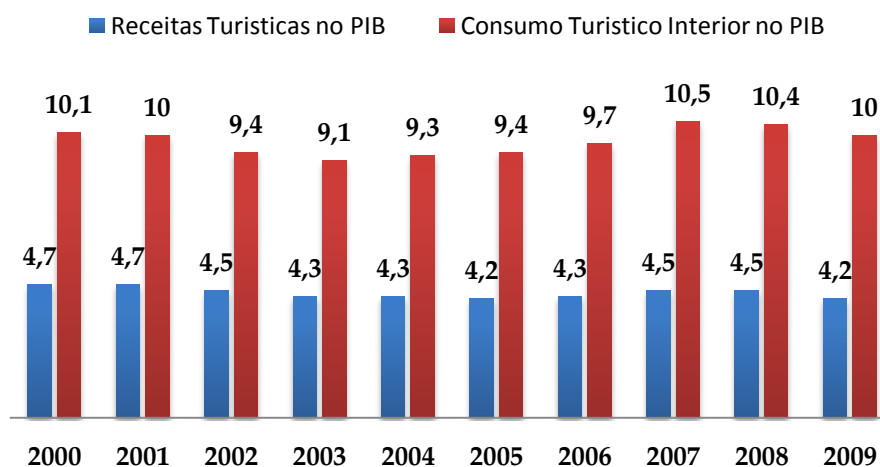


Gráfico 19: Share das Receitas Turísticas e consumo interior no PIB Português (%)

Fonte: INE – Conta Satélite do Turismo

Segundo o INE, consumo turístico interior é o consumo em turismo efectuado pelos residentes e não residentes no âmbito de uma deslocação para fora do seu ambiente habitual, por motivos de lazer, negócios e/ou outros e que não dê lugar a qualquer remuneração no destino. Inclui ainda as despesas efectuadas por outras entidades em nome desses visitantes. Por sua vez, entende-se como receita turística os gastos totais feitos por um visitante, incluindo as receitas para, e durante, a sua viagem e estadia no destino (CST, 2009).

Verifica-se que as Receitas do Turismo têm um grande peso na economia nacional, apresentando 4,2% do valor do PIB em 2009. Apesar de ser uma percentagem

considerável, o peso das Receitas do Turismo no PIB tem vindo a decrescer, passando de 4,7% em 2000 para 4,2% em 2009.

O consumo interior apresentou em 2009 uma percentagem semelhante aos valores do princípio do século. Pois apesar de um decréscimo entre 2000 e 2004 e uma evolução muito positiva até 2007 (10,5%), os valores voltaram a descer nos últimos 3 anos para 10,1% em 2009.

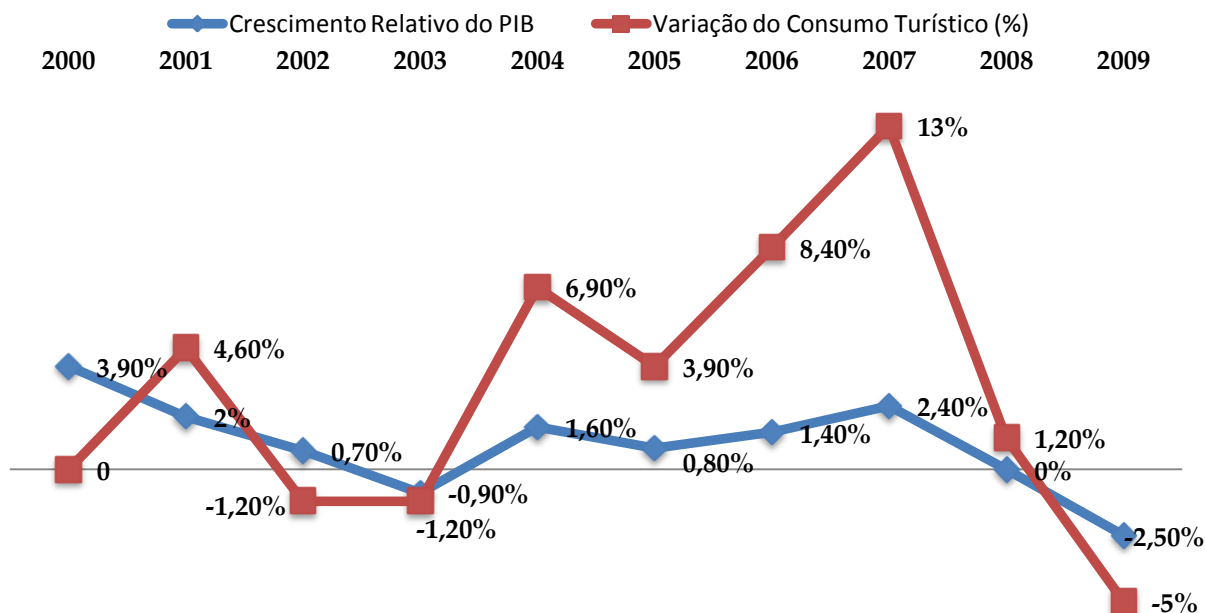


Gráfico 20: Variação do Consumo Turístico no PIB (%) e Crescimento Relativo do PIB

Fonte: Data World Bank; INE - Conta Satélite do Turismo

O período entre 2003 e 2007 foi muito positivo para a indústria turística portuguesa, com registos de crescimento a chegarem aos dois dígitos (13% em 2007). Foi também nesse período que o crescimento do Consumo Turístico foi superior ao da economia.

O Turismo por ser uma indústria muito dependente de factores externos decresceu a um ritmo superior ao da economia nacional, nomeadamente no ano de 2009 com valores de -2,5% e -5% para a economia e consumo turístico respectivamente.

Como já foi referido a recessão global teve um grande impacto nos valores analisados por estes indicadores. Tendo sido a principal causa dos decréscimos verificados nas receitas turísticas, o que consequentemente levou a que o sector do Turismo perdesse influência na economia. Apesar das boas previsões de crescimento da contribuição directa para o PIB (2,6% até 2021 segundo a WTTC) devido aos resultados negativos verificados nos últimos 3 anos, considera-se que a evolução destes indicadores não está a ser positiva.

TAXAS DE OCUPAÇÃO E REV-PAR



Um indicador que avalia as taxas de ocupação e o Rev-Par¹ pode ser abordado de diferentes maneiras. Por um lado as taxas de ocupação reflectem não só a progressão do número de dormidas, mas acima de tudo a relação entre a oferta (quantidade de quartos disponível) e a procura (as necessidades e exigências do mercado), a taxa de ocupação hoteleira permite-nos avaliar em que medida a oferta turística se adapta á procura.

Um decréscimo no número de turistas com intenção de pernoitar ou um aumento desproporcional do número de quartos quando comparado com as necessidades do mercado, são as duas razões que, directamente, melhor podem explicar uma baixa percentagem na taxa de ocupação.

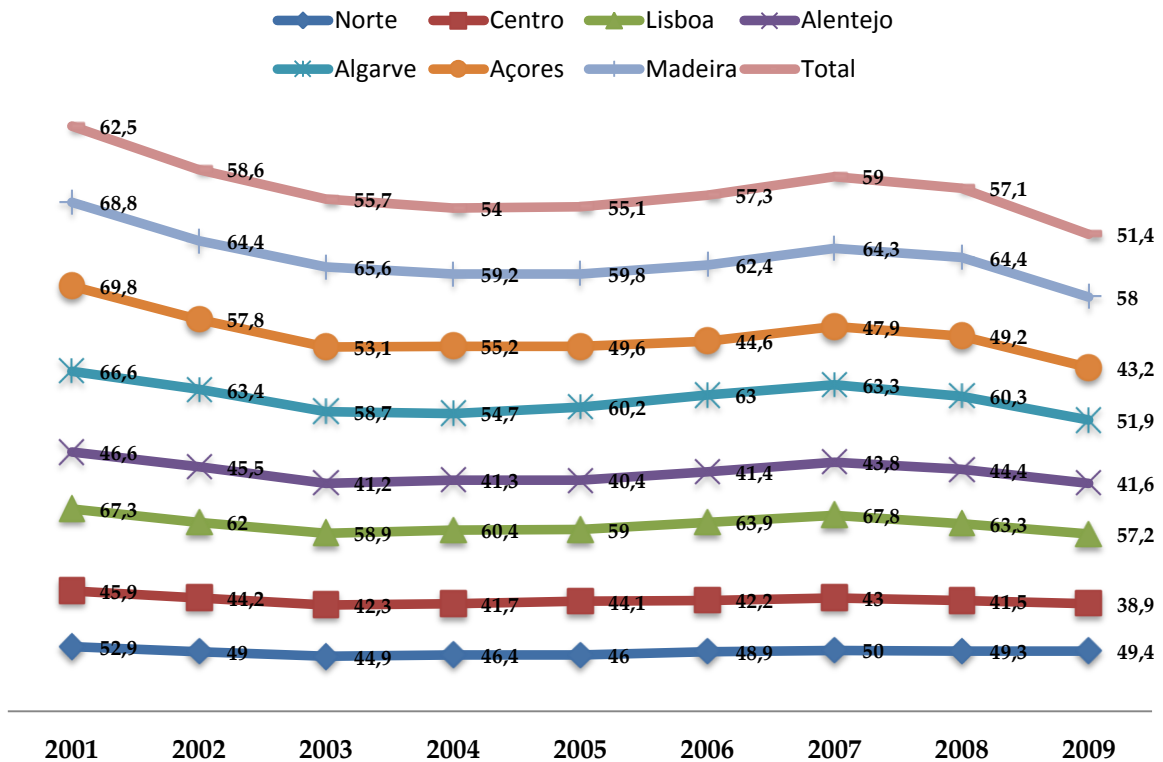


Gráfico 21: Taxas de Ocupação-Quarto nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos, por NUTS II (%)

Fonte: Turismo de Portugal

Mantendo a tendência de anos anteriores, as regiões que apresentaram as maiores taxas de ocupação foram a Madeira, Lisboa e o Algarve. O ano de 2001 foi o

¹ RevPar é a abreviação, em português, para Revenue per Available Room, ou receita por quarto disponível. É um índice muito utilizado na indústria hoteleira para se avaliar e comparar as receitas de hotéis.

melhor ano da década em todas as regiões com exceção de Lisboa que teve em 2007 o seu melhor ano. Apesar de 2007 ter sido um ano positivo nas ocupações de quarto, o que se verifica é uma evolução negativa das taxas de ocupação na generalidade das regiões. De notar que apenas a região Norte teve uma evolução positiva entre 2008 e 2009. Realce-se que em apenas 8 anos a taxa total diminuiu 11,1%.

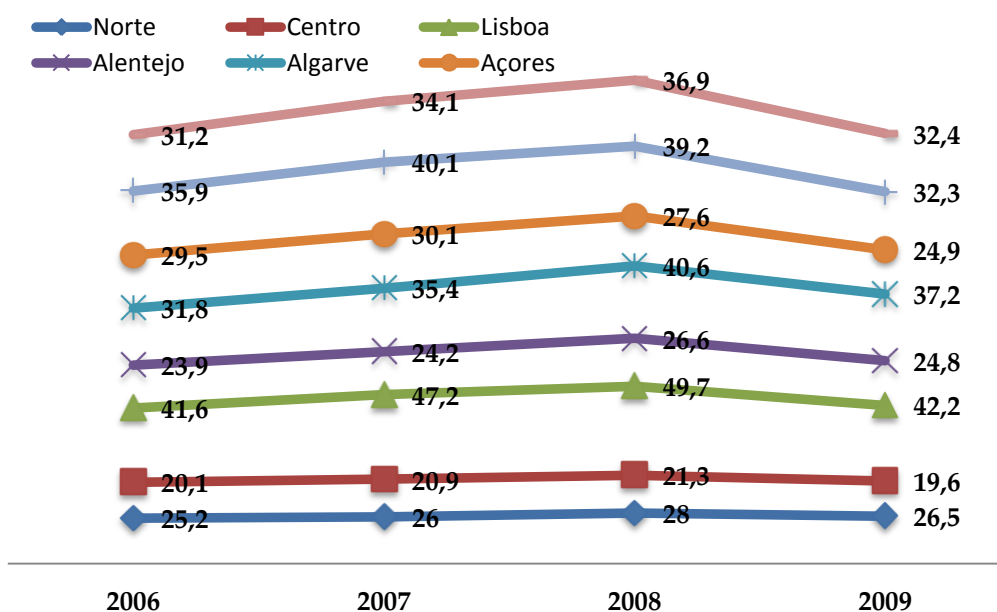


Gráfico 22: Revenue per Room (Rev-Par) nos estabelecimentos hoteleiros, por NUTS II (euros)

Fonte: INE

O rendimento por quarto disponível (Rev-Par) é o rendimento por quarto medido pela relação entre os proveitos do aposento e o número de quartos disponíveis (*Turismo de Portugal, 2009b*), o valor total para o país no ano de 2009 apesar de ser superior ao de 2006 teve uma diminuição de 4,5 euros em relação a 2008, correspondendo a uma quebra de 12,2%. Para esta evolução negativa contribuíram todas as regiões, com os decréscimos mais importantes a ocorrerem na região da Madeira e Lisboa (-17,6% e -15,1%, respectivamente). Curiosamente estas duas regiões em conjunto com o Algarve apresentaram os valores mais elevados do Rev-Par, como tem vindo a acontecer nos anos anteriores.

A evolução do Rev-Par e da taxa de ocupação não tem corrido de acordo com as pretensões do PENT. Verifica-se uma evolução negativa dos valores.

As baixas taxas de ocupação resultam em baixos valores de Rev-Par. Uma estagnação das chegadas de turistas leva a uma diminuição da procura, o que pode estar relacionado com as baixas taxas de ocupação. Entre 2006 e 2009 houve um aumento de 3,5% na capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros e similares a nível nacional (*Turismo de Portugal, 2009b*). Esse aumento se não for

acompanhado por um aumento na procura leva a um défice que conseqüentemente resulta numa diminuição da taxa de ocupação e RevPar.

Um sector turístico sustentável não pode ser apenas avaliado nos seus impactos ambientais e sociais, sem a dimensão económica o conceito de sustentabilidade não faz sentido.

O Turismo Português não tem tido uma evolução positiva neste aspecto. Os números demonstram uma diminuição quase generalizada dos rendimentos e das taxas de ocupação desde 2008. Podem ser várias as razões para este decréscimo, mas garantidamente esta evolução negativa terá de ser corrigida.

9

SHARES NO PANORAMA INTERNACIONAL



As despesas dos visitantes em acomodação, alimentação, transporte local, entretenimento e *shopping*, representam um importante pilar nas economias locais de muitos destinos, criando receitas, emprego e oportunidades para desenvolvimento.

Em 2010 mais de 80 países tiveram receitas avaliadas em mais de mil milhões de dólares. Para os destinos, receitas do turismo internacional contam como exportações e cobrem transações geradas pelo visitante diários assim como os que pernoitam (UNWTO, 2011).

Para se perceber a realidade portuguesa e qual a evolução que se tem verificado num panorama internacional, primeiro é necessário uma contextualização global.

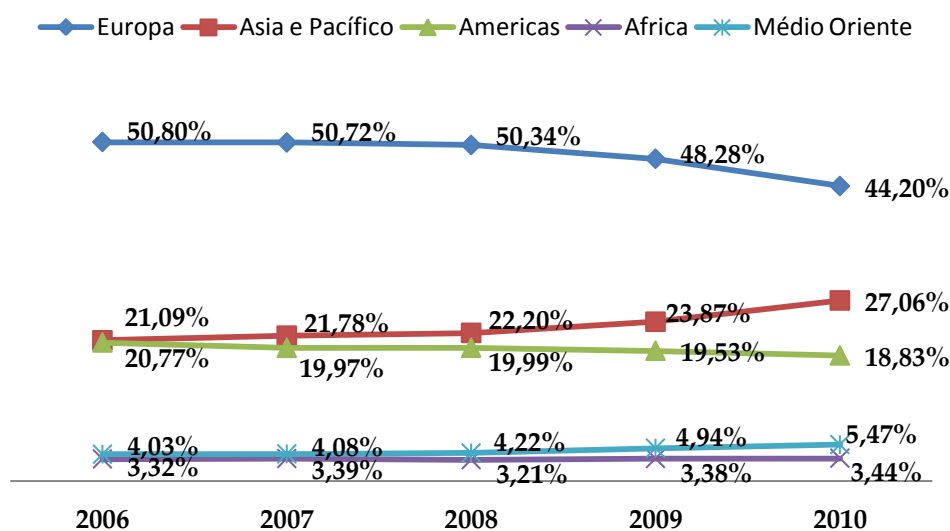


Gráfico 23: Share das Receitas Turísticas Internacionais por Região Mundial (%)

Fonte: UNTWO

As receitas turísticas internacionais globais viram um decréscimo de 5,7% em 2009 (UNWTO, 2009). De todas as regiões do Mundo, o sector turístico Europeu, o maior e mais maduro, foi o mais atingido pela crise (UNWTO, 2010). Em apenas três anos, 2008 a 2010, verificou-se um decréscimo superior a 6%. Por outro lado a Ásia, onde estão algumas das mais importantes economias emergentes actuais como a Índia e China, tem vindo a aumentar a sua share de receitas internacionais consistentemente.

Foi em Janeiro de 2010 que terminou uma série de 19 meses de crescimento negativo para a Europa, tanto em receitas turísticas como em chegadas. Esta recuperação foi mais evidente no que toca ao volume (chegadas) do que ao lucro (receitas). Esta situação é típica de períodos posteriores a crises económicas, pois os competidores tornam-se mais equilibrados e os fornecedores fazem um esforço para conter os preços. Os turistas por seu lado, apresentam uma tendência para viajar para locais mais próximos de casa e por períodos mais curtos (UNWTO, 2011).

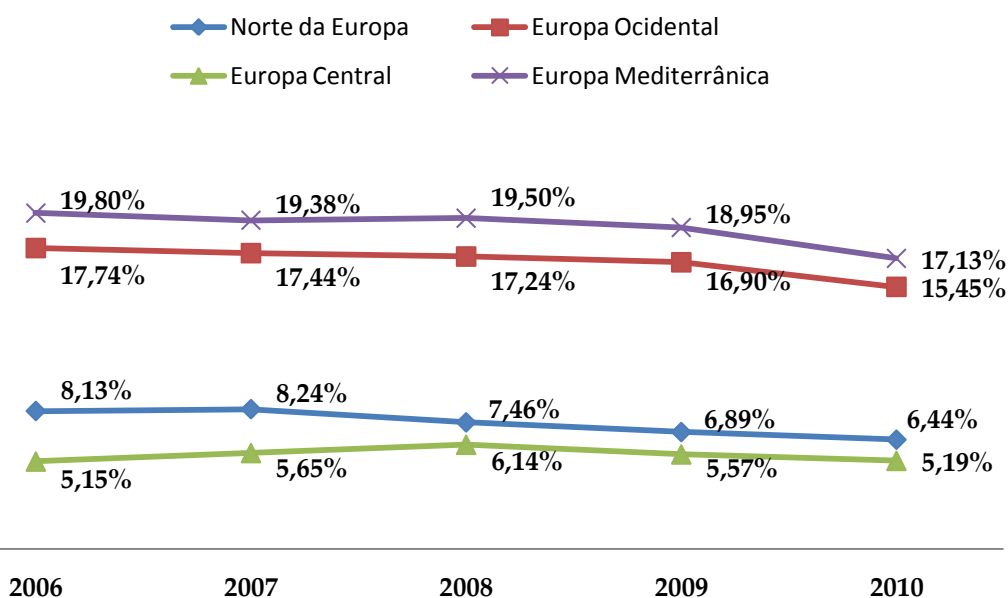


Gráfico 24: Share das Receitas Turísticas Internacionais por Região da Europa (%)

Fonte: UNTWO

Dentro da Europa, apenas os países da Europa Central apresentam um ligeiro resultado positivo no conjunto dos últimos anos. Por outro lado a região onde Portugal está incluído foi a que mais se ressentiu no que toca a receitas turísticas tendo apresentado um decréscimo superior a 2%.

Com os dados fornecidos pela OMT é possível calcular-se a *share* que Portugal representa quando se fala de receitas turísticas internacionais.

Diogo Stilwell

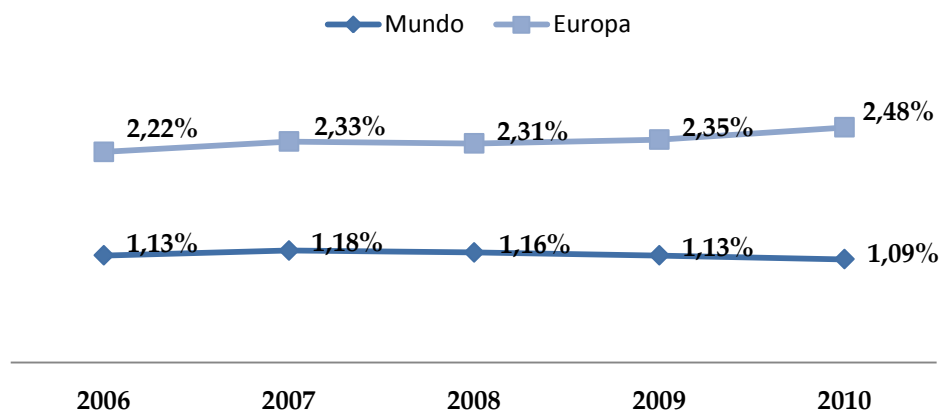


Gráfico 25: Share de Portugal nas Receitas Turísticas Internacionais (%)

Fonte: UNWTO

Como já foi referido, a região Europeia está a perder a corrida com outras regiões do globo, nomeadamente a Asiática. No entanto Portugal tem-se aguentado com uma share de receitas relativamente constante, sendo que até se verificou um aumento em 2010. Apesar deste aumento poder estar relacionado, não tanto com um crescimento real das receitas turísticas portuguesas mas mais com uma diminuição das performances de outros países como a Espanha ou a França, a verdade é que não deixa de ser um resultado positivo.

Num panorama global, onde Portugal compete com mais países do que apenas os Europeus, a share tem vindo a diminuir á semelhança da generalidade dos países deste continente.

Para este indicador, Portugal, por um lado não apresenta resultados negativos, no entanto a evolução verificada é muito ligeira não se podendo dizer que foi indubitavelmente positiva.

10

SAZONALIDADE NO DESEMPREGO

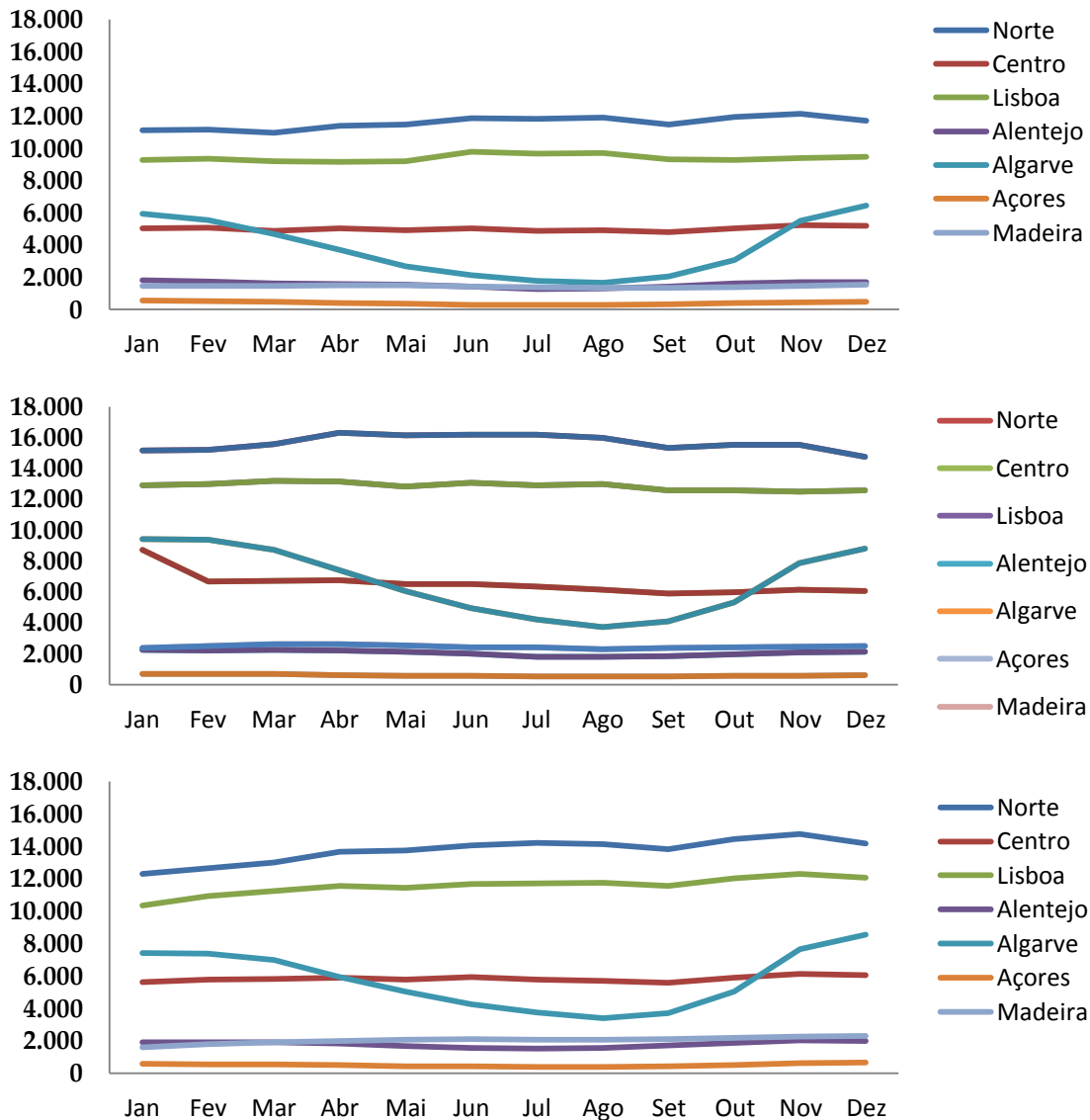
A actividade turística pode ter um impacto negativo na qualidade de vida da comunidade dos destinos turísticos. No entanto, o influxo de turistas pode catalisar a economia local, incluindo o mercado de trabalho (Eurostat,2008).

A sazonalidade não é apenas um problema que afecta as receitas e chegadas de turistas. O aumento e diminuição do desemprego no sector turístico, com empregos muitas vezes temporários, é também um impacto derivado das flutuações de intensidade turística ao longo do ano. É portanto um indicador importante para uma boa avaliação da dimensão social e económica na sustentabilidade do sector (Daniel, 2010).



A categoria “Alojamento, restauração e similares” fazia parte do top 5 das actividades económicas que apresentaram maior potencial de emprego ao longo de 2010, correspondendo a cerca de 62% do total de ofertas obtidas (IEFP, 2010).

Por ser uma actividade com um peso considerável no emprego em Portugal, torna-se imprescindível que o Turismo caminhe para uma sustentabilidade apoiada em vários factores um dos quais uma sazonalidade balanceada tanto nas chegadas de turistas como na criação de emprego.

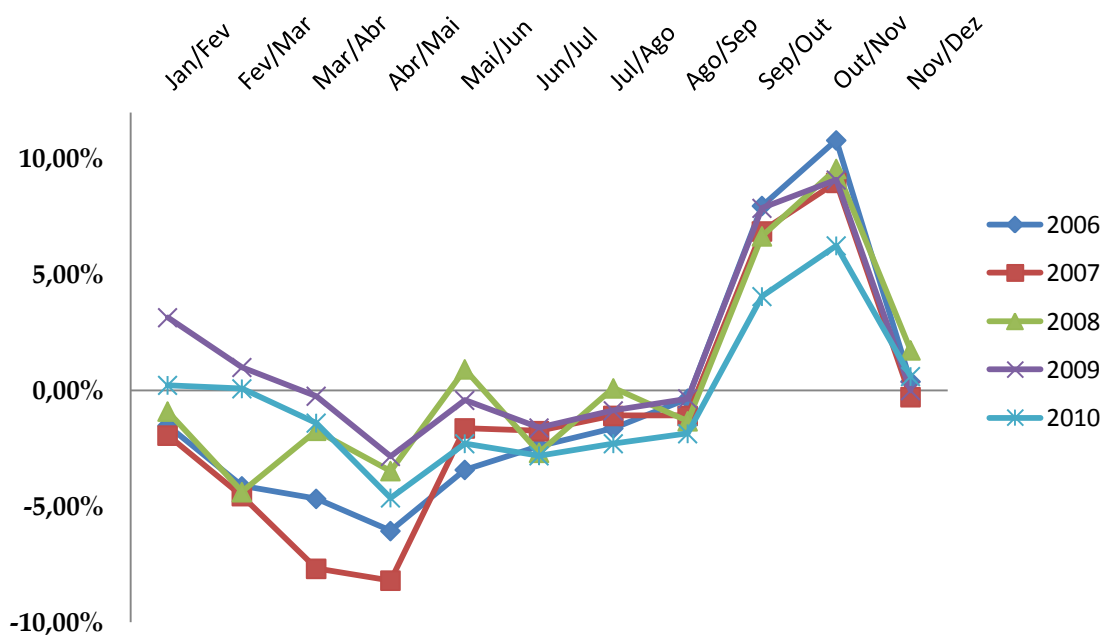


Gráficos 26, 27 e 28: Evolução mensal do Desemprego na hotelaria, restauração e similares, registado por região em 2008, 2009 e 2010 respectivamente (situação ao fim do mês)

Fonte: Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP)

Nos últimos três anos, a evolução mensal do desemprego registado nas várias regiões (NUTS II), mostra períodos de maior ou menor volume de desempregados

inscritos nos Centros de Emprego. Estes períodos, de maior ou menor desemprego, configuram-se de acordo com o carácter sazonal de grande parte das actividades estruturais do sector turístico do país: as épocas de menor desemprego, em geral coincidem com os meses mais quentes, Junho a Agosto, onde, de uma maneira geral, as actividades com características marcadamente sazonais ocupam um maior número de pessoas. Esta situação é verificável de uma maneira mais flagrante na região do Algarve, onde nos meses de Verão o desemprego diminui substancialmente.



Gráficos 29: Evolução mensal da Taxa de crescimento de desemprego na hotelaria, restauração e similares

Fonte: Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP)

Independentemente das taxas de crescimento do desemprego no país nos últimos anos, é importante perceber como tem sido feita a evolução do desemprego no sector do turismo numa perspectiva sazonal.

A primeira conclusão que se retira do gráfico 29 é o grande aumento de desemprego depois dos meses mais quentes do ano. Com excepção de 2010 (4,07%), todos os restantes anos tiveram taxas de crescimento superiores a 5% em Setembro/Outubro. É ainda observável a diminuição da taxa de desemprego no meses primaveris, o que pode ser interpretado como uma preparação para a época alta por parte dos estabelecimentos hoteleiros e de restauração. Mais uma vez 2010 apresentou resultados positivos, com excepção de 2006, foi o ano em que se verificou a maior quebra de desemprego de Maio para Junho, -2,28%.

No âmbito geral, os resultados são encorajadores, existindo um optimismo que os maus valores de 2009 tenham sido ultrapassados e que os próximos anos tragam uma continuação desta melhoria.

É claro que, a actividade turística não é o único factor que afecta os resultados para o desemprego. A situação económica do país (e do mundo por sinal) pesa também no delinear destes gráficos. Pode-se contudo afirmar que 2010 foi melhor do que o ano anterior no que toca à associação entre desemprego e sazonalidade.

Apesar dos resultados positivos considera-se que ainda não existe robustez nesta melhoria que permita afirmar que se está perante uma evolução positiva. Serão necessários mais anos como este para que essa conclusão possa ser feita.

11

TAXA DE SAZONALIDADE



O Turismo Português apesar de ser um sector importante para a economia portuguesa é muito afectado por uma elevada sazonalidade (MEI, 2007). A sazonalidade é um problema comum entre destinos turísticos maduros no entanto é pouco compreendido e de difícil resolução (Jang, 2004).

Portugal deve alguma da sua popularidade turística às boas condições climáticas que se fazem sentir no território, principalmente durante os meses de Verão. Há no entanto consciência que é necessário uma maior diversificação da oferta e um aumento das acessibilidades aéreas de modo a reduzir a dependência nesse tipo de turismo.

A sazonalidade tem sido considerada como um dos grandes problemas da actividade turística, uma vez que provoca desequilíbrios, não só em termos económicos, mas também ambientais, devido às elevadas pressões sobre os sistemas de saneamento, abastecimento de água, consumo de energia e à poluição e stress derivados do congestionamento automóvel (APA, 2007). Um modelo de gestão da sazonalidade com aposta na inovação, diversificação e qualificação dos recursos e ainda o desenvolvimento em cada região de um conjunto de produtos que permitam atenuar os efeitos da sazonalidade são as propostas da revisão do PENT para um avanço no sentido da sustentabilidade (PENT2.0, 2011).

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade de 2008 a evolução da taxa de sazonalidade é calculada através da percentagem das dormidas de Julho a Agosto sobre o total de dormidas em estabelecimentos hoteleiros (Turismo de Portugal, 2008). Essa taxa vai demonstrar a evolução da importância dos meses de Verão no turismo português.

Diogo Stilwell

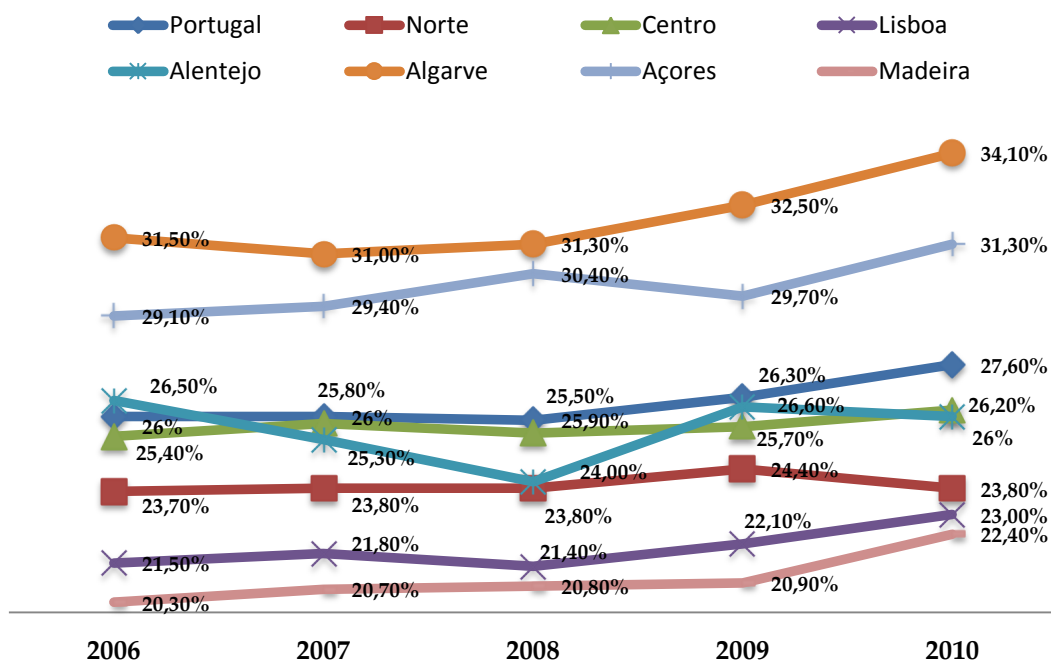


Gráfico 30: Taxa de Sazonalidade por região NUTSII (%)

Fonte: INE –Estatísticas do Turismo

Os resultados dos últimos anos demonstram que a taxa de sazonalidade tem subido em quase todas as regiões, sendo a região Norte a única exceção tendo-se verificado um decréscimo de 0,6 % entre 2009 e 2010. O Algarve por seu lado foi a região com o maior incremento (2,6% entre 2006 e 2010). Este aumento nas regiões leva a que a taxa de sazonalidade nacional também aumente, sendo que nos últimos 5 anos se tenha verificado uma subida de mais de 1%.

Apesar dos esforços que se têm feito no sentido de atenuar esta a sazonalidade, a verdade é que as motivações “Sol e Mar” continuam ainda a ser as dominantes na procura turística, daí que seja nos meses mais quentes que o país assista a um aumento na chegada de turistas.

Diogo Stilwell

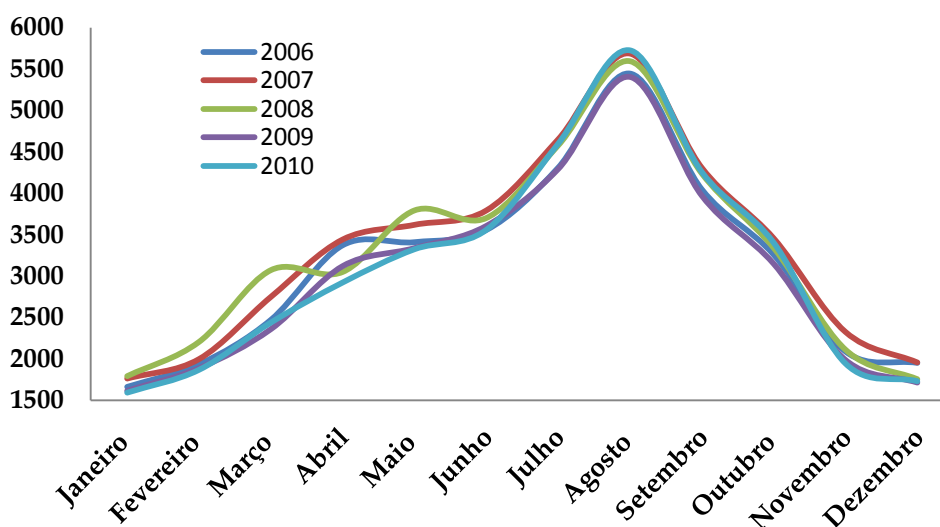


Gráfico 31: Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros por mês (%)

Fontes: INE- Estatísticas do Turismo

Como a taxa de sazonalidade já tinha evidenciado, o peso dos meses mais quentes do ano está a aumentar (a taxa de sazonalidade em 2010 foi 27,6%). Podemos observar que em Portugal existem dois “picos” de actividade turística, na altura da Páscoa e sobretudo nos meses de Verão.

O gráfico 31 ao mostrar os números em bruto das dormidas em estabelecimentos hoteleiros vem confirmar que os objectivos do plano nacional que referiam uma redução da sazonalidade não estão a ser alcançados.

Pode-se alegar que ainda não houve o devido tempo desde a publicação do PENT (2007) para que as novas estratégias possam surtir efeito e também é importante ter consciência que dadas as características do país, a sazonalidade continuará a ser sempre muito marcada no turismo, pelo que deve ser tida sempre em conta no desenvolvimento de estudos nesta área.

No entanto, apesar da veracidade do último parágrafo a verdade é que um aumento da sazonalidade só afasta o sector turístico português de uma gestão sustentável.

BOAS PRÁTICAS NA GESTÃO HOTELEIRA

12

Boas práticas entre os empreendimentos hoteleiros promovem um melhor desempenho ambiental, social e até económico. Quando se tem como



objectivo a sustentabilidade é essencial aliar uma boa gestão ambiental dos empreendimentos com uma boa prestação ao nível da responsabilidade social.

É de grande importância a disseminação das boas práticas por parte do sector hoteleiro, assim como, a sensibilização dos empresários para as vantagens decorrentes da diminuição dos impactos ambientais gerados pela actividade, quer no plano da gestão (redução de custos), quer em termos de posicionamento no mercado (estratégia de marketing) (Seguro, 2006)

Além da importância cívica, o contributo para a sustentabilidade ambiental dos empresários hoteleiros e turísticos aumenta a competitividade do seu negócio, perante hóspedes cada vez mais exigentes quanto ao impacto destes investimentos no meio ambiente.

A Agenda 21 identifica dez áreas prioritárias de acção para os empreendimentos turísticos (WTTTC, 1993). Contudo os 3 inquéritos analisados incidiam essencialmente sobre três destas áreas, a gestão de água, energia e resíduos. Será portanto em torno desses 3 aspectos que o indicador será desenvolvido.

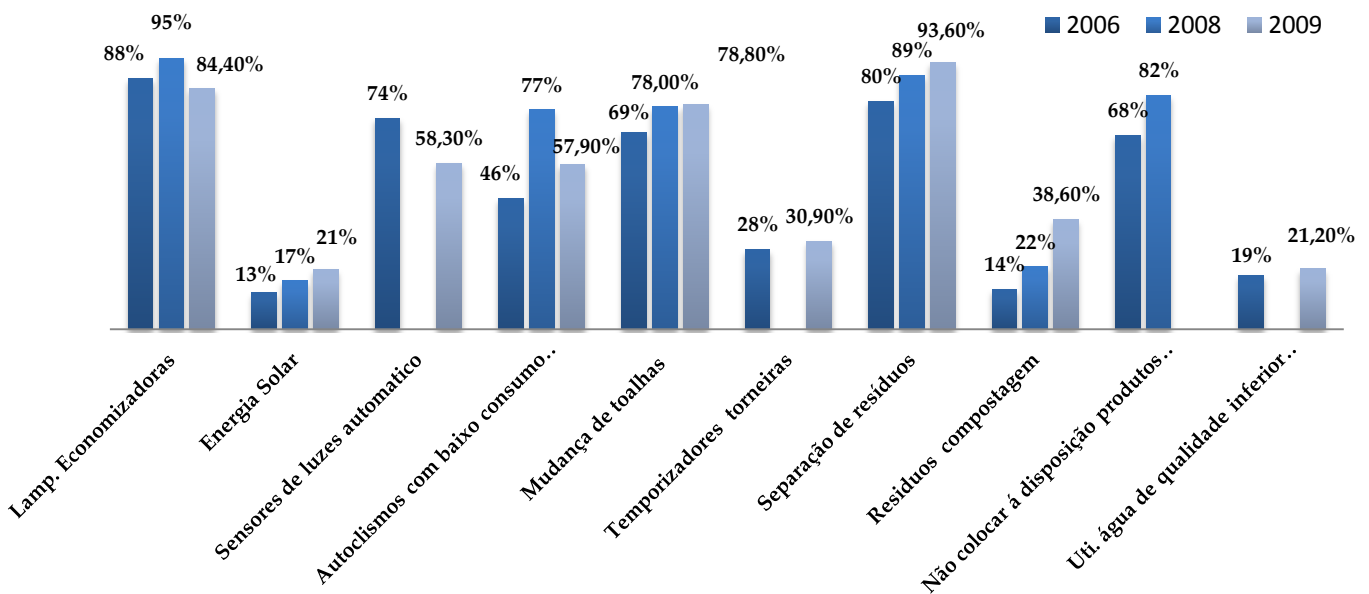


Gráfico 32: Resultados dos Inquéritos ao Impacte Ambiental e Responsabilidade Social nas Unidades Hoteleiras

Fonte: Turismo de Portugal

No anexo III estão descritas as categorias que fazem parte do gráfico 32.

A utilização de lâmpadas economizadoras foi a prática mais difundida nas unidades com 95% de respostas positivas em 2008. O decréscimo verificado entre 2008 e 2009 não é suficiente para causar preocupação.

Por outro lado no que toca á gestão de água verificam-se evoluções positivas em alguns aspectos, como por exemplo 78,80% das unidades deixa ao critério dos

clientes quando devem ser recolhidas as tolhas e lençóis usados, isto vai permitir uma grande redução no consumo de água para a lavagem de roupas.

A utilização de água de qualidade inferior para rega e lavagens apesar de ainda não ser uma medida generalizada, teve um aumento de respostas positivas assim como a utilização de resíduos para compostagem e o uso de energia solar. São no entanto percentagens muito baixas que devem ser prioritárias na sensibilização dos gestores das diversas unidades hoteleiras.

A utilização de autoclismos de baixo consumo e a utilização de sensores de luzes automáticos tiveram os maiores decréscimos com 19,1% e 15,7% respectivamente. A razão para estes valores pode estar interligada com a percentagem de respostas aos inquéritos, contudo não são valores que demonstrem uma sustentabilidade futura.

A reciclagem por seu lado é uma prática já generalizada no nosso país, não sendo surpresa os números positivos observados neste ponto (93,6% em 2009). Dentro da mesma área também se nota uma crescente preocupação de evitar colocar à disposição produtos descartáveis ou de utilização única, excepto quando obrigatório por lei

Em suma, uma crescente adesão de estabelecimentos hoteleiros a medidas que reduzam a sua pegada ecológica e se enquadram numa estratégia focada numa minimização dos impactos ambientais é essencial no caminho para um desenvolvimento sustentável.

Com os resultados destes três inquéritos percebe-se que a grande maioria dos empreendimentos hoteleiros está mais focada na utilização racional de energia (como lâmpadas economizadoras) do que no uso eficiente da água (como utilização de água de qualidade inferior).

Se considerarmos que Portugal se encontra na região mediterrânea caracterizada por uma escassez de água agravada durante os meses de Verão (que por sinal, são também os de maior actividade turística) esta situação é incompreensível.

Tendo a sustentabilidade como pano de fundo, pode-se dizer que este indicador teve uma evolução positiva quando comparamos os resultados dos três inquéritos e temos em conta os esforços numa maior sensibilização através da publicação de documentos para as boas práticas ambientais no sector (*AHRESP,2011*).

Considera-se no entanto crucial que seja dada uma maior importância na sensibilização para a redução e gestão controlada do consumo de água, um recurso que será cada vez mais valioso.

ENERGIA E EFEITO DE ESTUFA



As emissões de gases de efeito de estufa, nomeadamente o dióxido de carbono, e o consumo total de energia são dois importantes indicadores do impacto do turismo no ambiente. Infelizmente nenhum dos dois é referido no plano nacional para o turismo ou na sua revisão, demonstrando uma negligência para com a dimensão ambiental da sustentabilidade desta estratégia.

O gráfico 33 demonstra a taxa de crescimento do consumo energético (medido em Gigajoules) em três sectores da economia onde o turismo tem maior representatividade: alojamento, restauração e agência de viagens. Estes três sectores são englobados no Turismo.

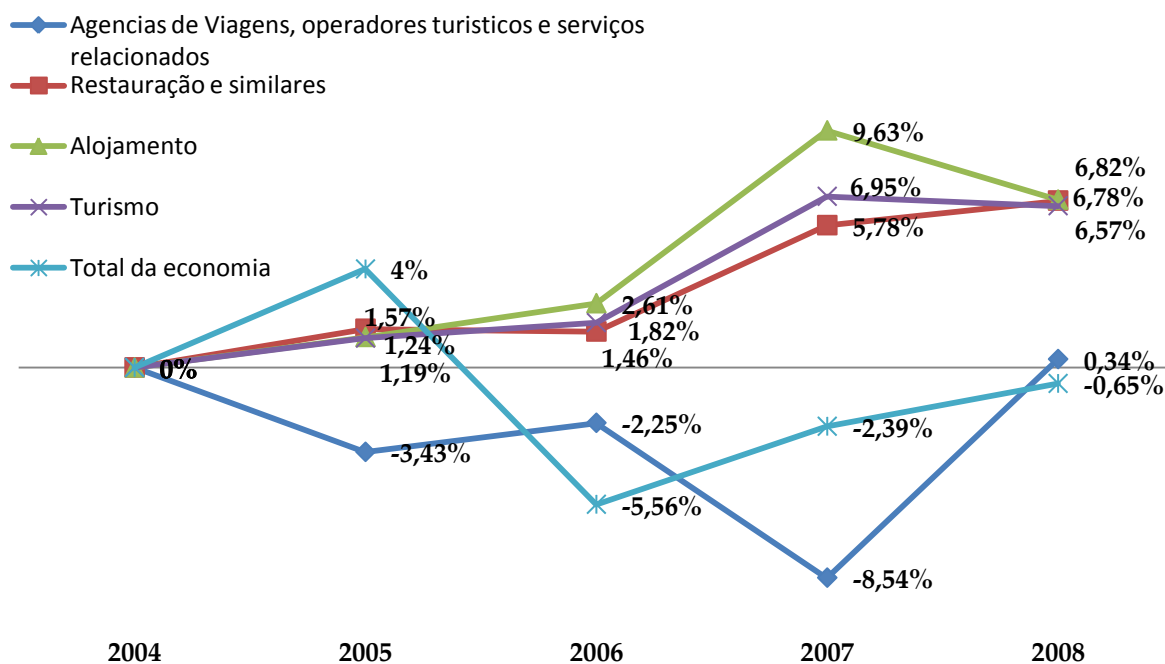


Gráfico 33: Taxas de crescimento do consumo total de energia (relevante para as emissões) em Portugal

Fonte: INE, Eurostat

Os dados disponibilizados pelo INE demonstram que o sector das agências de viagens foi o único, dos 3 analisados, que apresentou taxas de crescimento negativas, sendo que o Alojamento e os Restaurantes chegaram a apresentar taxas de 9,63% e 6,8% respectivamente.

Devido aos resultados destes três sectores, o Turismo também apresenta taxas de consumo energético progressivamente maiores. Esta evolução seria expectável, no entanto ao comparar com o consumo total da economia portuguesa (que tem

apresentado taxas de crescimento negativas desde 2006), constata-se que os resultados não são positivos e que demonstram uma baixa eficiência energética e um excessivo consumo por parte da indústria Turística.

O potencial para efeito de estufa é um indicador que calcula as toneladas equivalentes de dióxido de carbono nos vários sectores da economia. Este indicador foi baseado num documento metodológico, o Manual for Air Emission Accounts (*Eurostat, 2009*).

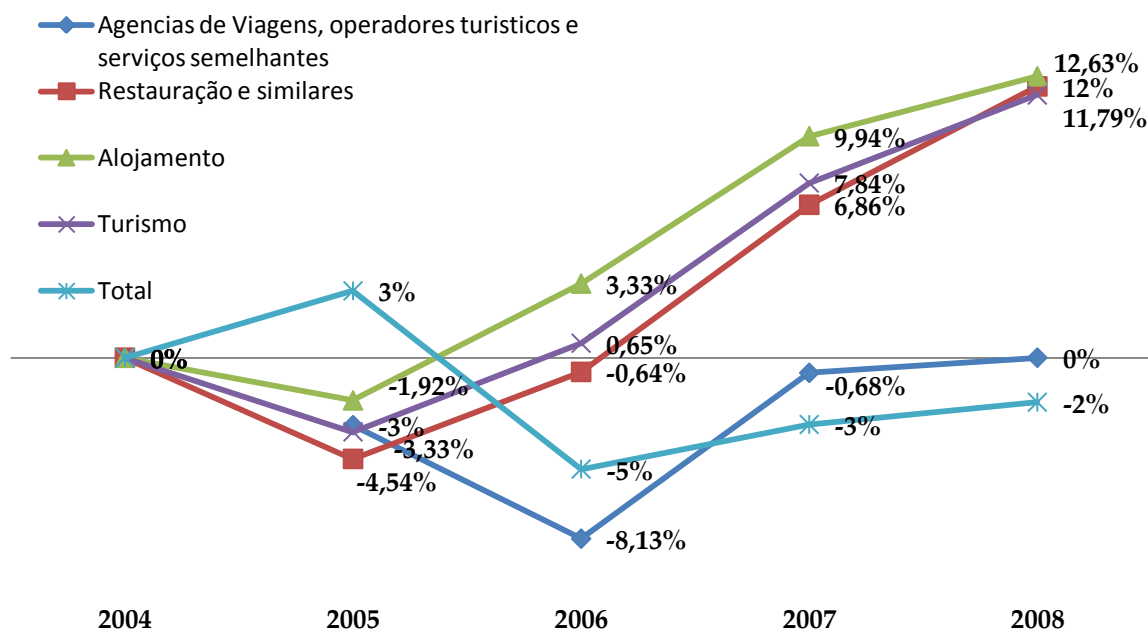


Gráfico 34: Taxas de crescimento do Potencial para Efeito de Estufa em Portugal

Fonte: INE, Eurostat

Com o potencial para o efeito de estufa os resultados são muito semelhantes, apesar das taxas de crescimento serem muito superiores nos sectores da Restauração, Alojamento e no Turismo em geral. Mais uma vez o Turismo não tem uma evolução semelhante ao total da economia.

Estes resultados demonstram uma evolução negativa do sector do turismo quando comparado com a economia portuguesa. Este aspecto pode estar relacionado com uma baixa eficiência energética, ausência de boas práticas de gestão nos empreendimentos turísticos ou um consumo exagerado. Independentemente da causa, a verdade é que uma estratégia nacional que se afirma preocupada com a sustentabilidade da indústria deve ter em consideração impactos ambientais como os que são analisados neste indicador.

Em suma, tanto o consumo energético como potencial para o efeito de estufa demonstram taxas de crescimento fora do normal que são negativas para o objectivo da sustentabilidade.

ISO E EMAS NO TURISMO



Green-washing é nos dias de hoje uma prática mais comum do que o que se desejaria. Este conceito é usado quando se observa um investimento significativamente maior de tempo e dinheiro a publicitar práticas amigas do ambiente do que no uso desses recursos para realmente melhorar as práticas ambientais. É, no fundo, o uso das relações públicas de uma empresa (incluindo marketing) para enganosamente promover a percepção de que as políticas da empresa ou produtos são ecologicamente correctos (Lyon, 2011). Por esta razão é importante que o consumidor consiga distinguir entre as verdadeiras empresas sustentáveis e as “*green-washers*”.

A falta de métodos para promover a gestão sustentável e para regular as “mensagens verdes” no turismo levou a um grande aumento de iniciativas voluntárias na forma de certificações, códigos de conduta ou galardões (Font, 2002). A certificação apresenta-se como uma estratégia essencial para manter e promover o Turismo economicamente interessante e sustentável.

De facto, com a globalização dos mercados e o alargamento da concorrência, a capacidade e necessidade de apresentar comprovativos de reconhecimento do cumprimento de requisitos específicos assume um papel cada vez mais importante.

A certificação EMAS e ISO (14001 e 9001) são dois dos principais instrumentos de gestão ambiental que têm vindo a ser aplicados por um número crescente de organizações, tanto a nível nacional como internacional (Agencia Portuguesa do Ambiente, 2007). Permitem a uma empresa demonstrar: a performance da organização face ao controlo e gestão das emissões, resíduos e águas residuais; poupar dinheiro através de uma gestão de recursos optimizada; minimizar o riscos da responsabilidade ambiental; promover uma conduta de consciência ambiental entre os seus colaboradores; e melhorar a imagem perante os seus clientes, parceiros e público em geral (APCER, 2011; TUV, 2011).

A gestão eficaz dos aspectos ambientais das actividades do negócio, tendo em consideração a protecção ambiental, prevenção da poluição e o cumprimento legal das necessidades socioeconómicas são alguns dos critérios avaliados por estas certificações (SGS, 2011). É portanto interessante, perceber-se como tem sido feita a evolução do número de estabelecimentos turísticos com certificações que promovem a sustentabilidade, como a EMAS e a ISO.

Para este indicador, entrou-se em contacto com as empresas que estão habilitadas para dar estas duas certificações segundo o instituto português de certificação (IPAC). A intenção era obter-se dados sobre o número de empresas

certificadas no sector do turismo e a data da sua certificação (de modo a ser possível perceber-se a evolução). Até á data limite obteve-se resposta da APCER, TUV, LRQA e da BV, infelizmente não existe uma base de dados sobre certificações deste género a nível nacional e a informação gentilmente disponibilizada não apresentava as datas de certificação de modo que é impossível perceber-se como tem sido feita a evolução nos últimos 10 anos.

HTA – Terceira Mar Hotel	06-09-2010
HTA – Hotéis, Turismo e Animação dos Açores	05-10-2008
Melo, Baptista & Mota – Aparthotel do Mirante	25-11-2008
Aparthotel Mira Villas	11-08-2010
Imoareia – Investimentos Turísticos	29-11-2010

Tabela 3: Empresas turísticas em Portugal com certificação EMAS e a data da renovação

Fonte: European Comission – Environment

O número de empresas certificadas com EMAS é muito reduzido se tivermos em conta o número total do sector.

Em relação á certificação ISO 14001 e 9001, apesar da sua reconhecida importância para a promoção e desenvolvimento de um produto turístico não existe um base de dados nacional que compile toda as estatísticas sobre estes rótulos. São necessários pedidos de informação individuais a todas as empresas certificadoras.

O SIDS no seu indicador sobre gestão ambiental e responsabilidade social, contabiliza o número de certificações anuais pela norma ISO 14001 e organizações registadas no EMAS. Seria muito útil informação organizada que permitisse adaptar este indicador ao sector do turismo.

Pois apesar de se ter vindo a verificar um incremento na aplicação destes instrumentos voluntários (em 2005 perfaziam 499 empresas certificadas com ISO 14001 e 19 com EMAS (*Agencia Portuguesa do Ambiente, 2007*)) no que toca ao sector turístico não se sabe como tem sido a evolução deste tipo de certificações tão importantes para uma sustentabilidade.

EMPREGABILIDADE NO SECTOR TURISTICO



A criação de emprego é um dos maiores impactos do turismo na comunidade local (Tsaour, Y. Lin, & J. Lin, 2006), sendo que é considerado por muitos especialistas como um indicador essencial para a avaliação da sustentabilidade do sector (Miller, 2001).

A nível nacional, o turismo tem uma importância verdadeiramente estratégica para a economia portuguesa em virtude da sua capacidade em criar riqueza e emprego. Um dos objectivos do Plano Nacional é impulsionar o Turismo de modo a que este contribua positivamente para o desenvolvimento económico de forma a representar 15% do emprego nacional em 2015 (MEI, 2007).

A percentagem que o sector do Turismo representa na empregabilidade total do país tem vindo a aumentar com o passar dos anos, sendo no entanto ainda cedo para afirmar se as metas propostas são possíveis de serem alcançadas.

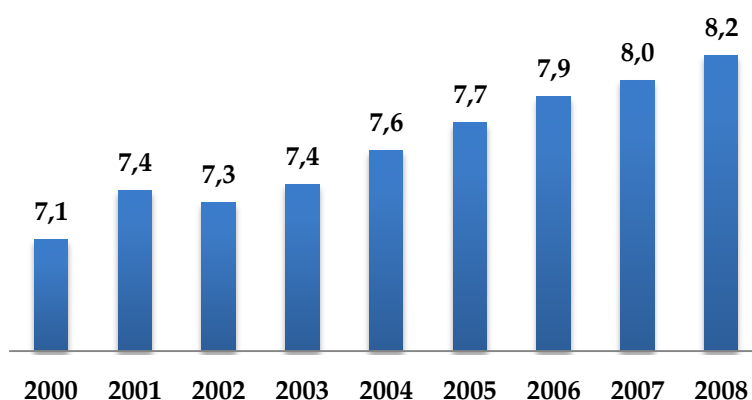


Gráfico 35: Empregabilidade no Sector do Turismo em relação ao Total da Economia (%)

Fonte: INE – Conta Satélite do Turismo

Com excepção de 2002, a empregabilidade no sector do Turismo tem vindo a aumentar consistentemente nos últimos anos.

Apesar de ser clara a evolução positiva do emprego ligado ao Turismo, é adequado perceber-se qual a relação com a evolução do número de empregos no total da economia portuguesa. Esta comparação permite contextualizar os dados do gráfico 35.

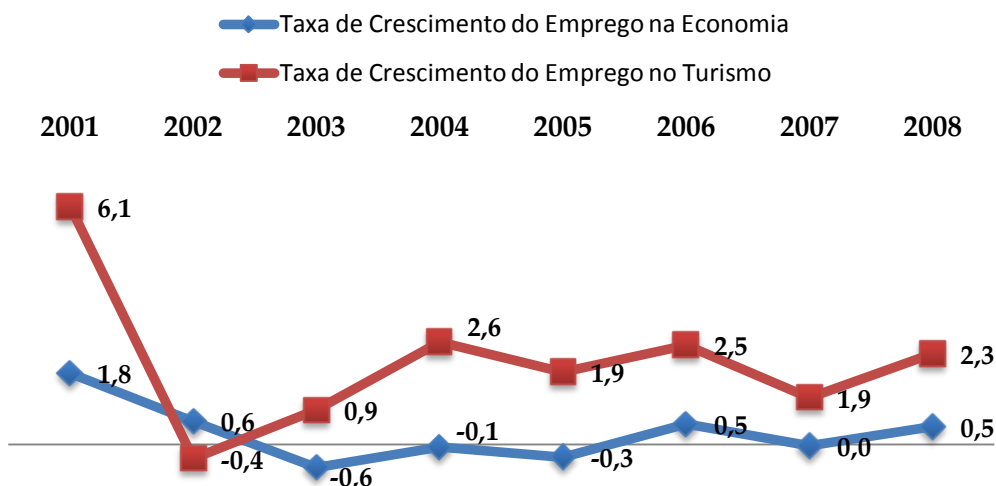


Gráfico 36: Taxa de crescimento de emprego no Turismo e na Economia (%)

Fonte: INE- Conta Satélite do Turismo

Nos últimos anos, as actividades características do turismo têm contribuído positivamente para o emprego, uma vez que têm apresentado taxas de crescimento superiores às da economia, excepto em 2002.

O emprego nas actividades características do turismo registou, desde 2003, uma evolução mais favorável que o da economia (+2,3% em 2008 face a 2007 em comparação com +0,5% na economia), enquanto que a variação do emprego na economia apresentou-se, de uma forma geral, negativa com uma estagnação em 2007.

Portanto o impacto do Turismo na empregabilidade revelou-se muito positivo entre 2001 e 2008, trazendo alguma confiança para resultados positivos nos anos seguintes. A WTTC prevê um aumento de 1,8% na contribuição directa do turismo para o emprego no ano 2021 (WTTC, 2011).

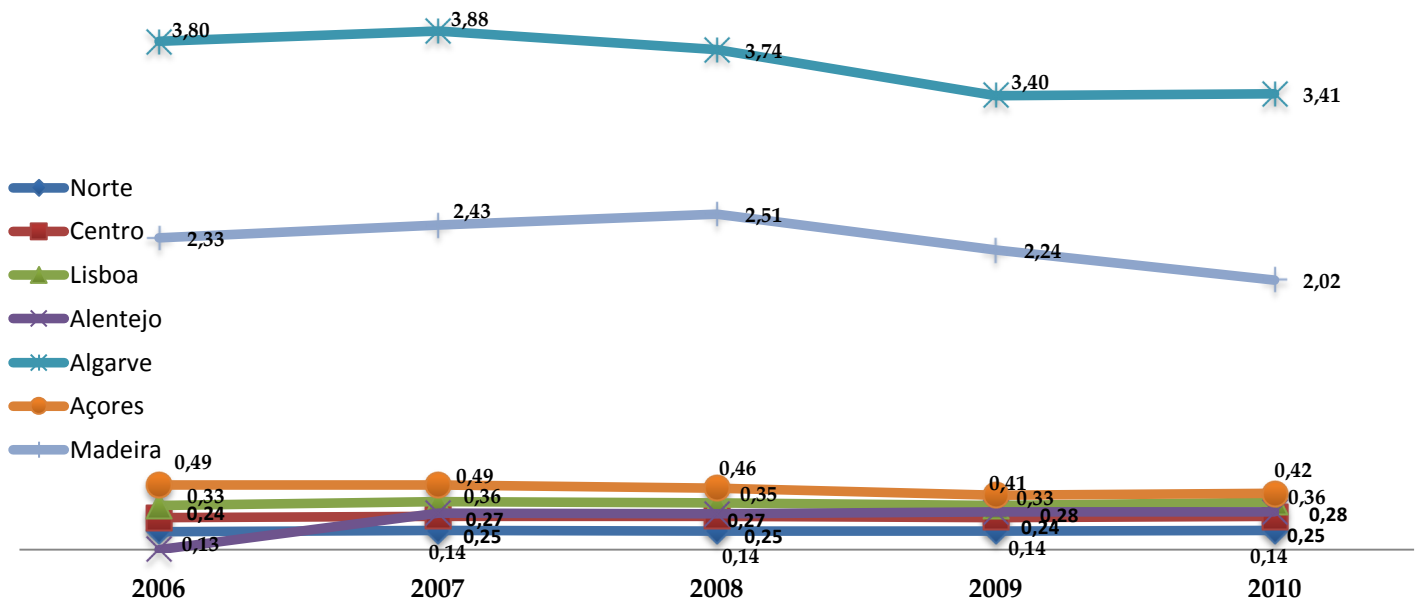
INTENSIDADE TÚRISTICA

O Turismo é um actividade de importância estratégica para Portugal não apenas de uma perspectiva económica, mas também numa dimensão social e ambiental (MEI, 2007). Independentemente de todos os impactos positivos que o Turismo possa trazer a uma comunidade, como emprego, receitas e imagem internacional também pode ser uma actividade geradora de desequilíbrios económicos, sociais e ambientais que, a longo prazo podem comprometer o seu potencial de geração de bem-estar e de desenvolvimento sustentável.



Segundo a União Europeia, através do documento *Environment and tourism in the Context of Sustainable Development* (1993), a intensidade turística é calculada pela razão entre o número de dormidas em milhares nos estabelecimentos hoteleiros e similares (incluindo parques de campismo e pousadas da juventude), ao longo do ano de referência e o número de residentes (em centenas). De acordo com esta metodologia esta razão reflecte:

- Turismo Sustentável: Intensidade Turística < 1,1
- Turismo Pouco Sustentável: 1,1 < Intensidade Turística < 1,5
- Turismo Insustentável: 1,5 < Intensidade Turística



Gráficos 37: Intensidade Turística por Região (NUTS II)

Fonte: INE- Instituto Nacional de Estatística

O indicador intensidade turística avalia a pressão exercida pelos turistas que permaneceram em território nacional. A intensidade turística global do país apresentou o valor de 0,42 em 2010 sendo inferior aos valores de 2007 e 2008, podendo ser considerada sustentável uma vez que se situa abaixo do limite (1,1).

No entanto quando se faz uma análise regional, como a que está apresentada no gráfico 1, verifica-se que é excedido o limite de sustentabilidade em algumas regiões, nomeadamente na região da Madeira e na região do Algarve com valores superiores a 2,0 e 3,4 respectivamente. Muito acima do limite de sustentabilidade apontado pela literatura, 1,6.

Todas as outras regiões mantiveram valores razoavelmente constantes ao longo dos últimos anos. São as regiões insustentáveis que tiveram um decréscimo na

intensidade turística com início em 2008, estes valores podem ser explicados com a grande diminuição de chegadas turísticas devido ao despoletar da recessão económica internacional.

Em termos nacionais pode-se afirmar que a intensidade turística não é um aspecto preocupante da indústria portuguesa, sendo que o limite da sustentabilidade está a uma distância confortável. Infelizmente duas das mais importantes regiões turísticas portuguesas, a Madeira e o Algarve, apresentam valores que em alguns anos foram mais do dobro do limiar da sustentabilidade.

A evolução ao longo dos anos apesar de ter demonstrado um decréscimo nestas duas regiões, as razões para essa diminuição são facilmente explicáveis podendo-se prever uma recuperação para os valores “normais” como o passar da crise económica. A diversificação para o turismo português, através de novos produtos em regiões diferentes é uma estratégia que deve ser seguida se queremos caminhar em direcção a um desenvolvimento sustentável do sector (MEI, 2007).

Por tudo isto, a avaliação deste indicador é reservada sendo necessário mais tempo para se compreender na totalidade as consequências da crise económica e das estratégias do plano nacional.

Conclusões

O Turismo é uma importante actividade económica na maioria dos países do mundo e Portugal não é excepção. Apesar das grandes receitas e empregabilidade que oferece, nos últimos anos os impactos (negativos e positivos) nas dimensões social, ambiental e económica têm escalado a grande velocidade.

O conceito de sustentabilidade entrou em voga devido à crescente consciencialização para a degradação do planeta. Em anos recentes, este conceito tornou-se um princípio imprescindível em qualquer tipo de gestão ou estratégia.

Portugal tem, nos últimos anos, vindo a apostar no seu grande potencial turístico. O investimento na indústria do turismo tem vindo a aumentar, sendo que em 2011, 10.5% do total de investimento capital do país foi para a indústria do Turismo. Esta grande percentagem, que está acima da média mundial (8,27%) ou de grandes potências turísticas como a Espanha (5,4%), França (3,03%) ou o Reino Unido (3,88%) demonstra bem o esforço que Portugal está a fazer para promover e desenvolver o Turismo (WTTC, 2011). Segundo a WTTC, Portugal tem boas posições nos rankings mundiais (sempre acima da média mundial) no que toca às *shares* da contribuição do turismo para os PIB's nacionais ou para a empregabilidade, no entanto as expectativas de crescimento real futuro posicionam Portugal abaixo da média mundial, o que é sintomático de um problema estratégico ou de eficácia.

A inexistência de procedimentos para supervisionar a identificação e gestão do desempenho económico, ambiental e social no sector do turismo é a maior motivação para a criação de um instrumento que permita averiguar a evolução e eficácia das políticas levadas a cabo. Esse instrumento foi um grupo de indicadores, sem eles nenhuma medição, relatório, investimento ou política levará a um desenvolvimento sustentável. Um grupo de indicadores não garante resultados. Mas resultados são impossíveis de obter sem a utilização de indicadores apropriados. E até indicadores correctos, podem por si só, produzir resultados. A presença de informação clara e robusta quase que automaticamente estimulará a tomada de acções para a resolução de problemas.

O papel de divulgador de um grupo de indicadores sai reforçado quando estes são visuais, imediatos, atractivos e convincentes, neste GIST foi usado um esquema tricolor e vários gráficos por indicador de forma a mais facilmente alcançar este objectivo.

Com a utilização do esquema tricolor, rapidamente se percebe quais as áreas do GIST com maiores problemas no que toca à sustentabilidade. Os subtemas mais relacionados com a dimensão económica e ambiental foram os que apresentarem piores resultados, com a cor vermelha em pelo menos um indicador (Relevância Económica, Sazonalidade e Ambiente)

Este trabalho pretendeu demonstrar a importância e a necessidade de um grupo de indicadores para o turismo português, uma ferramenta que contribua para uma melhoria da tomada de decisões.

Mesmo tendo em conta a indefinição do conceito de turismo sustentável e das problemáticas em torno da melhor metodologia para a sua avaliação e monitorização, é importante a obtenção de alguns indicadores preliminares que possam ser colocados em prática. Desta forma e sabendo que nenhum grupo de indicadores é perfeito pois implica compromissos entre a relevância do indicador, validade científica, capacidade de medição, facilidade de compreensão e até a sua acessibilidade em termos de custos e tempo é mesmo assim importante que se inicie este processo criativo.

O GITS é constituído por indicadores referenciados noutros trabalhos do género e com aplicabilidade a Portugal. No entanto por ser um trabalho inovador, verificou-se em muitos casos uma ausência de informação compilada sobre aspectos que certamente constituiriam um indicador importante, como é o caso da utilização da água no sector do turismo ou o número de chegadas de turistas internacionais a Portugal.

Como disse Meadows (1998), certamente que não será difícil chegar a indicadores melhores do que os actuais. Enquanto os considerarmos, humildemente, como ferramentas de avaliação provisórias e de aprendizagem ao invés de dogmas criados por experts, estaremos no caminho certo para uma aproximação da sustentabilidade.

De notar ainda que o turismo por ser uma actividade agregadora de múltiplos descritores ambientais, sociais e económicos tem toda a vantagem em ter as suas actividades características avaliadas por um índice composto. Este índice terá como vectores principais corresponderiam a indicadores de sustentabilidade ambiental como os criados para o GIST. Este índice será uma mais-valia para todo o sector turístico português, pois a par da aferição das performances sectoriais e da sua capacidade comparativa entre os agentes do sector, a utilização de um índice irá incentivar práticas mais sustentáveis como forma de promoção e divulgação das empresas mais cumpridoras.

Portanto, conclui-se que um instrumento como o GIST é não só útil para o sector turístico português como extremamente necessário na perseguição do conceito de desenvolvimento sustentável. Por ser um processo evolutivo de construção é acima de tudo essencial que se inicie o desenvolvimento destas ferramentas de grande potencial o mais depressa possível.

Referências Bibliográficas

- ABAE, (2011). Associação Bandeira Azul da Europa. *Guia de Interpretação e Explicação do Programa “Chave Verde”* (p. 20).
- ADEAC, (2011). Asociación de Educación Ambiental y del Consumidor. *Comunicado de Prensa Bandera Azul 2011 en España. Portal*, 7.
- AHRESP, (2011). Associação da Hotelaria Restauração e Similares de Portugal. *Guia de Boas práticas ambientais no sector Horeca* (p. 48).
- ANA, (2009). Aeroportos de Portugal. *Relatório anual de tráfego. ANA - Aeroportos* (p. 49).
- APA, (1999). Agencia Portuguesa do Ambiente. *Relatório do Estado do Ambiente*, 405-415.
- APA, (2007). Agencia Portuguesa do Ambiente. *SIDS –sistema de Indicadores de desenvolvimento sustentável* (p. 354).
- APCER,(2011). APCER - The certification’s brand.
<http://www.apcer.pt/intro/index.html>
- Agreement, M. (2000). *Mohonk Agreement : Proposal for an International Certification Program for Sustainable Tourism and Ecotourism*. (I. for P. S. with support from the F. Foundation, Ed.) (pp. 97-100). Mohonk Mountain House, New York.
- Amoah, V. A. (1997). Tourism education : policy versus practice. *International journal of Contemporary Hospitality Management*, 5-12.
- Antunes, P. B. (2004). *Direito Ambiental* (7th ed.). Lumen Juris: Rio de Janeiro.
- Australian Government, (2009). Department of Resources and Tourism. *National Long-Term Tourism Strategy* (p. 15).
- Beni, M. C. (1997). *Análise estrutural do turismo* (10th ed., p. 517). Sao Paulo: Senac - Sao Paulo.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Managment of Resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), 5-12. doi:10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x
- Butler, R. W. (1998). Sustainable Tourism - Looking backwards in order to progress. In M. H. & A. Lew (Ed.), *Sustainable Tourism : A geographical prespective* (pp. 25-34). Longman, Harlow, UK.

- Butler, R. W. (2007). Sustainable tourism : A state of the art review. *Tourism Geographies*, (September 2011), 37-41.
- CHL, (2002). Consulting Group. *Tanzania Tourism Master Plan Strategy & Actions. Components* (p. 125).
- CST, (2009). Conta Satélite do Turismo. *O Turismo na Economia Indicadores de Actividade Turística e Económica em Portugal 2000-2009*, 30.
- Choi, H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management*, 27(6), 1274-1289. doi:10.1016/j.tourman.2005.05.018
- Communities, E. (2006). European Communities. *Methodological work on measuring the sustainable development of tourism Part 2 : Manual on sustainable development indicators, Part 2*, 26.
- Cooper, C. (2008). *Tourism: principles and practice* (p. 704). Pearson Education.
- Cordeiro, I. J. D. (2008). *Instrumentos de Avaliação da Sustentabilidade do turismo: Uma análise crítica*.
- Cunha, L. (2009). Turismo: "Coragem para agir." *Universidade Lusófona*.
- DCMS, (2005). *National Sustainable Tourism Indicators. Tourism* (Vol. 28, p. 28). Department for Culture Media and Sport.
- DEFRA, (2009). Department for Environment Food and Rural Affairs. *Sustainable development indicators in your pocket 2009 Securing the future*.
- Dahl, A. L. (1997). The big picture: comprehensive approaches. *Sustainability Indicators. report of the project on indicators of sustainable tourism*.
- Daniel, A. C. M. (2010). Caracterização do Sector Turístico em Portugal. *Review Literature And Arts Of The Americas*, VIII, 255-276.
- Demunter, C. (2008). Are recent evolutions in tourism compatible with sustainable development? *Statistics in focus*, 2005, 8.
- Dobruszkes, F. (2006). An analysis of European low-cost airlines and their networks. *Journal of Transport Geography*, 14(4), 249-264. doi:10.1016/j.jtrangeo.2005.08.005
- España, Ministerio de Industria, T. Y. C. (2007). *Turismo 2020- Plan del Turismo Español Horizonte 2020* (p. 70).
- European Communities, (2006). *Methodological work on measuring the sustainable development of tourism Part 1 : Technical report* (p. 33).

- Eurostat, E. C. (2009). Eurostat. *Manual for Air Emissions Accounts 2009* (p. 202).
- FEE, (2007). The Foundation for Environmental Education. *The blue flag - Eco-label for beaches and marinas* (p. 12).
- FEE, (2011a). The Foundation for Environmental Education. *The Green Key FAQ*.
<http://www.green-key.org/>.
- FEE, (2011b). The Foundation for Environmental Education. *Blue Flag Beach Criteria* (p. 39).
- Farsari, Y., & Prastacos, P. (2001). Sustainable Tourism Indicators for Mediterranean Established Destinations. *Tourism today*, 1-27.
- Ferreira, M. P. (2008). Análise dos modelos de indicadores no contexto do desenvolvimento sustentável. *Revista electronica de ciencias sociais aplicadas*, 3(1), 17.
- Font, X. (2002). Environmental certification in tourism and hospitality : progress , process and prospects. *Tourism Management*, 23, 197-205.
- Gallopín, G. C. (1996). Environmental and sustainability indicators and the concept of situational indicators. A systems approach. *Environmental Modeling & Assessment*, 1(3), 101-117. doi:10.1007/BF01874899
- Gasparatos, a, Elharam, M., & Horner, M. (2008). A critical review of reductionist approaches for assessing the progress towards sustainability. *Environmental Impact Assessment Review*, 28(4-5), 286-311. doi:10.1016/j.eiar.2007.09.002
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley and Sons.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships* (p. 302).
- Hanai, F. Y. (2009). Sistema de Indicadores de Sustentabilidade: uma aplicação ao contexto de desenvolvimento do Turismo na Região de Bueno Brandão, *Estado de Minas Gerais , Brasil*.
- Hardy, A. L., & Beeton, R. J. S. (2011). Sustainable tourism or maintainable tourism: Managing resources for more than average outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(3), 168-192. Channel View Books/Portland Press.
- ICS The Green Key, (2010). *International Baseline Criteria for the Green Key. Baseline* (Vol. 6, pp. 1-8).
- IEFP, (2010). Instituto do Emprego e Formação Profissional. *Estatísticas de Emprego Mensais*.

- IMF, (2009). International Monetary Fund. *World Economic Outlook: Crisis and Recovery, April 2009* (p. 251).
- INE, (2009). Instituto Nacional de Estatística. *Estatísticas do Turismo 2009* (p. 147).
- INE, (2010). Instituto Nacional de Estatística. *Estatísticas do Turismo 2010* (p. 149).
- Isabel, A., & Correia, C. (2005). Atitude dos residentes face ao Turismo na Região (pp. 1366-1399).
- Jenkins, C. L. (2006). Tourism Development: Policy, Planning and Implementation Issues in Developing Countries. *Department of geography occasional paper #20. University of Waterloo, (Department of Geography Publication Series)*.
- Ko, J. (2001). Assessing Progress of Tourism Sustainability. *Annals of Tourism Research, 28*(3), 817-820. doi:10.1016/S0160-7383(00)00070-0
- Ko, T. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach. *Tourism Management, 26*(3), 431-445. doi:10.1016/j.tourman.2003.12.003
- Lincoln, A. (1858). *A House Divided': Speech at Springfield State Convention*.
- Lyon, T. P. (2011). Greenwash : Corporate Environmental Disclosure under Threat of Audit. *Journal of Economics & Management Strategy, 20*(1), 3-41.
- MEI, (2007). Ministério da Economia e Inovação. *Plano Estratégico Nacional do Turismo* (p. 137).
- McKenna, J., Williams, A. T., & Cooper, J. A. G. (2010). Blue Flag or Red Herring: Do beach awards encourage the public to visit beaches? *Tourism Management, 32*(3), 576-588. Elsevier Ltd. doi:10.1016/j.tourman.2010.05.005
- Meadows, D. (1998). *Indicators and Information Systems for Sustainable by Donella Meadows. Group* (p. 95).
- Micallef, a, & Williams, a. (2004). Application of a novel approach to beach classification in the Maltese Islands. *Ocean & Coastal Management, 47*(5-6), 225-242. doi:10.1016/j.ocecoaman.2004.04.004
- Miller, G. (2001). The development of indicators for sustainable tourism: results of a Delphi survey of tourism researchers. *Tourism Management, 22*(4), 351-362. doi:10.1016/S0261-5177(00)00067-4
- Ministry of Tourism of Turkey, (2007). *Tourism Strategy of Turkey - 2023. Culture* (p. 74). Ankara.

- Ministry of Tourism, B. (2007). Brazil - National Tourism Plan 2007-2010- *A journey Towards Inclusion*.
- Mota, I. A. (2005). *Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável, ENDS. Economia* (p. 145).
- Mowforth, M., & Munt, I. (2003). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World* (p. 382). Routledge.
- Nelson, C., & Botterill, D. (2002). Evaluating the contribution of beach quality awards to the local tourism industry in Wales — the Green Coast Award. *Ocean & Coastal Management*, 45, 157-170.
- Notarstefano, C. (2008). European sustainable tourism: context, concepts and guidelines for action. *International Journal of Sustainable Economy*, 1(1), 44. doi:10.1504/IJSE.2008.020015
- Organizacion Mundial do Turismo, (2005). *Indicators de desarrollo sostenible* (p. 545).
- PENT2.0, (2011). *PENT 2.0* (p. 52).
- Rebollo, J. F. V. (2004). Indicadores de Sostenibilidad para destinos maduros: balance Y propuestas de aplicación. *Tourism* (p. 11).
- Rebollo, J. F. V., & Baidal, J. a I. (2003). Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torrevieja, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3), 181-203. doi:10.1080/09669580308667202
- SGS,(2011). Société Générale de Surveillance. *SGS in Portugal*: <http://www.pt.sgs.com/>.
- SIET-MAC, (2005). *Sistema de indicadores de sustentabilidade do turismo da macaronésia 2000-2005* (p. 88).
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140. doi:10.1016/j.annals.2006.06.007
- Seguro, P. (2006). *Boas Práticas Ambientais nos Estabelecimentos Hoteleiros* (p. 15).
- TUV, (2011). TÜV Rheinland Portugal. <http://www.tuv.pt/>.
- Tsaur, S., Lin, Y., & Lin, J. (2006). Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management*, 27(4), 640-653. doi:10.1016/j.tourman.2005.02.006
- Turismo de Portugal, (2008). Relatório de Sustentabilidade, 100.

- Turismo de Portugal, (2009a). *Listagem de cursos e escolas reconhecidos ou* (p. 3).
- Turismo de Portugal, (2009b). *Anuário das Estatísticas do Turismo* (p. 73).
- UN, (1987). *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*.
- UNWTO, (2008). World Tourism Organization. *Tourism Highlights 2008* (p. 12).
- UNWTO, (2009). World Tourism Organization. *Tourism Highlights 2009* (p. 12).
- UNWTO, (2010). World Tourism Organization. *Tourism Highlights 2010* (p. 12).
- UNWTO, (2011). World Tourism Organization. *Tourism Highlights 2011* (p. 12).
- Valentin, A., & Spangenberg, J. H. (2000). A guide to community sustainability indicators. *Environmental Impact Assessment Review*, 20, 381-392.
- Van-Bellen, H. M. (2005). *Indicadores de Sustentabilidade: Uma Análise Comparativa* (p. 256). FGV Editora.
- Viegas, M. M. A. (2008). Práticas ambientais no sector Hoteleiro do algarve. *dosAlgarves*, (Nº17), 31-37.
- WTTC, (2009). World Travel & Tourism Council. *Progress and Priorities 2009-10. Environment* (p. 36).
- WTTC, (2011). World Travel & Tourism Council. *Travel & Tourism Economic Impact 2011 - PORTUGAL. Compare A Journal Of Comparative Education* (p. 20).
- WTTC, (1993). World Travel & Tourism Council . *Agenda 21 - Para a indústria de viagens e turismo* (p. 25).
- WWF-UK,(2002). WWF. *Holiday Footprinting*, (March).
- Weaver & Lawton, D. and L. (2002). *TOURISM MANAGEMENT* (p. 480). Pacific Book House.

Anexos

ANEXO I- CONJUNTO DE INDICADORES PRESENTES NO PENT E PENT2.0

PENT

Indicadores a nível internacional

- Evolução do número de turistas (milhões de turistas, 2003-2020)
- Quotas de mercado dentro do top 20 mundial (2000, 2002 e 2004)
- Caracterização dos turistas europeus por idade e despesa
 - Repartição de turistas por escalão etário (1992-2001)
 - Despesa anual média per capita em férias na Europa
- Evolução do número e duração das viagens (2000-2004)
- Turistas estrangeiros em Espanha segundo forma de organização da viagem (2002-2005)
- Dimensão das receitas do Turismo online na Europa (1998-2006)
- Quota de Mercado das companhias low cost na Europa (1996-2010)

Indicadores a nível nacional

- Receitas e contribuição para o PIB (comparação entre 2000 e 2004)
- Contribuição para o Emprego (comparação entre 2000 e 2004)
- Evolução da Procura
 - Mercado Interno (comparação entre 2004 e 2005)
 - Turistas Estrangeiros em Portugal (comparação entre 2004 e 2005)
 - Peso dos hóspedes estrangeiros no total de hóspedes (2002-2005)
- Quota de mercado, % de turistas recebidos (anos de 2000, 2002 e 2004)
- Dependência dos quatro mercados emissores (2002 e 2005)
- Mercados emissores das regiões (2005, % dormidas de estrangeiros)
- Dormidas de estrangeiros em hotelaria global e sazonalidade (2005)
- Peso das ligações internacionais directas *low cost* no total (Setembro 2006)

Indicadores a nível regional

- Taxas de ocupação de cama nas regiões portuguesas face às espanholas (2005)
- RevPAR por região (2005)

Diogo Stilwell

- Análises das performances turísticas das várias regiões (2002-2005)
 - Dormidas em estabelecimentos hoteleiros
 - Desempenho dos estabelecimentos hoteleiros
- Avaliação de Lisboa por turistas estrangeiros (2005)
 - Realidade face às expectativas
 - Probabilidade de regresso à região
- Acessibilidades ao Funchal
 - Número de ligações semanais directas (Setembro 2006)
 - Passageiros em voo charter (2005)
- Percentagem de hotéis de 5 estrelas por cadeias internacionais (2006)
- Número de camas por região e por tipo de alojamento (2005)

Análises e previsões em concordância com os objectivos propostos

- É feita uma demonstração gráfica dos objectivos para o número de turistas estrangeiros em cada região de Portugal
- Análise da evolução do número de dormidas de origem nacional por região (2006 – 2015)
- Objectivos de evolução do peso do Turismo no PIB e no Emprego (2006 - 2015)
- Objectivos estratégicos para os mercados emissores (Quota de mercado e dormidas de estrangeiros)

PENT2.0

- Evolução do Turismo em Portugal (hóspedes e dormidas) (2005-2010)
- Evolução da dependência dos mercados estratégicos
 - Dormidas por grupo de mercados (2006-2010)
 - Outbound mercados estratégicos (milhões de turistas) (2006-2010)
- Evolução do tráfego aéreo, incluindo charters e companhias *low cost* (evolução de passageiros desembarcados) (2006 - 2010)
- Progresso das vendas online no turismo (1998 - 2009)
- Peso das *low cost* nos passageiros transportados (2006 e 2010)

Análises em concordância com os objectivos propostos/ Correção de metas

- Objectivos de hóspedes e dormidas de turistas nacionais
- Objectivos de hóspedes e dormidas de estrangeiros
- Receitas de estrangeiros e evolução da balança comercial do Turismo
 - Receitas de estrangeiros (2010 – 2015)

- Evolução do peso das receitas de estrangeiros nas exportações (2010-2015)
- Dormidas de estrangeiros na época baixa em Portugal (2009)

ANEXO II- LINHAS DE DESENVOLVIMENTO ESTRATÉGICO DO PENT

1. **Mercados emissores** – Apostar na captação de turistas de 20 mercados emissores internacionais e no desenvolvimento do Turismo interno
2. **Estratégia de produtos** – Consolidar e desenvolver 10 produtos turísticos estratégicos
3. **Linhas orientadoras para as regiões** – Desenvolver ofertas distintivas para as regiões, alinhadas com a propostas de valor do destino Portugal, capitalizando a vocação natural de cada região e desenvolvendo os seus factores de qualificação
4. **Linhas de orientação para os pólos** – Desenvolver 6 novos Pólos Turísticos para diversificar a oferta turística em Portugal e implementar um modelo de desenvolvimento sustentado
5. **Acessibilidades aéreas** – Reforçar as acessibilidades aéreas com as cidades/regiões com maior potencial turístico em cada mercado emissor
6. **Eventos** – Dinamizar um calendário nacional de eventos que assegure o reforço da notoriedade do destino e o enriquecimento da experiência do turista
7. **Enriquecimento da oferta** – Desenvolver e inovar conteúdos tradicionais portugueses que constituam factores de diferenciação turística
8. **Qualidade urbana, ambiental e paisagística** – Tornar a qualidade urbana, ambiental e paisagística numa componente fundamental do produto turístico para valorizar e qualificar o destino Portugal
9. **Qualidade de serviço e de recursos humanos** – Reforçar a qualidade do Turismo português ao longo dos “momentos de verdade” de interacção com o turista, através da implementação de um sistema de qualidade turística e da formação e valorização dos recursos humanos

10. **Promoção e distribuição** – Implementar uma abordagem inovadora, comunicando uma proposta de valor diferenciada, actuando por mercado emissor e segmento, conferindo maior enfoque no canal internet, promovendo uma gestão proactiva da relação com prescritores

11. **Eficácia e modernização da actuação dos agentes públicos e privados** – Facilitar a interacção das empresas com o Estado, promover a difusão do conhecimento, estimular a investigação e o desenvolvimento e a adopção de práticas inovadoras pelas empresas, incentivar a modernização empresarial.

ANEXO III- CATEGORIAS DO GRÁFICO 32

- Utilização generalizada de lâmpadas economizadoras de energia
- Aproveitamento de energia solar para aquecimento de água
- Sensores de luzes automáticos nos quartos e/ou corredores
- Autocolismos de baixo consumo de água
- Mudanças de toalhas e lençóis a pedido dos hóspedes
- Utilização de temporizadores nas torneiras
- Separação de resíduos
- Reencaminhamento de resíduos orgânicos para compostagem
- Não colocação á disposição de produtos descartáveis ou de utilização única, excepto quando exigido por lei.
- Utilização de água de qualidade inferior (água da chuva ou ETAR)