

Fundamentos do turismo sustentável. Conceptualização e gestão

Monografías do IBADER - Serie Creación de Valor Sostible nas Organizacións

M. Ángeles López-Cabarcos (Coordenadora)
Analía López-Carballeira
Vanessa Miramontes-Viña



Coordenadores sectoriais:
Helena Santos Rodrigues
Nadir Almeida



IBADER
Instituto de Biodiversidade
Agraria e Desenvolvemento Rural

Fundamentos do turismo sustentábel. Conceptualización e gestión

Autores: M. Ángeles López-Cabarcos (Coordinadora do manual), Analía López-Carballera (3 capítulos), Vanessa Miramontes-Viña (3 capítulos). Coordinadores sectoriais: Helena Santos Rodrigues, Nadir Almeida.

A efectos bibliográficos a obra debe citarse:

López-Cabarcos, M.A. (Coordinadora), López-Carballera, A., Miramontes-Viña, V. (2025). Fundamentos do turismo sustentábel. Conceptualización e gestión. Monografías do Ibader - Serie Creación de Valor Sostible nas Organizacións. IBADER. Universidade de Santiago de Compostela. Lugo.

Esta publicación foi sometida a un proceso de revisión por pares.

Deseño e Maquetación: L. Gómez-Orellana

ISSN edición dixital: 1988-8341

Depósito Legal: C 173-2008

Edita: IBADER (Instituto de de Biodiversidade Agraria e Desenvolvemento Rural). Universidade de Santiago de Compostela, Campus Universitario s/n. E-27002 Lugo, Galicia.

<http://www.ibader.gal>

info@ibader.gal

Copyright: Instituto de Biodiversidade

Agraria e Desenvolvemento Rural (IBADER).



Editado coa colaboración da
Deputación de Lugo:



Fundamentos do turismo sustentável. Conceptualización e gestión

M. Ángeles López-Cabarcos (Coordinadora do Manual)
Departamento de Organización de Empresas e
Comercialización. Universidade de Santiago de Compostela

Analia López-Carballeira (Capítulos 1, 5, 6)
Departamento de Organización de Empresas e
Comercialización. Universidade de Santiago de Compostela

Vanessa Miramontes-Viña (Capítulos 2, 3, 4)
Departamento de Economía Financieira e Contabilidade.
Universidade de Santiago de Compostela

Coordenadores sectoriais

Helena Santos Rodrigues
Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Nadir Almeida
Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais –
ISCEE Cape Verde



**Monografías do IBADER - Serie Creación de Valor Sostible
Lugo 2025**

Monografías do IBADER

Instituto de Biodiversidade Agraria e Desenvolvemento Rural

Temática e alcance

O Instituto de Biodiversidade Agraria e Desenvolvemento Rural (IBADER) é un instituto mixto universitario, situado na cidade de Lugo e conformado pola Universidade de Santiago de Compostela, as Consellerías da Xunta de Galicia con competencias en Medio Ambiente e Medio Rural e a Deputación de Lugo.

Unha das actividades do IBADER é a publicación e difusión de información científica e técnica sobre o medio rural desde unha perspectiva pluridisciplinar. Con este obxectivo publícanse a revista Recursos Rurais e as Monografías do IBADER, espazos orientados a fortalecer as sinerxías entre colectivos vinculados ao I+D+I no ámbito da conservación e xestión da Biodiversidade e do Medio Ambiente nos espazos rurais e nas áreas protexidas, os Sistemas de Producción Agrícola, Gandeira, Forestal e a Planificación do Territorio, tendentes a propiciar o Desenvolvemento Sostible dos recursos naturais.

A Revista científico-técnica Recursos Rurais publica artigos, revisións, notas de investigación e reseñas bibliográficas. A revista inclúe unha Serie Cursos, que publica os resultados de reunións, seminarios e xornadas técnicas ou de divulgación. As Monografías do IBADER divulgan traballos de investigación de maior entidade, manuais e textos de apoio a docencia ou investigación e obras de divulgación científico-técnica.

A revista Recursos Rurais atópase incluída na publicación dixital Unerevistas da UNE (Unión de Editoriales Universitarias Españolas) e na actualidade inclúese nas seguintes bases de datos especializadas: CIRBIC, Dialnet, ICYT (CSISC), Latindex, Rebiun e REDIB.

Política de revisión

Todos os traballos publicados polo IBADER, deben ser orixinais. Os traballos presentados serán sometidos á avaliación confidencial de dous expertos anónimos designados polo Comité Editorial, que poderá considerar tamén a elección de revisores suxeridos polo propio autor. Nos casos de discrepancia recorrerase á intervención dun terceiro avaliador. Finalmente corresponderá ao Comité Editorial a decisión sobre a aceptación do traballo. Caso dos avaliadores propoñeren modificacións na redacción do orixinal, será de responsabilidade do equipo editorial -unha vez informado o autor- o seguimento do proceso de reelaboración do traballo. Caso de non ser aceptado para a súa edición, o orixinal será devolto ao seu autor, xunto cos ditames emitidos polos avaliadores. En calquera caso, os orixinais que non se suxeiten ás seguintes normas técnicas serán devoltos aos seus autores para a súa corrección, antes do seu envío aos avaliadores.

IBADER
Instituto de Biodiversidade Agraria e Desenvolvemento Rural
Universidade de Santiago de Compostela
Campus Universitario s/n
E 27002 Lugo, Galicia (España)

Tfno 982 824500
Fax 982 824501

<http://www.ibader.gal>
info@ibader.gal

1. TURISMO E SUSTENTABILIDADE.....	5
1.1. TURISMO.....	5
1.2. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	7
1.2.1. A ORIGEM E A EVOLUÇ3O DO CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL... 7	
1.2.2. AS NAÇ3ES UNIDAS E O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	13
1.3. TURISMO SUSTENTÁVEL	16
1.3.1. CONCEITO E NATUREZA DO TURISMO SUSTENTÁVEL.....	16
1.3.2. MODALIDADES DE TURISMO SUSTENTÁVEL	18
1.3.3. OBJECTIVOS DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO SUSTENTÁVEL	20
RESUMO DO CAPÍTULO.....	22
QUEST3ES DE COMPREENS3O	23
BIBLIOGRAFIA.....	23
EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 1	26
2. CONCEPTUALIZAÇ3O E IMPLICAÇ3ES DO TURISMO SUSTENTÁVEL.....	27
2.1. IMPACTO ECON3MICO, SOCIAL E AMBIENTAL DO TURISMO	27
2.1.1. IMPACTO ECON3MICO.....	28
2.1.2. IMPACTO SOCIAL	31
2.1.3. IMPACTO AMBIENTAL	35
2.2. ENQUADRAMENTO NORMATIVO DO TURISMO SUSTENTÁVEL	38
2.2.1. ENQUADRAMENTO INTERNACIONAL	38
2.2.2. MARCO EUROPEU.....	40
2.3. PRINCIPAIS ACTORES DO TURISMO SUSTENTÁVEL.....	41
2.3.1. SECTOR PÚBLICO	42
2.3.2. INDÚSTRIA DO TURISMO	42
2.3.3. ORGANIZAÇ3ES N3O GOVERNAMENTAIS.....	42
2.3.4. COMUNIDADES LOCAIS	43
2.3.5. TURISTAS	43
RESUMO DO CAPÍTULO.....	45
QUEST3ES DE COMPREENS3O	46
BIBLIOGRAFIA.....	46
EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 2	49
3. DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS	51
3.1. CARACTERÍSTICAS DOS DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS.....	51
3.1.1. EQUILÍBRIO POPULACIONAL E IDENTIDADE CULTURAL	53
3.1.2. O DESENVOLVIMENTO ECON3MICO E SOCIAL	54
3.1.3. MANUTENÇ3O DO VALOR DO TERRIT3RIO E DO PATRIM3NIO	54
3.1.4. A COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL.....	55
3.2. TIPOS DE DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS	56
3.2.1. TURISMO DE SOL E PRAIA.....	58
3.2.2. TURISMO CULTURAL.....	59
3.2.3. TURISMO RURAL.....	61

3.2.4.	ECOTURISMO.....	63
	RESUMO DO CAPÍTULO	66
	QUEST3ES DE COMPREENS3O	67
	BIBLIOGRAFIA	67
	EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 3.....	70
4.	INSTRUMENTOS DE AVALIAÇ3O DO TURISMO SUSTENTÁVEL	71
4.1.	INSTRUMENTOS DE MEDIÇ3O DO IMPACTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL	71
4.1.1.	PEGADA ECOL3GICA E CAPACIDADE DE CARGA	72
4.1.2.	AVALIAÇ3O DE IMPACTO AMBIENTAL	72
4.1.3.	INDICADORES PARA MEDIR O IMPACTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL	74
4.2.	TIPOS DE INSTRUMENTOS DE MEDIÇ3O DO TURISMO SUSTENTÁVEL	78
4.2.1.	OBSERVAT3RIO DE TURISMO.....	79
4.2.2.	INDICADORES AMBIENTAIS	81
4.2.3.	AUDITORIA AMBIENTAL	83
4.2.4.	RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.....	84
4.2.5.	ECOR3TULOS.....	84
	RESUMO DO CAPÍTULO	85
	QUEST3ES DE COMPREENS3O	86
	BIBLIOGRAFIA	86
	EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 4.....	89
5.	GEST3O DE TURISMO SUSTENTÁVEL	91
5.1.	PLANEAMENTO ESTRAT3GICO DE DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS	91
5.2.	ANÁLISE ESTRAT3GICA DE DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS	94
5.2.1.	ORIENTAÇ3O AO FUTURO DA EMPRESA.....	94
5.2.2.	ANÁLISE ESTRAT3GICA	96
5.3.	AS VANTAGENS COMPETITIVAS E A ESTRAT3GIA DOS DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS	99
5.3.1.	VANTAGEM COMPETITIVA	99
5.3.2.	ESTRAT3GIA COMPETITIVA.....	101
5.4.	ESTRAT3GIA DE IMPLEMENTAÇ3O EM DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS	
	103	
5.4.1.	AVALIAÇ3O DAS ESTRAT3GIAS.....	103
5.4.2.	IMPLEMENTAÇ3O DAS ESTRAT3GIAS.....	104
	RESUMO DO CAPÍTULO	110
	QUEST3ES DE COMPREENS3O	111
	BIBLIOGRAFIA	111
	EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 5.....	112
6.	TECNOLOGIA E TURISMO SUSTENTÁVEL.....	113
6.1.	TECNOLOGIA E TURISMO SUSTENTÁVEL	113
6.2.	TECNOLOGIA E DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS.....	115
6.2.1.	TECNOLOGIAS NO TURISMO SUSTENTÁVEL.....	117
6.3.	TECNOLOGIA E GEST3O SUSTENTÁVEL.....	123

RESUMO DO CAPÍTULO.....	125
QUESTÕES DE COMPREENSÃO.....	126
BIBLIOGRAFIA.....	126
EXPLORE MAIS: VÍDEO DE RESUMO DO CAPÍTULO 6	129

1. TURISMO E SUSTENTABILIDADE

Objectivos do capítulo

- Proporcionar uma introdução aos fundamentos do turismo
- Explorar e conhecer o que é o desenvolvimento sustentável
- Explorar e conhecer o que é o turismo sustentável

1.1. TURISMO

O turismo é uma actividade complexa e multidimensional que envolve várias dimensões e aspectos económicos, o que o torna difícil de definir (Cooper, 2008). Devido a esta complexidade, existem múltiplas definições e descrições do que constitui exactamente o turismo, quais os elementos que o compõem e até quem deve ser considerado um turista (Sancho, 1994; Telfer, 2014). Assim, Burkhart e Medlik (1981) identificam dois grupos principais nos quais as definições de turismo podem ser classificadas: técnicas e conceptuais. As abordagens técnicas ao conceito de turismo são aquelas que identificam diferentes tipos de turistas e actividades turísticas, geralmente com um objectivo estatístico ou legislativo. Esta é a base das definições de turismo adotadas pelo Turismo das Nações Unidas (antiga Organização Mundial do Turismo - OMT), pela Liga das Nações ou pela Conferência das Nações Unidas sobre Viagens e Turismo, entre outras, e é utilizada principalmente para a medição quantitativa do tráfego turístico. As abordagens conceptuais são aquelas que procuram definir conceptualmente o turismo numa perspectiva essencialmente antropológica. O seu objectivo é introduzir o significado ou o papel do turismo no processo de definição do turismo. Pese a ausência de definições claras que delimitem a actividade turística e a distingam de outros sectores, todas elas contribuem, de alguma forma, para uma compreensão mais profunda do turismo (Sancho, 1994). Algumas definições de turismo são apresentadas de seguida (Tabela 1.1.).

Autores	Definição
Sociedade de Turismo de Inglaterra, (1976)	É a deslocação curta e temporária de pessoas para destinos diferentes do seu local de residência habitual ou de trabalho, bem como as actividades que realizam durante a sua estadia no destino. Abrange as deslocações por qualquer motivo
Hunziker e Krapf, (1942)	O conjunto dos fenómenos e relações resultantes das deslocações e estadias dos não residentes, desde que não estejam ligados a uma residência permanente ou a uma actividade remunerada
Burkhart e Medlik, (1981)	Movimentos curtos e temporários de pessoas para destinos fora do local de residência e de trabalho, e as actividades realizadas durante a estada nesses destinos
Mathieson e Wall, (1982)	Movimento temporário de pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do local de residência e de trabalho, as actividades desenvolvidas durante a estadia e as instalações criadas para satisfazer as necessidades dos turistas
UNWTO, (1998)	Actividades realizadas por indivíduos durante as suas viagens e estadias em locais diferentes do seu ambiente habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, para fins de lazer, negócios ou outros
Telfer, (2015)	Fenómeno social que envolve a deslocação de pessoas para vários destinos e a sua permanência (temporária) nesses locais

Tabela 1.1. Conceptualização do turismo. Fonte: Elaboração própria

A definição proposta pela Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (OMT/UNWTO) distingue-se pelo seu carácter amplo e flexível, uma vez que integra todos os elementos considerados positivos e previamente identificados pelo meio académico, além de formalizar os vários aspectos relacionados com a actividade turística. Ao mesmo tempo, esta conceptualização descreve as características mais relevantes do turismo, como:

- Introdução de um aspecto motivador da viagem, como lazer, negócios, pessoal, etc.
- Limitação da duração da viagem a um ano. Trata-se de um período muito longo, sobretudo se comparado com o período habitual de prorrogação dos vistos de viagem turística pelos governos (três meses) ou com o período previsto por algumas legislações para a delimitação do que é considerado residência habitual (seis meses).
- Delimitação da actividade exercida antes e durante o período de estada.
- Consideração da actividade turística como uma actividade exercida fora do meio habitual. A OMT considera que o 'ambiente habitual' é uma determinada área em redor do local de residência, acrescida de todos os locais que são frequentemente visitados.

A definição de Mathieson e Wall (1982), por outro lado, embora não seja uma definição técnica rigorosa, pretende transmitir a natureza essencial do turismo, a saber:

- O turismo resulta da deslocação de pessoas e da sua estadia em vários destinos.
- O turismo é composto por dois elementos: A viagem até ao destino e a estadia – incluindo as actividades – no destino.
- A viagem e a estada ocorrem fora do local normal de residência e de trabalho, pelo que o turismo dá origem a actividades diferentes das exercidas pelas populações residentes e trabalhadoras dos locais por onde passam e onde permanecem.
- As deslocações para os destinos têm um carácter temporário e de curta duração (a intenção é regressar a casa dentro de alguns dias, semanas ou meses).
- Os destinos são visitados para outros fins que não a residência permanente ou o emprego.

O turismo, assim, pode ser considerado um fenómeno social determinado tanto pelas actividades e atitudes dos seus participantes como pela sua própria natureza, a indústria do turismo e o destino (Telfer, 2014). As características que o identificam são detalhadas a seguir:

- É considerada uma actividade de lazer frequentemente ligada à fuga num curto período de tempo e, implicitamente, à libertação dos constrangimentos do trabalho (remunerado e/ou doméstico).
- É socialmente moldada. Ou seja, o ambiente sociocultural dos turistas influencia a capacidade de participar no turismo e a natureza do consumo turístico.
- A indústria do turismo caracteriza-se por ser diversificada, fragmentada e multisectorial, cuja estrutura e características são determinantes para a natureza do desenvolvimento turístico.
- É largamente condicionado pelos atributos físicos, sociais e culturais do destino e pela promessa de ser emocional, autêntico e extraordinário. É também, por conseguinte, um fenómeno 'ecológico', na medida em que o turismo não só requer um ambiente atractivo e diferente, mas também interage com esse ambiente e tem impacto sobre ele.

Em suma, o turismo 3 um resultado complexo de inter-rela33es entre diferentes elementos que devem ser considerados em conjunto e que evoluem de forma din3mica (Sancho, 1994). Assim, o turismo 3 constitu3do por um conjunto de actividades, servi3os e ind3strias que oferecem uma experi3ncia de viagem e que incluem: Transportes, alojamento, estabelecimentos de restaura33o e bebidas, lojas, entretenimento, instala33es de actividades e outros servi3os de hospitalidade dispon3veis para indiv3duos ou grupos que viajam para fora de casa; todos os fornecedores de servi3os relacionados com o visitante e os visitantes; a ind3stria global de viagens, hot3is, transportes e todos os outros componentes que, incluindo a promo33o, servem as necessidades e desejos dos viajantes; e a soma total das despesas de turismo dentro das fronteiras de uma na33o ou de uma subdivis3o pol3tica ou 3rea econ3mica centrada no transporte de estados cont3guos de na33es (Goeldner e Brent Ritchie, 2011). Todos estes elementos podem ser agrupados em:

- A procura 3 o conjunto de consumidores – ou potenciais consumidores – de bens e servi3os tur3sticos.
- A oferta 3 o conjunto de produtos, servi3os e organiza33es que participam activamente na experi3ncia tur3stica.
- O espa3o geogr3fico 3 o ponto f3sico onde a oferta e a procura se encontram e onde se encontra a popula33o residente. Embora n3o seja considerado um elemento tur3stico em si mesmo, 3 tido em considera33o por ser um importante factor de coes3o ou desintegra33o, consoante tenha sido ou n3o tido em conta no planeamento da actividade tur3stica.
- Os operadores de mercado s3o as empresas e organiza33es cuja principal fun33o 3 facilitar a inter-rela33o entre a oferta e a procura. Alguns exemplos s3o as ag3ncias de viagens, as empresas de transporte regular e os organismos p3blicos e privados que, atrav3s da sua actividade profissional, s3o respons3veis pela organiza33o e/ou promo33o do turismo.

Por 3ltimo, o turismo pode ser definido como os processos, actividades e resultados derivados das rela33es e interac33es entre turistas, prestadores de servi3os tur3sticos, governos anfitri3es, comunidades anfitri3s e ambientes circundantes envolvidos na atrac33o e acolhimento de visitantes (Goeldner e Brent Ritchie, 2011). Estes elementos s3o essenciais quando se considera o desenvolvimento do turismo sustent3vel (P3rez de las Heras, 2004).

1.2. DESENVOLVIMENTO SUSTENT3VEL

1.2.1. A ORIGEM E A EVOLU33O DO CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO SUSTENT3VEL

O desenvolvimento sustent3vel 3 um termo que surgiu como resposta 3 tomada de consci3ncia do p3blico sobre o impacto ambiental da actividade humana, a deteriora33o do ambiente, a degrada33o ambiental, a perda de biodiversidade e a insustentabilidade do modelo de crescimento. Assim, esta abordagem remonta aos anos 50 e 60, quando os movimentos conservacionistas, precursores do que hoje se designa por desenvolvimento sustent3vel, propuseram a protec33o do ambiente como um elemento essencial do modelo de desenvolvimento. Esta quest3o foi transferida para os v3rios circuitos e f3runs internacionais dos anos 70, como a Confer3ncia das Na33es Unidas (ONU) sobre o Ambiente Humano, realizada em Estocolmo em 1972 (PNUA, 1972); a Conven33o da Organiza33o das Na33es Unidas para a Educa33o, a Ci3ncia e a Cultura (UNESCO) sobre a Protec33o do Patrim3nio Mundial, Cultural e Natural, de 1972, e a publica33o do relat3rio do Clube de Roma, 'Os Limites do Crescimento' (Meadows et al., 1972). As principais linhas de an3lise

em que se centram estas conferencias são os aspectos ligados à actividade humana e ao seu impacto negativo no ambiente (Fennell e Cooper, 2020).

Os debates suscitados nos fóruns internacionais têm conduzido a um aumento significativo da produção académica, sobretudo em torno do conceito de ecodesenvolvimento. Os autores que abordam esta temática não só reflectem a insatisfação com o actual modelo de desenvolvimento numa perspectiva sociocultural, económica e ecológica, como também estabelecem os princípios e as bases conceptuais do desenvolvimento sustentável actual (Fennell e Cooper, 2020). As premissas fundamentais do ecodesenvolvimento são:

- Aumentar a capacidade dos indivíduos para satisfazerem o desejo de serem úteis e desejados, dignificando assim os esforços intensivos em recursos humanos e socialmente orientados de tipos não degradantes do ponto de vista ambiental;
- Aumentar a capacidade das comunidades para serem auto-suficientes, conduzindo à reconstituição dos recursos renováveis e à utilização cuidadosa dos recursos não renováveis.
- Aumentar a equidade e a justiça na sociedade, em termos ambientais, evitando o consumo supérfluo.

O termo ‘desenvolvimento sustentável’ é um conceito cunhado pela primeira vez em 1980 pela ONG União Internacional para a Conservação da Natureza e dos Recursos Naturais, através do relatório ‘Estratégia Mundial para a Conservação’. No entanto, só com a publicação do Relatório Brundtland, apresentado à comissão ‘O Nosso Futuro Comum’ das Nações Unidas em 1987, é que o termo passou a ser mais amplamente utilizado e aceite. Este relatório estabelece os princípios fundamentais da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável, para além de associar o conceito de sustentabilidade ao conceito de desenvolvimento (Coghlan, 2019, 2023). De acordo com este documento, o desenvolvimento sustentável é visto como um processo de mudança em que a exploração dos recursos, a direcção dos investimentos, a orientação do desenvolvimento tecnológico e as mudanças institucionais são consistentes com as necessidades presentes e futuras. Por outras palavras, defende-se que o crescimento económico deve ser ambientalmente responsável, socialmente mais justo e economicamente eficiente (Fennell e Cooper, 2020).

O Relatório Brundtland define o desenvolvimento sustentável como um desenvolvimento que satisfaz as necessidades das gerações actuais sem comprometer as necessidades das gerações futuras, assegurando simultaneamente um equilíbrio entre o crescimento económico, o respeito pelo ambiente e o bem-estar social (Brundtland, 1987). Especificamente, o relatório estabelece cinco princípios básicos que giram em torno da sustentabilidade:

- Planeamento global e definição de estratégias.
- A importância da preservação dos processos ecológicos essenciais.
- A necessidade de proteger tanto o bem-estar humano como a biodiversidade.
- A necessidade de um desenvolvimento que sustente a produtividade a longo prazo para as gerações futuras.

O presente relatório define e estabelece uma série de princípios gerais sobre os quais estabelece a ligação entre sustentabilidade e desenvolvimento. Estes princípios devem ser (Coghlan, 2019):

- Deliberados e adaptáveis: Devem ser estabelecidos com planeamento e previsão, e ser suficientemente flexíveis às circunstâncias.
- Inclusivas: Incluem os seres vivos, o património cultural, o bem-estar social e a biodiversidade, para além dos resultados económicos.

- Holísticos: Consideram os seres humanos como parte do planeta, cujos recursos s3o finitos e renov3veis. Al3m disso, qualquer actividade numa parte do sistema afecta outras partes do sistema.

Desde a publicaç3o do Relatório Brundtland e nos anos subsequentes, abriram-se novos debates sobre a definiç3o e conceptualizaç3o do desenvolvimento sustent3vel. Neste sentido, autores como Mitchell (1994) definem o desenvolvimento sustent3vel atrav3s de um conjunto de par3metros que incluem a necessidade de: 1) responder 3s necessidades humanas b3sicas; 2) alcanç3ar a equidade e a justiç3a; e 3) alcanç3ar o desenvolvimento sustent3vel: 1) responder 3s necessidades humanas b3sicas; 2) alcanç3ar a equidade e a justiç3a social; 3) assegurar a auto-determinaç3o social e a diversidade cultural; 4) conservar a integridade ecol3gica e a biodiversidade; e 5) integrar os aspectos ambientais e econ3micos. Forman (1990) considera o desenvolvimento sustent3vel como: 1) o per3odo de tempo necess3rio para o seu desenvolvimento multi-geracional; 2) adaptabilidade e mudanç3a nos ciclos sociais e ecol3gicos; 3) mudanç3as lentas marcadas por ciclos irregulares tanto no ambiente (solo, diversidade biol3gica, produtividade biol3gica, 3gua doce e marinha) como nas necessidades humanas b3sicas (alimentaç3o, 3gua, sa3de e abrigo, bem como combust3vel, coes3o e diversidade cultural); e 4) estabilidade do mosaico (cada paisagem 3 um mosaico em que o ecossistema e a actividade humana permanecem inalterados ao longo do tempo).

3 medida que prosseguem os debates acad3micos em torno do conceito de desenvolvimento sustent3vel, v3rios organismos e instituiç3es est3o a desenvolver e a promover um conjunto de princ3pios que visam reflectir a forma como o desenvolvimento sustent3vel pode contribuir para melhorar a qualidade de vida, tanto presente como futura, na economia, no ambiente e na sociedade (Fennell e Cooper, 2020). Estes incluem governos como o Governo da Ilha do Pr3ncipe Eduardo (Conselho Consultivo Ambiental do Governo da PEI, 2013) e o Governo do Quebec (Governo do Quebec, 2018) (Quadro 1.2.) no Canad3, universidades como a Universidade da Calif3rnia, San Diego (UC San Diego, 2018), bem como organismos internacionais como a ONU, com a Declaraç3o do Rio de 1992 sobre Ambiente e Desenvolvimento (UNESCO, 1992).

Princ3pios	Descriç3o
Sa3de e qualidade de vida	As pessoas, a sa3de humana e a melhoria da qualidade de vida est3o no centro das preocupaç3es do desenvolvimento sustent3vel. As pessoas t3m direito a uma vida saud3vel e produtiva em harmonia com a natureza
Equidade social e solidariedade	O desenvolvimento deve ser realizado num esp3rito de equidade intra e inter-geracional, de 3tica social e de solidariedade
Protecç3o do ambiente	Para alcanç3ar o desenvolvimento sustent3vel, a protecç3o do ambiente deve contribuir como parte integrante do processo de desenvolvimento
Efici3ncia econ3mica	A economia do Quebec e das suas regi3es deve ser eficaz, orientada para a inovaç3o e a prosperidade econ3mica, favor3vel ao progresso social e respeitadora do ambiente
Participaç3o e envolvimento	A participaç3o e o envolvimento dos cidad3os e dos grupos de cidad3os s3o necess3rios para definir uma vis3o concertada do desenvolvimento e assegurar a sua sustentabilidade ambiental, social e econ3mica
Acesso ao conhecimento	Dever3o ser incentivadas medidas para promover a educaç3o, o acesso 3 informaç3o e a investigaç3o, a fim de estimular a inovaç3o, a sensibilizaç3o e a participaç3o efectiva dos cidad3os na implementaç3o do desenvolvimento sustent3vel
Subsidiariedade	As compet3ncias e responsabilidades devem ser delegadas ao n3vel de autoridade adequado. Os centros de tomada de decis3o devem estar adequadamente distribu3dos e o mais pr3ximo poss3vel dos cidad3os e das comunidades afectadas

Princípios	Descrição
Associação e cooperação intergovernamental	Os governos devem trabalhar em conjunto para garantir que o desenvolvimento seja sustentável do ponto de vista ambiental, social e económico. O impacto externo das acções num determinado território deve ser tido em conta
Prevenção	Na presença de um risco conhecido, devem ser tomadas medidas preventivas, atenuantes e corretivas, dando prioridade à acção na fonte
Precaução	Sempre que existam ameaças de danos graves ou irreversíveis, a falta de certeza científica total não deve ser utilizada como motivo para adiar a adopção de medidas eficazes para evitar a degradação ambiental
Protecção do património cultural	O património cultural, constituído por património, lugares, paisagens, tradições e conhecimentos, reflecte a identidade de uma sociedade. Transmite os valores de uma sociedade de geração em geração, e a preservação deste património apoia o desenvolvimento sustentável. Os componentes do património cultural devem promover o desenvolvimento sustentável. Os componentes do património cultural devem ser identificados, protegidos e valorizados, tendo em conta a sua raridade e fragilidade intrínsecas
Preservação da biodiversidade	A biodiversidade oferece benefícios incalculáveis e deve ser preservada para benefício das gerações actuais e futuras. A protecção das espécies, dos ecossistemas e dos processos naturais de suporte da vida é essencial para manter a qualidade da vida humana
Respeito pela capacidade de carga dos ecossistemas	As actividades humanas devem respeitar a capacidade de carga dos ecossistemas e garantir a sua sustentabilidade
Produção e consumo responsáveis	Os padrões de produção e de consumo devem ser alterados para tornar a produção e o consumo mais viáveis e responsáveis do ponto de vista social e ambiental, nomeadamente através de uma abordagem Eco eficiente que evite os resíduos e optimize a utilização dos recursos
Poluidor-pagador	Aqueles que geram poluição ou cujas acções degradam o ambiente de outra forma devem suportar a sua parte do custo das medidas de prevenção, redução, controlo e atenuação dos danos ambientais
Internalização dos custos	O valor dos bens e serviços deve reflectir todos os custos que geram para a sociedade ao longo do seu ciclo de vida, desde a concepção até ao consumo final e à eliminação

Tabela 1.2. Os princípios da Lei sobre o Desenvolvimento Sustentável do Quebec. Fonte: Conselho Consultivo Ambiental do Governo da PEI, (2013).

Uma das principais conferências de referência no compromisso global de abordar os problemas ambientais em conjunto com o desenvolvimento económico e social é a Declaração do Rio sobre Ambiente e Desenvolvimento, realizada no Rio de Janeiro em 1992. Esta conferência, também conhecida como a Cimeira da Terra, estabelece um conjunto de 27 princípios que fornecem um quadro orientador para o desenvolvimento sustentável e a protecção do ambiente, promovendo a colaboração internacional, a equidade e a justiça na gestão dos recursos naturais (Tabela 1.3.) (Coghlan, 2023).

Princípios	Descrição
Direito a um ambiente saudável e a um desenvolvimento sustentável	Os seres humanos situam-se no centro das preocupações em matéria de desenvolvimento sustentável. Têm o direito a uma vida saudável e produtiva em harmonia com a natureza
Protecção dos recursos naturais e desenvolvimento equitativo	Em conformidade com a Carta das Nações Unidas e com os princípios do direito internacional, os Estados têm o direito soberano de explorar os seus próprios recursos, de acordo com as suas próprias políticas ambientais e de desenvolvimento, e a responsabilidade de assegurar que as actividades sob a sua jurisdição ou controlo não causem danos ao ambiente de outros Estados ou de zonas situadas para além dos limites da jurisdição nacional

Princípios	Descriç3o
Direito ao desenvolvimento	O direito ao desenvolvimento deve ser exercido de forma a responder equitativamente às necessidades de desenvolvimento e ambientais das geraç3es actuais e futuras
Prioridade ao desenvolvimento sustentável	A fim de alcançar um desenvolvimento sustentável, a protecç3o do ambiente deve ser parte integrante do processo de desenvolvimento e não pode ser considerada isoladamente
Erradicaç3o da pobreza	Todos os Estados e todos os povos devem cooperar na tarefa essencial de erradicar a pobreza como requisito indispensável para o desenvolvimento sustentável, a fim de reduzir as disparidades nos níveis de vida e satisfazer melhor as necessidades da maioria da populaç3o mundial
Atenç3o prioritária aos países em desenvolvimento	Deverá ser dada especial prioridade à situaç3o e às necessidades específicas dos países em desenvolvimento, em particular dos países menos desenvolvidos e dos mais vulneráveis do ponto de vista ambiental. A acç3o internacional em matéria de ambiente e desenvolvimento deve igualmente ter em conta os interesses e as necessidades de todos os países
Responsabilidades comuns, mas diferenciadas	Os Estados devem cooperar num espírito de solidariedade global para conservar, proteger e restaurar a saúde e a integridade do ecossistema da Terra. Pelo facto de terem contribuído, em graus diversos, para a degradaç3o do ambiente global, os Estados têm responsabilidades comuns, mas diferenciadas. Os países desenvolvidos reconhecem a sua responsabilidade na prossecuç3o internacional do desenvolvimento sustentável, tendo em conta as press3es que as suas sociedades exercem sobre o ambiente global e as tecnologias e recursos financeiros de que dispõem
Padrões insustentáveis de consumo e produç3o	Para alcançar o desenvolvimento sustentável e uma melhor qualidade de vida para todas as pessoas, os Estados devem reduzir e eliminar os padrões insustentáveis de produç3o e consumo e promover políticas demográficas adequadas
Melhoria dos conhecimentos científicos	Os Estados devem cooperar no reforço da sua própria capacidade de alcançar o desenvolvimento sustentável, aumentando o conhecimento científico através da partilha de conhecimentos científicos e tecnológicos e melhorando o desenvolvimento, a adaptaç3o, a difus3o e a transferênciade tecnologias, incluindo tecnologias novas e inovadoras
Participaç3o dos cidadãos	As questões ambientais são mais bem tratadas com a participaç3o de todos os cidadãos interessados, ao nível adequado. A nível nacional, todos devem ter acesso adequado às informaç3es sobre o ambiente na posse das autoridades públicas, incluindo informaç3es sobre materiais e actividades perigosas nas suas comunidades, bem como a oportunidade de participar nos processos de tomada de decis3es. Os Estados devem facilitar e incentivar a sensibilizaç3o e a participaç3o do público, disponibilizando a informaç3o a todos. Deve ser facultado o acesso efectivo aos procedimentos judiciais e administrativos, incluindo a reparaç3o e os recursos
Criaç3o de legislaç3o ambiental eficaz	Os Estados devem adoptar legislaç3o ambiental eficaz. As normas ambientais, os objectivos e as prioridades de gest3o devem reflectir o contexto ambiental e de desenvolvimento a que se aplicam. As normas aplicadas por alguns países podem ser inadequadas e representar um custo social e económico injustificado para outros países, em especial para os países em desenvolvimento
Prevenç3o dos impactos ambientais transfronteiriços	Os Estados devem cooperar na promoç3o de um sistema económico internacional favorável e aberto que conduza ao crescimento económico e ao desenvolvimento sustentável em todos os países, a fim de melhor resolver os problemas de degradaç3o ambiental. As medidas de política comercial com objectivos ambientais não devem constituir um meio de discriminaç3o arbitrária ou injustificável ou uma restriç3o velada ao comércio internacional. Devem ser evitadas medidas unilaterais destinadas a resolver problemas ambientais que ocorram fora da jurisdiç3o do país importador. As medidas destinadas a resolver problemas ambientais transfronteiriços ou globais devem, na medida do possível, basear-se num consenso internacional

Princípios	Descri33o
Responsabilidade e indemnizaci3o por danos ambientais	Os Estados devem desenvolver legislaci3o nacional relativa à responsabilidade e à indemnizaci3o das vítimas da polui3o e de outros danos ambientais. Os Estados devem também cooperar de forma expedita e mais vigorosa no desenvolvemento de novas leis internacionais sobre responsabilidade e compensaci3o pelos efectos adversos dos danos ambientais causados por actividades sob a sua jurisdic3o, ou sob o seu controlo, em áreas fora da sua jurisdic3o
Evitar a transfer3ncia de actividades e substâncias perigosas	Os Estados devem cooperar eficazmente para desencorajar ou impedir a deslocalizaci3o e transfer3ncia para outros Estados de quaisquer actividades e substâncias que causem grave degrada3o ambiental ou sejam consideradas prejudiciais para a saúde humana
Princípio da precau3o	A fim de proteger o ambiente, os Estados devem aplicar a abordagem de precau3o de forma alargada, de acordo com as suas capacidades. Sempre que existam ameasas de danos graves ou irreversíveis, a falta de certeza científica total não deve ser utilizada como motivo para adiar a adop3o de medidas eficazes em termos de custos para evitar a degrada3o ambiental
Poluidor-pagador	As autoridades nacionais devem procurar incentivar a internalizaci3o dos custos ambientais e a utilizaci3o de instrumentos económicos, tendo em conta a abordagem segundo a qual o poluidor deve, em PRINCÍPIO, suportar os custos da polui3o, tendo devidamente em conta o interesse público e sem distorcer o comércio e o investimento internacionais
Avalia3o do impacto ambiental	Deverá ser realizada uma avalia3o do impacto ambiental, enquanto instrumento nacional, relativamente a qualquer actividade proposta susceptível de ter um impacto negativo significativo no ambiente e que esteja sujeita a uma decis3o de uma autoridade nacional competente
Notifica3o de situa3es de emerg3ncia ambiental	Os Estados devem notificar imediatamente os outros Estados de catástrofes naturais ou outras situa3es de emerg3ncia susceptíveis de produzir efectos nocivos súbitos no ambiente desses Estados. A comunidade internacional deve envidar todos os esfor3os para ajudar os Estados afectados
Notifica3o e consulta para actividades transfronteiriças	Os Estados devem fornecer informa3es relevantes e notificar prévia e atempadamente os Estados susceptíveis de serem afectados por actividades que possam ter efectos ambientais transfronteiriços adversos significativos, e devem consultar esses Estados atempadamente e de boa fé
Participa3o das mulheres no desenvolvemento sustentável	As mulheres desempenham um papel fundamental na gest3o e no desenvolvemento ambiental. A sua plena participa3o é, por conseguinte, essencial para alcançar o desenvolvemento sustentável
Protec3o dos jovens	A criatividade, os ideais e a coragem da juventude mundial devem ser mobilizados para forjar uma parceria global para o desenvolvemento sustentável e um futuro melhor para todos
Reconhecimento e apoio às comunidades indígenas	As popula3es indígenas e as suas comunidades, bem como outras comunidades locais, desempenham um papel vital na gest3o e desenvolvemento ambientais devido aos seus conhecimentos e práticas tradicionais. Os Estados devem dar o devido reconhecimento e apoio à sua identidade, cultura e interesses e permitir a sua participa3o efectiva na consecuci3o do desenvolvemento sustentável
Protec3o de pessoas em conflitos armados	O ambiente e os recursos naturais dos povos sob opress3o, domínio e ocupa3o devem ser protegidos
Protec3o do ambiente em tempo de guerra	A guerra é, por defini3o, o inimigo do desenvolvemento sustentável. Por conseguinte, os Estados devem respeitar as disposi3es do direito internacional que protegem o ambiente em tempos de conflito armado e cooperar no seu desenvolvemento, se necessário
Coopera3o para o desenvolvemento sustentável	A paz, o desenvolvemento e a Protec3o do ambiente são interdependentes e inseparáveis
Resolu3o pacífica de conflitos ambientais	Os Estados resolver3o pacificamente todos os seus diferendos ambientais pelos meios adequados, em conformidade com a Carta das Na3es Unidas
Coopera3o entre Estados e com organiza3es internacionais	Os Estados e os indivíduos devem cooperar de boa fé e num espírito de solidariedade na aplica3o dos princípios consagrados na presente Declara3o e no desenvolvemento do direito internacional no domínio do desenvolvemento sustentável

Tabela 1.3. Os princ3pios da Declara33o do Rio sobre Ambiente e Desenvolvimento. Fonte: Adaptado de UNESCO, (1992)

A Declara33o do Rio 3 considerada um pilar fundamental do direito internacional do ambiente e serviu de base para futuros acordos importantes, como o Protocolo de Quioto e o Acordo de Paris. A sua influ3ncia estende-se 3s agendas de desenvolvimento sustent3vel, como os Objectivos de Desenvolvimento do Mil3nio (ODM) ou os Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel (ODS), adotados pelas Na33es Unidas em 2000 e 2015, respetivamente (Coghlan, 2023).

1.2.2. AS NA33ES UNIDAS E O DESENVOLVIMENTO SUSTENT3VEL

Uma das organiza33es com maior relev3ncia na consciencializa33o da necessidade de estabelecer um modelo de desenvolvimento global compat3vel com os limites f3sicos do planeta 3 a Organiza33o das Na33es Unidas (ONU). As primeiras recomenda33es propostas pela ONU, como o Relat3rio Brundtland ou a Declara33o do Rio, articulam-se em torno de um conjunto de princ3pios que servem de guia e orienta33o para abordar o desenvolvimento sustent3vel. 3 medida que o conceito de desenvolvimento sustent3vel foi evoluindo, estes princ3pios foram sendo desenvolvidos e formalizados em documentos mais espec3ficos e pormenorizados. O objectivo destes documentos 3 incentivar as partes interessadas a perseguir objectivos e metas espec3ficos para alcan3ar com 3xito resultados sustent3veis e constituir um quadro de refer3ncia a n3vel internacional, nacional e regional (Coghlan, 2023). Esta nova abordagem visa que os pa3ses adotem um instrumento de planeamento estrat3gico para progredir em mat3ria de desenvolvimento sustent3vel e de pobreza. Pela primeira vez, esta ideia 3 materializada num programa de ac33o designado por Objectivos de Desenvolvimento do Mil3nio (ODM) ou Agenda 21, resultado do compromisso assumido pelos Estados membros das Na33es Unidas na sequ3ncia da Cimeira do Mil3nio (ONU, 2000). Este programa, para al3m de abordar quest3es como a pobreza e a sa3de, inclui tamb3m: 1) incorporar quest3es ambientais e de desenvolvimento; 2) garantir a protec33o e uma melhor gest3o do ambiente natural; 3) satisfazer as necessidades b3sicas; e 4) alcan3ar um futuro mais seguro e pr3spero (Casta3eda Rial et al., 2006). Assim, o programa de ac33o da Agenda 21, em vigor at3 2015, define um total de 8 objectivos, outras tantas metas e indicadores para medir o progresso na redu33o da fome e da pobreza, bem como melhorias na sa3de, educa33o, condi33es de vida, sustentabilidade ambiental e igualdade de g3nero (Tabela 1.4.).

Objectivos	Metas
Objectivo 1: Erradicar a pobreza extrema e a fome	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reduzir para metade, entre 1990 e 2020, a percentagem de pessoas que sofrem de fome 2. Reduzir para metade, entre 1990 e 2015, a propor33o de pessoas cujo rendimento 3 inferior a um d3lar e vinte e cinco c3ntimos por dia 3. Conseguir um emprego pleno e produtivo e um trabalho digno para todos, incluindo os jovens, e rejeitar firmemente o trabalho infantil
Objectivo 2: Alcan3ar o ensino prim3rio universal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garantir que, at3 2021, os adultos de todo o mundo possam completar um ciclo completo de escolaridade
Objectivo 3: Promover a igualdade entre os sexos e a autonomia das mulheres	<ol style="list-style-type: none"> 1. Igualdade entre os modos de ensino no ensino terci3rio e quatern3rio, at3 2020, e em todos os n3veis m3nimos que possam existir 2. Exist3ncia de equidade entre as pessoas, bem como de igualdade de tratamento no emprego ou nas actividades di3rias
Objectivo 4: Reduzir a mortalidade infantil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumentar em 2/3, entre 1990 e 2015, a taxa de natalidade das crian3as com 9 anos ou mais. Reduzir a mortalidade de crian3as com menos de cinco anos em pelo menos dois ter3os

Objectivos	Metas
Objectivo 5: Melhorar a saude materna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reduzir a mortalidade materna em tr3s quartos entre 1990 e 2015 2. Alcançar o acesso universal à saude reprodutiva 3. Reduzir a taxa de mortalidade materna 4. Maior proporç3o de partos assistidos por pessoal de saude qualificado 5. Educaç3o sexual para a escolha, contraceptivos para o n3o aborto
Objectivo 6: Combater o VIH/SIDA, a mal3ria e outras doenças	<ol style="list-style-type: none"> 1. Travar e começar a inverter a propagaç3o do VIH/SIDA até 2015 2. Alcançar, até 2010, o acesso universal ao tratamento do VIH/SIDA para todas as pessoas que dele necessitem 3. Travar e começar a inverter a incidência da mal3ria e de outras doenças graves até 2015
Objectivo 7: Assegurar a sustentabilidade ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. Integrar os princípios do desenvolvimento sustent3vel nas pol3ticas e programas nacionais para reduzir a degradaç3o ambiental 2. Reduç3o significativa e abrandamento da perda de biodiversidade em 2010 3. Reduzir para metade a proporç3o de pessoas sem acesso sustent3vel à água pot3vel e saneamento b3sico até 2015 4. Melhorar significativamente, até 2020, a vida de pelo menos 100 milh3es de habitantes de bairros de lata
Objectivo 8: Desenvolver uma associaç3o mundial para o desenvolvimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Continuar a desenvolver um sistema comercial e financeiro aberto, baseado em regras, previs3vel e n3o discriminat3rio 2. Atender às necessidades espec3ficas dos pa3ses menos desenvolvidos 3. Atender às necessidades especiais dos pa3ses em desenvolvimento sem litoral e dos pequenos Estados insulares em desenvolvimento (através do Programa de acç3o para o Desenvolvimento Sustent3vel dos Pequenos Estados Insulares em Desenvolvimento e dos resultados da 22ª sess3o especial da Assembleia Geral) 4. Tratar de forma abrangente os problemas da dívida dos pa3ses em desenvolvimento, com medidas nacionais e internacionais para tornar a dívida sustent3vel a longo prazo 5. Em cooperaç3o com as empresas farmacêuticas, proporcionar o acesso a medicamentos essenciais nos pa3ses em desenvolvimento a preços acess3veis 6. Em cooperaç3o com o sector privado, proporcionar o acesso aos benefícios das novas tecnologias, especialmente das tecnologias da informaç3o e da comunicaç3o

Tabela 1.4. Objectivos e metas dos Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM). Fonte: Adaptado de UN, (2000)

O novo plano de acç3o proposto para o período 2015-2030 baseia-se nos Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel (ODS), definidos pelas Naç3es Unidas no documento 'Naç3es Unidas Transformar o nosso Mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustent3vel' (ONU, 2015). Os Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel (ODS) desenvolvem os Objectivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), ao mesmo tempo que abordam os desafios mais prementes que o mundo enfrenta actualmente. Esta nova estrat3gia implica um compromisso comum e universal dos Estados para erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir que todas as pessoas desfrutem de paz e prosperidade até 2030. A Agenda 2030 descreve assim um conjunto de 17 objectivos e 169 metas de natureza integrada e indivis3vel que sintetizam os desafios sociais, econ3micos e ecol3gicos fundamentais para alcançar um futuro sustent3vel (Tabela 1.5.).

Objectivos	Metas
Fim da pobreza	1. Erradicar a pobreza em todas as suas formas em todo o mundo. O principal desafio é acabar com a pobreza extrema
Fome zero	2. Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e uma melhor nutriç3o, e promover uma agricultura sustent3vel

Objectivos	Metas
Saúde e bem-estar	Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades
Educa33o de qualidade	4. garantir uma educa33o de qualidade, inclusiva e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos
Igualdade de g3nero	5. Igualdade entre os sexos: Alcan3ar a igualdade entre os sexos e capacitar todas as mulheres e raparigas
Água potável e saneamento	6. Assegurar a disponibilidade e a gest3o sustentável da água e do saneamento para todos
Energia acessível e limpa	7. Assegurar o acesso de todos a uma energia moderna, fiável, sustentável e a pre3os acessíveis
Trabalho digno e crescimento econ3mico	8. Promover o crescimento econ3mico sustentado, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos
Indústria, inova33o e infra-estruturas	9. Desenvolver infra-estruturas resistentes, promover a industrializa33o inclusiva e sustentável e fomentar a inova33o
Redu33o das desigualdades	10. Reduzir as desigualdades entre os países e no interior dos mesmos
Cidades e comunidades sustentáveis	11. Tornar as cidades e os aglomerados humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis
Produ33o e consumo responsáveis	12. Assegurar padr3es de consumo e de produ33o sustentáveis
A33o climática	13. Tomar medidas urgentes para combater as altera33es climáticas e os seus impactos
Vida submarina	14. Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, os mares e os recursos marinhos para alcan3ar um desenvolvimento sustentável
Vida dos ecossistemas terrestres	15. Proteger, restaurar e promover a utiliza33o sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertifica33o, travar e inverter a degrada33o dos solos e travar a perda de biodiversidade
Paz, justi3a e institui33es fortes	16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justi3a para todos e criar institui33es eficazes, responsáveis e inclusivas a todos os níveis
Acordos de parceria para atingir os objectivos	17. Refor3ar os meios de execu33o e revitalizar a parceria mundial para o desenvolvimento sustentável

Tabela 1.5. Objectivos e metas dos Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS). Fonte: Adaptado de ONU, (2015)

As novas orienta33es prop3em que, para alcan3ar os 17 Objectivos de Desenvolvimento Sustentável, as mudan3as relacionadas com o desenvolvimento sustentável devem ser abordadas de uma perspectiva sistémica, de modo que se progrida em vários objectivos em simultâneo, em vez de os tratar isoladamente. Neste contexto, o Centro de Resiliência de Estocolmo, um dos principais intervenientes na discuss3o sobre os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU e no desenvolvimento de medidas de base científica para equilibrar o bem-estar humano e a saúde planetária, considera cinco passos essenciais para alcan3ar estes objectivos (Coghlan, 2023).

- Crescimento acelerado das energias renováveis suficiente para reduzir para metade as emiss3es de carbono em cada década.
- Acelera33o da produtividade das cadeias alimentares com base na sustentabilidade.
- Novos modelos de desenvolvimento para os países pobres.
- Uma redu33o sem precedentes das desigualdades.
- Investimento na educa33o para todos, igualdade de g3nero, saúde e planeamento familiar.

Outras orienta33es, pelo contrário, defendem que alguns dos ODS, como o ODS 8, que visa promover o crescimento econ3mico sustentado, inclusivo e sustentável e a

cria33o de emprego digno e produtivo para todos, podem entrar em conflito com os limites do crescimento e as fronteiras planet3rias. Este quadro conceptual aponta que alguns dos limiares que definem os limites do planeta j3 foram ultrapassados, implicando que a sua capacidade de se manter em equil3brio tal como o conhecemos foi ultrapassada, colocando em risco as condi33es que sustentam o actual modo de vida (Coghlan, 2023).

1.3. TURISMO SUSTENT3VEL

1.3.1. CONCEITO E NATUREZA DO TURISMO SUSTENT3VEL

O turismo sustent3vel 3 um conceito relativamente recente na agenda do desenvolvimento sustent3vel, apesar da sua crescente relev3ncia e do seu crescimento quase ininterrupto desde o final da Segunda Guerra Mundial. Este facto tem resultado numa compreens3o ainda muito incipiente, quer das suas interpreta33es, quer do seu significado e implementa33o (Coghlan, 2023; Fennell e Cooper, 2020). Apresenta-se de seguida uma contextualiza33o do conceito e da natureza do turismo sustent3vel.

A abordagem do turismo sustent3vel come3ou a ganhar notoriedade e profundidade atrav3s de uma s3rie de reuni3es internacionais que tiveram lugar durante a d3cada de 1980. A Declara33o de Manila de 1980 foi um marco importante no desenvolvimento do turismo sustent3vel, reconhecendo a import3ncia de planear e gerir o turismo de forma a beneficiar tanto as comunidades locais como o ambiente, especialmente nos pa3ses em desenvolvimento. Esta declara33o foi fundamental para abrir o debate sobre a forma como o turismo poderia contribuir para o desenvolvimento sustent3vel, lan3ando as bases para o que mais tarde viria a ser conhecido como turismo sustent3vel. A esta declara33o seguiu-se a Confer3ncia de Bad Boll, em 1986, que abordou a necessidade de repensar o turismo como uma actividade a ser gerida de forma sustent3vel, com especial 3nfase na justi3a social e na equidade. Assim, esta confer3ncia representa um avan3o significativo na formaliza33o do conceito de turismo sustent3vel e apoia a cria33o de um quadro de princ3pios que influenciar3 posteriormente as pol3ticas de turismo a n3vel global. Por 3ltimo, a confer3ncia Globe '90 centra-se nas tecnologias sustent3veis e na sua aplica33o em v3rios sectores industriais, incluindo o turismo, num momento-chave em que o conceito de desenvolvimento sustent3vel come3a a ganhar proemin3ncia internacional. Consequentemente, esta confer3ncia desempenha um papel crucial na evolu33o do conceito de turismo sustent3vel, uma vez que contribui para a sensibiliza33o global para as quest3es ambientais do turismo e sublinha a necessidade de integrar a sustentabilidade nas pol3ticas e pr3ticas tur3sticas.

Tanto as confer3ncias internacionais como o relat3rio Brundtland de 1987 reconhecem a import3ncia de assumir um papel activo na integra33o do desenvolvimento sustent3vel na ind3stria do turismo. Assim, esta abordagem consolida-se como um pilar fundamental do sector do turismo por duas raz3es (Fennell e Cooper, 2020). Em primeiro lugar, uma vez que a ind3stria depende fortemente do ambiente natural e do patrim3nio cultural e hist3rico dos destinos, a conserva33o 3 essencial para garantir a viabilidade do turismo a longo prazo. Sem estes recursos, a atractividade e o valor dos destinos est3o amea3ados, comprometendo directamente a sua continuidade e sustentabilidade futura (Fennell e Cooper, 2020). Neste sentido, o desenvolvimento sustent3vel deve assistir o turismo na gest3o eficiente de todos os recursos, de modo que as necessidades econ3micas, sociais e est3ticas sejam satisfeitas, preservando simultaneamente a integridade cultural, os processos ecol3gicos essenciais, a biodiversidade e os sistemas de suporte de vida (UNWTO, 1998). Em segundo lugar, outro princ3pio do desenvolvimento do turismo sustent3vel estabelece que o planeamento do turismo

deve envolver a participac3o da comunidade local e avanar apenas com a sua aprovac3o, assegurando assim um controlo local efectivo. Assim, para que o turismo sustent3vel se concretize, 3 crucial que tanto a comunidade local como as autoridades governamentais participem activamente na definic3o e no desenvolvimento da ind3stria do turismo na sua 3rea. Al3m disso, o desenvolvimento do turismo sustent3vel deve valorizar e reconhecer os contributos das comunidades e culturas locais para a experi3ncia tur3stica, o que implica que os residentes locais devem receber benef3cios tang3veis dos projectos tur3sticos (Cronin, 1990; Fennell e Cooper, 2020). A ideia subjacente a esta abordagem 3 que os benef3cios socioecon3micos devem ser partilhados equitativamente no seio da comunidade, uma vez que a maximizac3o dos benef3cios para os residentes locais aumenta a probabilidade de estes apoiarem o desenvolvimento do turismo (UNWTO, 1998). Por conseguinte, a abordagem do turismo sustent3vel reconhece, por um lado, um sentido de responsabilidade local e, por outro lado, defende que a ind3stria do turismo deve assegurar que as condic3es de vida da comunidade de acolhimento n3o sejam afectadas negativamente pelo desenvolvimento do turismo.

De acordo com esta abordagem, Butler (1999) define o turismo sustent3vel como o turismo que 3 desenvolvido e mantido numa determinada 3rea (seja uma comunidade ou um ambiente natural) de forma a assegurar a sua viabilidade a longo prazo, sem causar danos ou alterar significativamente o ambiente (tanto humano como f3sico). Esta aproximac3o procura garantir que as actividades tur3sticas n3o afectem negativamente o desenvolvimento de outros processos ou actividades, respeitando ao mesmo tempo o equil3brio ecol3gico, cultural e social do local. Na mesma linha, a antiga Organizac3o Mundial do Turismo (OMT), uma 3g3ncia especializada das Naç3es Unidas cujo objectivo 3 promover um turismo respons3vel, sustent3vel e universalmente acess3vel, considera o turismo sustent3vel como um turismo que tem em conta os seus impactos econ3micos, sociais e ambientais, actuais e futuros, respondendo 3s necessidades dos visitantes, da ind3stria, do ambiente e das comunidades de acolhimento. Esta definic3o engloba os tr3s pilares fundamentais do desenvolvimento sustent3vel (econ3mico, social e ambiental) e sublinha a import3ncia fundamental das relaç3es entre os diferentes intervenientes envolvidos (visitantes, ind3stria, ambiente natural e comunidades). Posteriormente, este organismo alarga esta definic3o, afirmando que o turismo sustent3vel deve 1) assegurar a preservac3o dos processos ecol3gicos, a protecç3o do patrim3nio natural e da biodiversidade, 2) respeitar a autenticidade, os valores tradicionais e o patrim3nio cultural das comunidades de acolhimento, promovendo a compreens3o intercultural, e 3) assegurar operaç3es econ3micas vi3veis a longo prazo, proporcionando benef3cios socioecon3micos a todas as partes interessadas que sejam distribu3dos equitativamente, incluindo oportunidades est3veis de emprego e de geraç3o de rendimentos e serviç3os sociais, promover a compreens3o intercultural e 3) assegurar operaç3es econ3micas vi3veis a longo prazo, proporcionando benef3cios socioecon3micos a todas as partes interessadas, distribu3dos equitativamente, incluindo oportunidades est3veis de emprego e de geraç3o de rendimentos e serviç3os sociais 3s comunidades de acolhimento, e contribuir para a reduç3o da pobreza (PNUA e OMT, 2005). Em suma, o turismo sustent3vel 3 um conceito amplo com limites imprecisos que engloba m3ltiplas dimens3es do sector do turismo (Coghlan, 2023; Swarbrooke, 1999). A Figura 1.1. mostra os v3rios componentes que constituem o ecossistema do turismo sustent3vel.

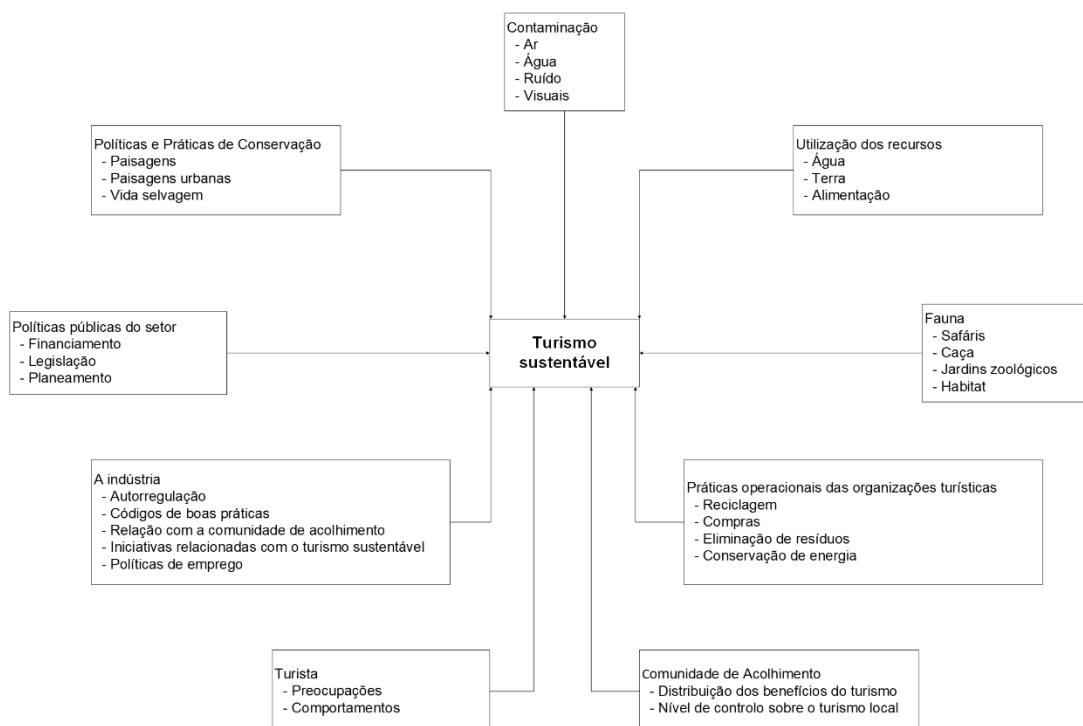


Figura 1.1. Alcance do turismo sustent3vel. Fonte: Swarbrooke, (1999)

1.3.2. MODALIDADES DE TURISMO SUSTENT3VEL

O turismo sustent3vel procura minimizar os impactos negativos das actividades turísticas no ambiente natural, social e econ3mico, promovendo pr3ticas que sejam amigas do ambiente, economicamente vi3veis e socialmente justas (Pan et al., 2018). Assim, o turismo sustent3vel engloba diversas modalidades, como o ecoturismo, o turismo rural, o turismo respons3vel, o turismo cultural e o turismo de base comunit3ria, cujo objectivo comum 3 harmonizar as actividades turísticas com a protec33o ambiental, o desenvolvimento econ3mico e a equidade social. No entanto, o turismo sustent3vel tem um enfoque mais amplo e pode incluir outras formas de turismo n3o mencionadas (Edgel, 2019; Pan et al., 2018) (Figura 1.2.). Algumas formas de actividade turística associadas aos princípios da sustentabilidade s3o detalhadas a seguir.

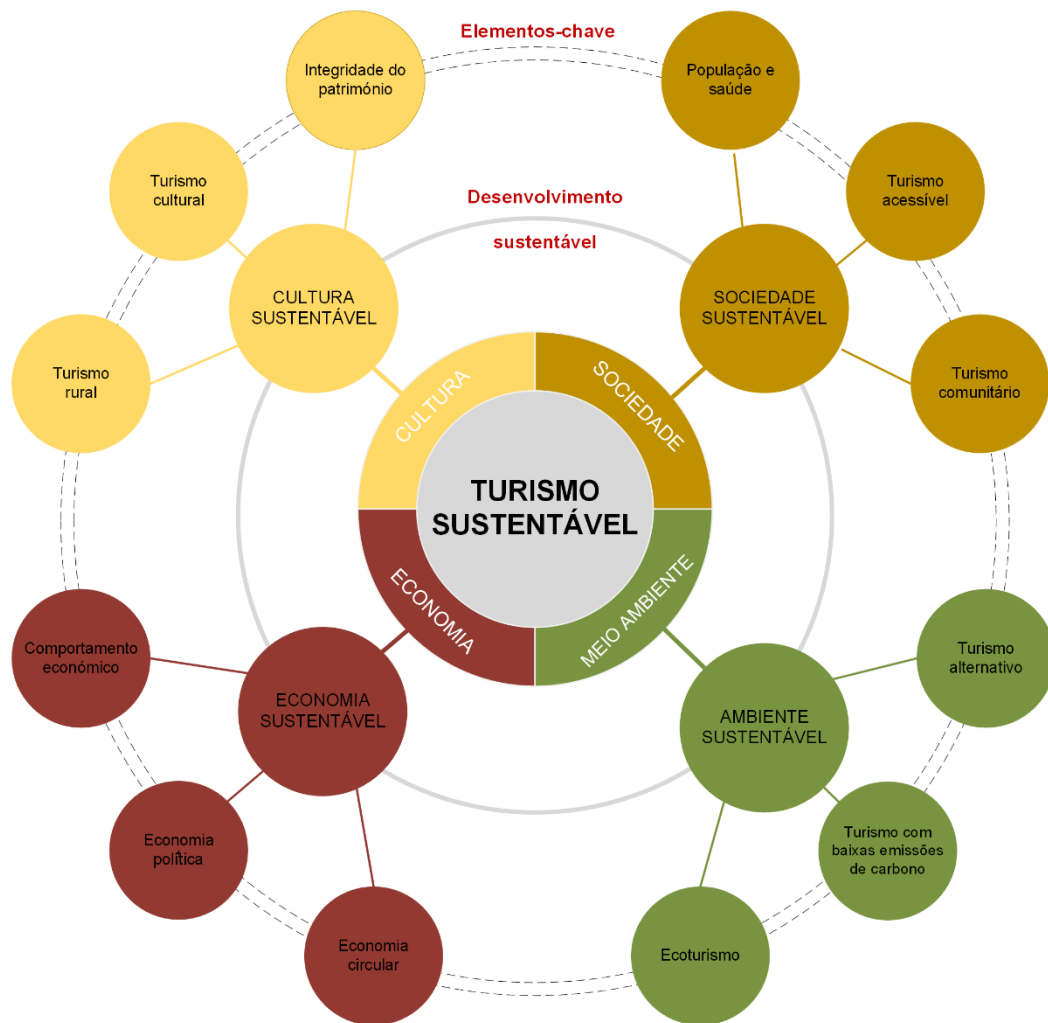


Figura 1.2. Modalidades de turismo sustentável. Fonte: Pan et al., (2018)

Ecoturismo

O ecoturismo refere-se a actividades turísticas em áreas naturais, promovendo a conservação ambiental e o bem-estar das comunidades locais (Pan et al., 2018). Os princípios em que se baseia são (Edgell, 2019):

- Minimizar o impacto ambiental.
- Promover a consciencialização e o respeito ambiental e cultural.
- Proporcionar experiências positivas tanto para os visitantes como para os anfitriões.
- Proporcionar benefícios económicos directos para a conservação.
- Proporcionar benefícios económicos e reforço das capacidades das populações locais.
- Sensibilizar para o clima político, ambiental e social dos países de acolhimento.

Turismo rural

O turismo rural refere-se a actividades turísticas em zonas rurais. Esta modalidade caracteriza-se por promover o desenvolvimento das comunidades de acolhimento, proporcionando experiências relacionadas com a natureza e a cultura rural

experiências autênticas em contacto com a natureza e a cultura rural (Pan et al., 2018).

Turismo responsável

O turismo responsável refere-se à adopção de comportamentos éticos durante as viagens, com o objectivo de minimizar os impactos negativos no ambiente natural, na sociedade e na economia local. Os praticantes de turismo responsável esforçam-se por respeitar as tradições e os costumes das comunidades de acolhimento, contribuir para o seu bem-estar e minimizar o seu impacto ambiental (Edgell, 2019; Pan et al., 2018). Os princípios em que se baseia são (Edgell, 2019):

- Minimizar os impactos económicos, ambientais e sociais negativos.
- Gerar maiores benefícios económicos para a população local e melhorar o bem-estar das comunidades de acolhimento.
- Melhorar as condições de trabalho e o acesso à indústria.
- Envolver a população local nas decisões que afectam as suas vidas e oportunidades de vida.
- Contribuir positivamente para a conservação do património natural e cultural, abraçando a diversidade.
- Proporcionar experiências mais agradáveis aos turistas através de ligações mais significativas com a população local.
- Ser culturalmente sensível, promover o respeito entre turistas e anfitriões e criar orgulho e confiança na população local.

Turismo cultural

O turismo cultural refere-se a actividades turísticas destinadas a conhecer as artes, o património e o carácter especial de um local (Edgel, 2019). Este engloba o património natural (como a flora, a fauna, os fenómenos geológicos e hidrológicos e os eventos naturais, como condições meteorológicas extremas, fenómenos astronómicos ou actividade vulcânica), o património cultural (incluindo festas, rituais, sistemas educativos, religiões, trajes, lendas, costumes, música, danças e gastronomia, música, danças e gastronomia), monumentos históricos imóveis (como parques, jardins, edifícios, sítios arqueológicos e instalações) e monumentos históricos móveis (como pinturas, esculturas, obras de arte, artesanato, ferramentas agrícolas, maquinaria industrial e documentos ou objectos históricos) (Pan et al. , 2018).

Turismo comunitário

O turismo comunitário refere-se a actividades turísticas que procuram capacitar as comunidades locais, promovendo a equidade e a preservação do seu património cultural e natural. Esta forma de turismo sustentável distingue-se pela sua capacidade de melhorar a qualidade de vida das populações locais, protegendo simultaneamente o ambiente natural e construído, proporcionando experiências turísticas de elevado valor e maximizando os benefícios económicos para a comunidade (Pan et al., 2018).

1.3.3.OBJECTIVOS DE DESENVOLVIMENTO E TURISMO SUSTENTÁVEL

O papel evolutivo do turismo nas cimeiras da ONU passou de marginal para um papel mais proeminente, graças à sua capacidade de enfrentar desafios globais como o emprego, a pobreza, a justiça e as relações internacionais (Coghlan, 2023; Fennell e Cooper, 2020). Esta transformação reflecte-se na Cimeira de Estocolmo de 1972, no Relatório Brundtland de 1987, na Cimeira da Terra do Rio de 1992, na Cimeira do Milénio das Nações Unidas de 2000, na Cimeira Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável de 2012 (Rio+20) e na Cimeira das Nações Unidas de 2015, esta última

reconhecendo explicitamente o turismo sustent3vel como um sector particularmente relevante para alcanar os Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel (ODS) (Fennell e Cooper, 2020).

No 3mbito dos Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel (ODS), o turismo sustent3vel 3 especificamente mencionado nos ODS 8, 12 e 14 (Coghlan, 2023; Fennell e Cooper, 2020). O ODS 8 procura promover um crescimento econ3mico sustentado, inclusivo e sustent3vel que gere emprego pleno e produtivo e trabalho digno. Especificamente, a meta 8.9 'At3 2030, desenvolver e implementar pol3ticas para promover o turismo sustent3vel que crie empregos' destaca o papel do turismo como motor do desenvolvimento econ3mico, promovendo simultaneamente a inclus3o social e a sustentabilidade cultural e ambiental. O ODS 12 procura promover a produ3o e o consumo respons3veis. Assim, a meta 12.b, que afirma 'Desenvolver e implementar ferramentas para monitorizar os impactos do desenvolvimento sustent3vel, para alcanar um turismo sustent3vel que crie empregos e promova a cultura e os produtos locais', destaca a relev3ncia do turismo sustent3vel como uma ferramenta para promover a responsabilidade ambiental e social, contribuindo simultaneamente para o desenvolvimento econ3mico local. Por 3ltimo, o ODS 14 promove a conserva3o e a utiliza3o sustent3vel dos oceanos, mares e recursos marinhos. Em particular, a meta 14.7 'At3 2030, aumentar os benef3cios econ3micos para os pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os pa3ses menos desenvolvidos decorrentes da utiliza3o sustent3vel dos recursos marinhos, nomeadamente atrav3s da gest3o sustent3vel das pescas, da aquicultura e do turismo' enfatiza a import3ncia do turismo respons3vel nas zonas costeiras e marinhas para preservar estes ecossistemas vitais (Coghlan, 2023; Fennell e Cooper, 2020).

A ONU Turismo (anteriormente conhecida como Organiza3o Mundial do Turismo – OMT) tem sido uma das principais organiza3es que contribuem para a implementa3o dos ODS no turismo, servindo como modelo para promover a sustentabilidade agora e no futuro (Fennell e Cooper, 2020). Nesse sentido, a ONU Turismo lanou uma s3rie de iniciativas voltadas 3 promo3o do turismo sustent3vel globalmente, sendo as mais not3veis a declara3o do Ano Internacional do Turismo Sustent3vel, o Quadro Decenal de Programas sobre Consumo e Produ3o Sustent3veis (10YFP) e o Programa de Turismo Sustent3vel One Planet.

A declara3o do Ano Internacional do Turismo Sustent3vel 3 uma iniciativa adotada pela ONU Turismo em 2017 no 3mbito do ODS 8. Esta iniciativa visa consciencializar a comunidade global sobre o papel crucial do turismo na constru3o de uma economia mais justa e respeitosa que utilize recursos naturais e culturais, em linha com os objectivos do desenvolvimento sustent3vel. Os princ3pios em que se baseia s3o: 1) crescimento econ3mico inclusivo e sustent3vel; 2) inclus3o social, emprego e redu3o da pobreza; 3) efici3ncia de recursos, protec3o ambiental e mudanmas clim3ticas; 4) valores culturais, diversidade e patrim3nio; e 5) entendimento m3tuo, paz e seguranma (Fennell e Cooper, 2020; OMT, 2016).

O Quadro Decenal de Programas sobre Consumo e Produ3o Sustent3veis (10YFP) (posteriormente renomeado para Programa de Turismo Sustent3vel One Planet) define directrizes para alcanar padr3es sustent3veis de consumo e produ3o globalmente, visando reduzir a pegada ambiental das actividades humanas, melhorar a qualidade de vida e promover o desenvolvimento econ3mico. O 10YFP est3 vinculado ao ODS 12 e se concentra na transforma3o em direc3o 3 sustentabilidade por meio da efici3ncia, inova3o e adaptabilidade, com base em: 1) integra3o de padr3es de consumo e produ3o sustent3veis no sector do turismo, 2) colabora3o entre as partes interessadas para melhorar o desempenho dos padr3es

de consumo e produção sustentáveis no sector do turismo, 3) implementa o de directrizes, ferramentas e solu es técnicas para prevenir e mitigar os impactos do turismo, promovendo padr es de consumo e produ o sustentáveis entre as partes interessadas do turismo, e 4) investimento e financiamento em turismo sustentável (Coghlan, 2023; PNUMA, 2012).

O Programa de Turismo Sustentável One Planet, como sucessor do programa 10YFP, continua comprometido em promover práticas sustentáveis de consumo e produ o no sector de turismo. Seu principal objectivo   enfrentar os principais desafios globais, como mudanças climáticas, polui o ambiental e perda de biodiversidade, promovendo um turismo ecologicamente correto e benéfico às comunidades locais. Além da contribui o directa para o ODS 12, o programa também expande seu impacto em direc o aos ODS 13, 14 e 15 nas áreas de ac o climática e Protec o dos ecossistemas marinhos e terrestres, respetivamente (Coghlan, 2023; ONU, 2022).

Além do seu compromisso com o Desenvolvimento Sustentável e os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), a ONU Turismo assume um papel de liderança ao produzir relatórios técnicos e estatísticas sobre o mercado turístico, criar políticas e instrumentos voltados para o turismo sustentável, promover programas educacionais e de treinamento e fornecer assistência técnica em projectos de desenvolvimento de turismo sustentável   escala global (Coghlan, 2023). Também aborda em profundidade questões relacionadas   sustentabilidade económica, social e ambiental, como o impacto das mudanças climáticas no turismo, a contribui o do sector para as emissões de gases de efeito estufa, o desenvolvimento do ecoturismo, a gestão de áreas protegidas, a situa o dos pequenos estados insulares em desenvolvimento e a conservaço de zonas húmidas, entre outros.

RESUMO DO CAPÍTULO

O capítulo fornece uma introdu o fundamental ao turismo e ao desenvolvimento sustentável, explorando os princípios básicos de cada conceito e analisando sua integra o para promover uma abordagem equilibrada que permita o crescimento económico, a preserva o ambiental e o bem-estar social. Assim, em cada uma das se es,   proposta uma abordagem sobre o conceito de turismo, sustentabilidade pelo desenvolvimento sustentável e turismo sustentável.

O turismo   um sector fundamental na economia global, contribuindo significativamente para o crescimento económico e a cria o de empregos.   uma actividade complexa que abrange diversas dimensões econ micas, sociais e culturais, o que a torna difícil de definir com exactidão. Existem abordagens técnicas e conceituais para defini-la, incluindo aquelas que buscam delimitar turistas e actividades para fins estatísticos ou legislativos e aquelas que exploram sua natureza a partir de perspectivas antropológicas. Segundo a ONU Turismo, o turismo refere-se a todas as actividades realizadas fora do ambiente usual para lazer, negócios ou outros propósitos, e   caracterizado por sua temporalidade e motiva o. Além disso, o turismo pode ser considerado um fen meno social moldado por factores culturais e ambientais e pela dinâmica de interac o entre turistas e destinos, oferta, demanda e operadores em um determinado espaço geográfico.

O desenvolvimento sustentável surgiu em resposta ao impacto ambiental da actividade humana, abordado desde a década de 1950 por movimentos conservacionistas e em fóruns como a Conferência de Estocolmo de 1972. Popularizado pelo Relatório Brundtland (1987),   definido como a satisfa o das necessidades presentes sem comprometer as futuras, equilibrando economia, meio ambiente e sociedade. A ONU liderou sua implementa o, desde os Objectivos de Desenvolvimento do Mil nio (2000-2015) até os Objectivos de Desenvolvimento

Sustentável (ODS) da Agenda 2030, com 17 metas para erradicar a pobreza, proteger o planeta e garantir a prosperidade.

O turismo sustentável é um conceito recente que busca integrar os pilares da sustentabilidade nas esferas económica, social e ambiental. Durante as décadas de 1980 e 1990, esse conceito ganhou força graças à realização de eventos e encontros internacionais que enfatizaram a importância de gerir o turismo de forma a beneficiar tanto as comunidades locais quanto o meio ambiente, promovendo um desenvolvimento equilibrado que respeite os recursos naturais e culturais. O turismo sustentável se estabeleceu, portanto, como um componente essencial do desenvolvimento global, integrando a sustentabilidade económica, social e ambiental como elementos centrais para promover o progresso duradouro no turismo. Nesse sentido, o turismo sustentável se baseia em garantir a preservação dos processos ecológicos, a Protecção do património natural e da biodiversidade, respeitando a autenticidade, os valores tradicionais e o legado cultural das comunidades anfitriãs, promovendo a compreensão intercultural e assegurando operações económicas viáveis a longo prazo, proporcionando benefícios socioeconómicos a todas as partes interessadas que sejam distribuídos equitativamente, incluindo emprego estável e oportunidades de geração de renda e serviços sociais para as comunidades anfitriãs, e contribuindo para a redução da pobreza.

A ONU e seu braço especializado, o Turismo da ONU, são as principais organizações internacionais que promovem o desenvolvimento do turismo que equilibra a conservação da biodiversidade, o bem-estar social e a segurança. O turismo sustentável está alinhado com os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, particularmente os ODS 8, 12 e 14, que buscam crescimento económico inclusivo, produção responsável e protecção dos oceanos. Além disso, o Turismo da ONU desempenha um papel fundamental na implementação de políticas e programas que promovem o turismo sustentável, como o Ano Internacional do Turismo Sustentável e o Programa de Turismo Sustentável One Planet.

QUESTÕES DE COMPREENSÃO

1. Quais são as origens do termo desenvolvimento sustentável? Quais organizações foram fundamentais para o seu desenvolvimento?
2. Por que o sector do turismo deve ser sustentável? Descreva três razões.
3. Qual dos 17 ODS está mais intimamente relacionado ao turismo sustentável?

BIBLIOGRAFIA

Brundtland, G. H. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our common future*.

Burkart, A. J., e Medlik, S. (1981). *Tourism: Past, present and future*. William Heinemann Ltd.

Butler, R. W. (1999). Tourism-an evolutionary perspective. In J. G. Nelson, R. W. Butler y G. Wall (Eds.), *Tourism and sustainable development: Monitoring, planning, managing* (pp. 27–44). Department of Geography Publication.

Castañeda Rial, S., Hernández Jimenez, V., León Deloupy, I., Otamendi Vallet, N., e Piniés de la Cuesta, M. (2006). La búsqueda del desarrollo sostenible desde las cumbres mundiales de río (1992) y Johannesburgo (2002). En F. J. Garrido García

- (Ed.), *Desarrollo sostenible y agenda 21 local: Pr3cticas, metodolog3a y teor3a* (pp. 15–32). IEPALA Editorial.
- Coghlan, A. (2019). *An introduction to sustainable tourism*. Goodfellow Publishers Ltd.
- Coghlan, A. (2023). *An introduction to sustainable tourism* (2nd ed.). Goodfellow Publishers Ltd. <https://doi.org/10.23912/978-1-915097-30-9-5383>
- Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*. Pearson education.
- Cronin, L. (1990). A strategy for tourism and sustainable developments. *World Leisure & Recreation*, 32(3), 12–18. <https://doi.org/10.1080/10261133.1990.10559117>
- Edgell Sr, D. L. (2019). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429318122>
- Fennell, D. A., e Cooper, C. (2020). *Sustainable tourism: Principles, contexts and practices*. Channel View Publications.
- Forman, R. T. T. (1990). Ecologically sustainable landscapes: The role of spatial configuration. In I. S. Zonneveld, y R. T. T. Forman (Eds.), *Changing landscapes: An ecological perspective* (pp. 261–278). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-1-4612-3304-6_14
- Goeldner, V. R., e Brent Ritchie, J. R. (2011). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Government of PEI Environmental Advisory Council. (2013). *Principles of sustainable development 2013*. EAC.
- Government of Quebec. (2018). *The principles of sustainable development: A guide for action*.
- Hunziker, W. e Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen fremdenverkehrslehre*. Polygraphischer Verlag.
- Mathieson, A. e Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Longman.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., e Behrens, W. W. (1972). *The limits to growth: A report for the club of Rome's project on the predicament of Mankind*. Universe Books.
- Mitchell, B. (1994). Sustainable development at the village level in Bali, Indonesia. *Human Ecology*, 22, 189–211. <https://doi.org/10.1007/BF02169039>
- ONU. (2000). *Declaraci3n del milenio*.
- ONU. (2015). *Naciones unidas transformando nuestro mundo: La agenda 2030 para el desarrollo sostenible*.

- ONU. (2022). *Promover modalidades de consumo y producción sostenibles para la implementación de la agenda 2030 para el desarrollo sostenible, partiendo del programa 21*.
- Pan, S. Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S. L., e Chiang, P. C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the total environment*, 635, 452-469. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.04.134>
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del turismo sostenible: Cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*. Mundi-Prensa.
- Sancho, A. (1994). *Introducción al turismo*. Organización mundial del turismo (OMT).
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. CABI Publishing Series. <https://doi.org/10.1079/9780851993140.0000>
- Telfer, D. J. (2014). The evolution of development theory and tourism. En R. Sharpley, y D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 31–74). Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845414740-004>
- UC San Diego. (2018). *Principles of sustainability*.
- UNEP. (1972). *Report of the United Nations conference on the human environment*. Stockholm.
- UNEP. (2012). *Marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles*.
- UNEP, y UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable - A guide for policy makers.*, 128.
- UNESCO. (1992). *The Rio declaration on environment and development*.
- UNWTO. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*.
- UNWTO. (2016). *International year 2017*. UN World Tourism Organization.

EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 1

Para reforçar os principais conceptos abordados no capítulo 1, convidamo-lo a digitalizar o seguinte código QR. No vídeo você encontrará um resumo visual que complementa o conteúdo do capítulo 1, destacando os seus pontos principais.



2. CONCEPTUALIZAÇÃO E IMPLICAÇÕES DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Objectivos do capítulo

- Explorar e conhecer o impacto do turismo na economia, no meio ambiente e na sociedade
- Compreender as razões para a mudança do modelo de turismo para um mais sustentável
- Identificar os principais actores que influenciam o desenvolvimento do turismo sustentável

2.1. IMPACTO ECONÓMICO, SOCIAL E AMBIENTAL DO TURISMO

O turismo tem uma série de impactos significativos nas comunidades, nos ambientes naturais e nas economias onde opera. Estes impactos podem ser tanto positivos como negativos e, frequentemente, estão profundamente interligados. Compreender estes impactos é fundamental para abordar de forma eficaz os problemas relacionados com a sustentabilidade no turismo. Um impacto é considerado como a mudança num estado dado ao longo do tempo e resultante de um estímulo externo (Coghlan, 2023), e um dos maiores desafios ao estudar os impactos do turismo reside em identificar e quantificar os seus efeitos.

A Organização Mundial do Turismo (OMT) (UNWTO na sigla em inglês) define o turismo sustentável como ‘manter os processos ecológicos e conservar o património natural e a biodiversidade; respeitar a autenticidade, os valores tradicionais e o património cultural das comunidades anfitriãs e contribuir para o entendimento intercultural; e garantir negócios viáveis, distribuindo os benefícios económicos de forma equitativa entre todas as partes interessadas’ (UNESCO, 2024).

Esta definição pode servir como um guia geral, onde o turismo tenha plenamente em conta os impactos económicos, sociais e ambientais, presentes e futuros (UNEP e UN Tourism, 2005). No entanto, é útil compreender os impactos com mais detalhe para saber o que procurar, o que evitar ou o que potenciar.

Devido à natureza sistémica do turismo, a capacidade de compreender os impactos do turismo e de os atribuir a acções específicas pode ser um desafio. Coghlan (2023) atribui esta complexidade ao facto de que a investigação sobre os impactos do turismo é recente, tende a focar-se nos destinos e em níveis muito localizados e, frequentemente, em contextos muito semelhantes. Outro problema identificado para compreender os impactos do turismo é que estes não se distinguem facilmente dos impactos de outras actividades.

Hall e Lew (2009) adotam uma abordagem integrada para explorar e gerir os impactos do turismo, destacando as interações entre os efeitos económicos, sociais e ambientais e como estes podem influenciar os destinos turísticos e, conseqüentemente, as comunidades locais (Figura 2.1).

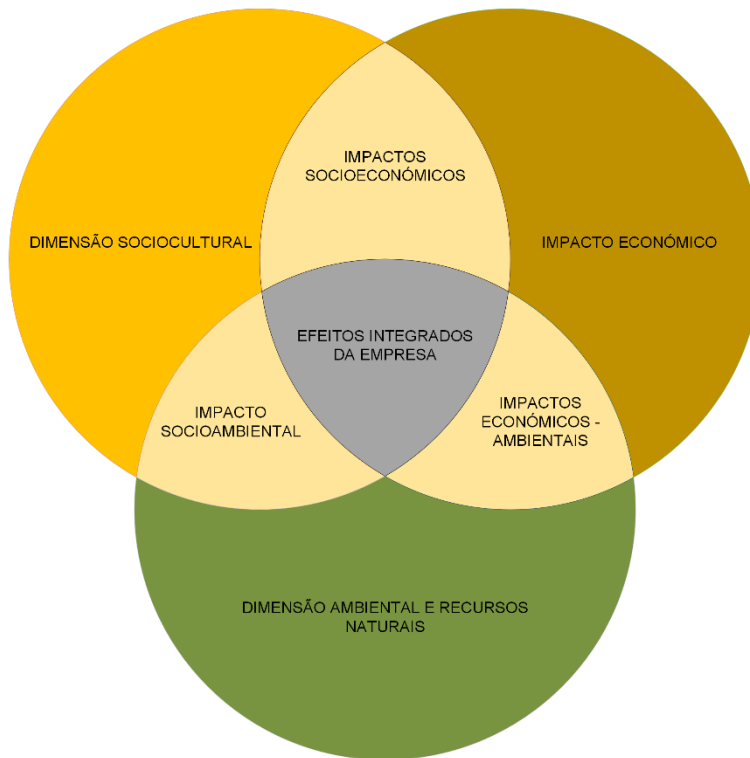


Figura 2.1. Interações entre efeitos económicos, sociais e ambientais. Fonte: Adaptado de Coghlan (2023)

A Figura 2.1 destaca as complexas interconexões entre os impactos socioculturais, económicos e ambientais do turismo, bem como as suas combinações. As dimensões socioculturais abrangem mudanças nas comunidades locais, por exemplo, o impacto das alterações climáticas induzidas pelo turismo nas tradições e nos recursos culturais. As dimensões ambientais reflectem os efeitos do turismo nos ecossistemas, como o aumento das emissões de carbono devido ao transporte em massa. Por outro lado, os impactos económicos incluem os benefícios, como a criação de emprego e o crescimento económico, mas também riscos como a desigualdade na distribuição de rendimentos. Estes três factores dão origem às intersecções, onde se encontram os impactos socioeconómicos, como alterações na distribuição da riqueza; os impactos socioambientais, alterações na paisagem que afectam tanto a ecologia como a cultura; e os impactos económico-ambientais, como o desmatamento devido à infra-estrutura turística. Finalmente, colocando em evidência as relações interdependentes entre estas dimensões, estão as abordagens integradas, onde se podem destacar as mudanças administrativas e políticas para gerir os impactos de forma sustentável. Esta inter-relação entre os efeitos económicos, sociais e ambientais sublinha a importância de gerir os impactos do turismo para maximizar os benefícios enquanto se mitigam os efeitos negativos (Coghlan, 2023; Hall e Lew, 2009).

2.1.1.IMPACTO ECONÓMICO

O turismo é uma das indústrias mais importantes a nível global, tanto pela sua contribuição económica como pela sua influência social e ambiental. Do ponto de vista económico, o turismo gera emprego directo e indirecto em múltiplos sectores, incluindo transporte, alojamento, gastronomia e actividades recreativas, e tem um impacto significativamente maior do que o esperado para as pequenas e médias

empresas (Coghlan, 2023; Lickorish e Jenkins, 1997). Em 2023, o sector do turismo mostrou uma recupera33o not3vel, contribuindo com quase 10 bili3es de d3lares para a economia global, o que representa 9,1% do PIB, e gerando emprego para 330 milh3es de pessoas; colocando assim os dados-chave do turismo em n3veis pr3-pandemia (Tabela 2.1). A n3vel internacional, o gasto aumentou 33,1%, enquanto o gasto dom3stico superou os n3veis de 2019 com um crescimento de 18%. Espera-se que em 2024 o sector atinja um recorde de 11,1 bili3es de d3lares, gerando 348 milh3es de empregos e que o gasto internacional e dom3stico atinja m3ximos hist3ricos (WTTC, 2024).

2019	2023	2024
PIB do Turismo (percentagem de participa33o no PIB Global)		
10,4%	9,1%	10,0%
Variac33o no PIB do sector do turismo		
2020 vs. 2019	2023 vs. 2022	2024 vs. 2023
-48,4%	23,2%	12,1%
(-5 bili3es de d3lares em perda de PIB)	(1,9 bili3es de d3lares em perda de PIB)	(1,2 bili3es de d3lares em perda de PIB)
Empregos gerados no sector do turismo		
334 milh3es	330 milh3es	348 milh3es
(10,5% do emprego global)	(10% do emprego global)	(10,4% do emprego global)
Variac333es no emprego no sector do turismo		
2020 vs. 2019	2023 vs. 2022	2024 vs. 2023
-69,5 milh3es	27 milh3es	18 milh3es
(-20,8% de empregos perdidos)	(9,1% de novos empregos)	(5,5% de novos empregos)

Tabela 2.1. Impactos econ3micos do sector turismo em 2024. Fonte: WTTC (2024)

Desta forma, os impactos econ3micos do turismo podem estar presentes ao longo de toda a cadeia de abastecimento, o que se conhece como ‘efeito multiplicador’. Muitos destes impactos econ3micos t3m um efeito positivo, mas tamb3m existem alguns impactos econ3micos menos favor3veis associados ao turismo, que iremos expor de seguida.

– Impactos econ3micos negativos do turismo

O turismo, embora reconhecido como um motor de desenvolvimento econ3mico, tamb3m gera uma s3rie de impactos negativos. Entre os impactos econ3micos encontram-se os custos associados ao turismo, que nem sempre t3m de ser negativos. Embora existam v3rios custos associados ao turismo — desde custos de oportunidade, infra-estruturas, publicidade, etc. — um dos mais destacados s3o as fugas econ3micas, que ocorrem atrav3s de v3rios mecanismos e s3o dif3ceis de quantificar e combater uma vez instaladas (Coghlan, 2023). Um exemplo claro de fugas econ3micas ocorre no turismo de enclave, onde os resorts costumam ser propriedade e gest3o estrangeira, desincentivando os turistas a explorar a zona local e a gastar em produtos locais (CEUPE, 2024). Desta forma, fugas severas de receitas podem gerar os seguintes impactos:

- Tornar os pequenos produtores locais incapazes de competir em pre3o e qualidade.
- Desencorajar o empreendedorismo local.
- Os produtos estrangeiros come3am a ganhar presen3a e a substituir os produtos locais.

- Gerar uma elevada depend3ncia de actores externos, enfraquecendo a auto-gest3o do destino.

Outro impacto negativo associado ao turismo s3o os custos inflacionados (P3rez de las Heras, 2004), que se agravam quando afectam as necessidades b3sicas em vez de despesas discricion3rias, podendo desencadear problemas sociais relacionados (Coghlan, 2023). Um exemplo-chave dos custos inflacionados 3 o efeito Airbnb, que agravou o problema do acesso 3 habita3o a pre3os acess3veis para trabalhadores em destinos tur3sticos. Os propriet3rios de im3veis deslocam o mercado de arrendamento residencial para op33es mais lucrativas de arrendamento tur3stico de curta dura3o, o que leva 3 escassez e ao aumento dos pre3os da habita3o de uso residencial (Guttentag, 2018).

Por outro lado, a natureza vari3vel do sector, ou seja, o turismo sazonal, est3 associada aos custos do turismo, resultando em muitos empregos tempor3rios com dura3o de apenas alguns meses — o que pode ser insuficiente para as economias familiares dos trabalhadores do sector (P3rez de las Heras, 2004).

Al3m dos custos associados ao sector, nem todos os efeitos econ3micos s3o positivos. Entre os impactos negativos tamb3m se destaca a flutua3o da procura tur3stica, que afecta negativamente tanto as empresas como as comunidades anfitri3s. Um dos principais efeitos 3 a instabilidade econ3mica. Durante as 3pocas altas, empresas e trabalhadores podem experimentar um aumento significativo de receitas; no entanto, nas 3pocas baixas, a actividade econ3mica reduz-se drasticamente. Isto afecta principalmente os trabalhadores, que enfrentam contratos tempor3rios ou cortes significativos no n3mero de horas laborais. As empresas, por sua vez, enfrentam dificuldades para cobrir custos fixos, colocando em risco a sua sustentabilidade a longo prazo (Coghlan, 2023).

Adicionalmente, a sazonalidade no sector tur3stico pode levar a uma excessiva depend3ncia econ3mica. Quando a procura varia drasticamente devido a factores sazonais ou imprevistos, as comunidades s3o particularmente afectadas. Isso evidencia a necessidade de diversificar as fontes de rendimento nessas regi3es, para garantir uma maior estabilidade econ3mica (CEUPE, 2024).

- Impactos econ3micos positivos do turismo

O turismo tamb3m gera importantes impactos econ3micos positivos ao estimular o crescimento das economias locais e nacionais (Sharpley et al., 2015). O benef3cio mais evidente do turismo 3 o seu rendimento directo (Coghlan, 2023). Ao receber visitantes, um destino atrai receitas externas para a economia local. Este impacto 3 mais f3cil de calcular a n3vel internacional (Lickorish e Jenkins, 1997; Sharpley et al., 2015), uma vez que os dados sobre visitas tur3sticas est3o mais dispon3veis do que a n3vel nacional ou regional.

A OMT define as receitas internacionais do turismo como ‘todas as despesas de consumo, pagamentos por bens e servi3os realizados por turistas internacionais como parte das suas viagens, seja para uso pr3prio ou como presentes, e que beneficiam directamente o destino’ (UNWTO, 2017). As principais categorias de despesas tur3sticas incluem alimenta3o e bebidas (que representam 50% das despesas), alojamento, transporte e compras (Coghlan, 2023; Sharpley et al., 2015).

Outra forma de impacto positivo derivado do turismo 3 a tributa3o (G3ktaş e 3etin, 2023; Swarbrooke, 1999). No caso dos visitantes internacionais, 3 comum a cobran3a de um imposto de sa3da ao deixarem o pa3s. No entanto, existem outros impostos frequentes, como: 1) impostos sobre alojamento: aplicado a quartos de hot3is, host3is, B&B e outros tipos de alojamento formal (Descals-Tormo e Ruiz-Tamarit, 2024); 2) licen3as e taxas de entrada; 3) vistos de visitante, que podem representar um benef3cio econ3mico para os destinos tur3sticos. Estas receitas fiscais

podem contribuir significativamente para o financiamento de infra-estruturas p3blicas, serviç3s e conservaç3o do meio ambiente nos destinos turísticos (Coghlan, 2023).

Para al3m das receitas directas, 3 poss3vel gerar receitas indirectas atrav3s da optimizaç3o do efeito multiplicador do turismo, que se baseia em como se gere a cadeia de abastecimento turística para beneficiar a economia local, gerando impactos econ3micos indirectos de primeira ordem, ou seja, receitas gastas directamente em fornecedores locais; e de segunda ordem, receitas que s3o redistribuídas para os sectores prim3rios. Estes impactos t3m maior repercuss3o em economias diversificadas que n3o dependem de importaç3es estrangeiras (Coghlan, 2023; P3rez de las Heras, 2004). Para al3m das receitas directas e indirectas, o turismo tamb3m estimula a criaç3o de novas empresas e, conseqüentemente, a geraç3o de mais lucros econ3micos e mais emprego, permitindo assim a diversificaç3o da actividade econ3mica (P3rez de las Heras, 2004).

Isto leva-nos aos dois benef3cios econ3micos finais do turismo: 1) a criaç3o de emprego directo, indirecto (Lickorish e Jenkins, 1997) e induzido (P3rez de las Heras, 2004), e os benef3cios a ele associados (CEUPE, 2024; Coghlan, 2023), sendo um sector intensivo em m3o de obra, pode gerar oportunidades de trabalho, especialmente em comunidades com poucas alternativas econ3micas. No entanto, como analisado nos impactos negativos, os empregos turísticos tendem a ser tempor3rios, a tempo parcial e com poucas oportunidades de progress3o profissional; 2) as oportunidades de desenvolvimento regional, particularmente relevantes para destinos que podem ter poucas oportunidades de desenvolvimento econ3mico, mas que s3o considerados destinos turísticos atractivos (Lickorish e Jenkins, 1997).

Na Tabela 2.2. pode observar-se um resumo tanto dos benef3cios econ3micos como dos custos econ3micos gerados pelo turismo.

Benef3cios econ3micos	Custos econ3micos
– Criaç3o de emprego	– Muitos empregos s3o mal remunerados e/ou sazonais
– Injecç3o de receitas na economia local atrav3s do efeito multiplicador	– Custos de oportunidade, ou seja, dinheiro investido no turismo que n3o pode ser utilizado para outros fins
– Ajuda a manter a viabilidade dos neg3cios locais	– Congestionamento
– Regeneraç3o e reestruturaç3o das economias de vilas e cidades onde outras actividades industriais est3o em decl3nio	– Depend3ncia excessiva do turismo, que torna a economia receptora vulner3vel 3s mudanç3s no mercado turístico
– Estimula o investimento industrial e de capital externo	

Tabela 2.2. Benef3cios e custos econ3micos do turismo. Fonte: Adaptado de Coghlan (2023) e Swarbrooke (1999)

2.1.2. IMPACTO SOCIAL

Em termos sociais, o turismo pode ser um motor para a troca cultural e o fortalecimento das identidades locais. Assim, os impactos socioculturais do turismo referem-se 3 forma como o turismo afecta as estruturas comunit3rias, os estilos de vida, os valores, os padr3es de comportamento colectivo e individual, e, em 3ltima inst3ncia, a qualidade de vida (Coghlan, 2023), sendo, por vezes, o aspecto mais negligenciado da sustentabilidade turística (P3rez de las Heras, 2004). Hall e Lew (2009) concluem que os factores que contribuem para o bem-estar social e para a

qualidade de vida incluem segurana econ3mica, emprego, sa3de, protec3o social, condi3es de habita3o, ambiente f3sico e recreativo.

Pode observar-se que cultura e sociedade caminham lado a lado. Geertz (1973) define a sociedade como a disposi3o das rela3es sociais num grupo, e a cultura como as cren3as e s3mbolos partilhados por esse grupo. Assim, e seguindo a defini3o de turismo apresentada pela OMT-PNUMA (UNWTO - UNEP, 2008), os impactos sociais e culturais do turismo ser3o considerados em conjunto (Lickorish e Jenkins, 1997).

Tal como acontece com os impactos econ3micos, os impactos socioculturais podem e ter3o tanto efeitos positivos como negativos nos ambientes sociais (Coghlan, 2023). No entanto, os impactos sociais ser3o influenciados por:

- O grau de semelhan3a cultural e econ3mica entre os anfitri3es e os turistas
- A propor3o de turistas em rela3o aos anfitri3es
- O n3vel socioecon3mico e educativo das comunidades anfitri3s
- O grau de depend3ncia do turismo como motor econ3mico na comunidade anfitri3
- A proemin3ncia dos turistas e da ind3stria tur3stica na comunidade anfitri3, e a exist3ncia de espa3os reservados para os residentes locais
- A composi3o pol3tica e social da regi3o anfitri3

Quando um ou v3rios destes factores est3o presentes de forma dominante na comunidade anfitri3, podem surgir impactos sociais significativos, geralmente de car3cter negativo (Coghlan, 2023).

H3 uma grande variedade de factores que podem influenciar os impactos socioculturais, e factores semelhantes podem gerar respostas diferentes em locais distintos. A raz3o desta complexidade reside no facto de estarmos a considerar os impactos do turismo sobre as sociedades, ou seja, grupos de pessoas que formam comunidades em locais espec3ficos (Lickorish e Jenkins, 1997). Naturalmente, uma grande parte da responsabilidade pelo impacto social do turismo recai sobre o pr3prio visitante (P3rez de las Heras, 2004).

- Impactos sociais negativos do turismo

O turismo promove a globaliza3o e a homogeneiza3o das culturas, funcionando como uma resposta directa 3 necessidade de expans3o e cria3o de novos mercados, muitas vezes ignorando as necessidades locais no processo (Coghlan, 2023). Este comportamento conduz 3 acultura3o e/ou assimila3o, fen3meno que ocorre quando as tradi3es e valores locais s3o substituídos pelos de uma cultura dominante devido ao seu alcance e poder econ3mico, e por vezes pol3tico (Hall e Lew, 2009; Swarbrooke, 1999), como resultado da falta de sensibilidade dos turistas perante os costumes, tradi3es e normas locais (Lickorish e Jenkins, 1997).

Outro impacto sociocultural associado ao turismo 3 a mercantiliza3o da cultura e do patrim3nio, que ocorre quando as artes, artesanato, m3sica e tradi3es s3o modificados para se adaptarem aos gostos e exig3ncias dos visitantes; tornando-os mais comercializ3veis, mas muitas vezes distorcendo o seu significado original (CEUPE, 2024; Coghlan, 2023; Lickorish e Jenkins, 1997; P3rez de las Heras, 2004; Swarbrooke, 1999). Hall e Lew (2009) identificaram pelo menos quatro formas de mercantiliza3o: 1) Est3tica: os designs s3o alterados para agradar ao gosto art3stico dos turistas; 2) Pr3tica: os artigos s3o redesenhados para oferecer mais utilidade; 3) Uniformidade: aumenta-se ou reduz-se a variedade de designs para satisfazer as prefer3ncias dos turistas; 4) Qualidade: os materiais e/ou t3cnicas utilizadas s3o reduzidos para permitir maiores volumes de produ3o destinados 3 venda tur3stica.

Por vezes, a mercantiliza33o cultural pode dar origem ao que se conhece como apropria33o cultural (CEUPE, 2024; Swarbrooke, 1999). Definida como a adopi33o de elementos de uma cultura minorit33ria por membros de uma cultura dominante (Coghlan, 2023). Esta pr33tica gera desequil33brios de poder, uma vez que envolve a utiliza33o de tradi33oes de outra cultura sem o seu consentimento.

Os impactos negativos do turismo referidos anteriormente conduzem ao tema da autenticidade (CEUPE, 2024). Este termo refere-se tanto 33 autenticidade objectiva e mensur33vel de um objecto como 33 autenticidade pessoal e subjetiva de experi33ncias e formas de vida. Para muitos viajantes, 33 um tema importante, pois permite-lhes vivenciar o lugar ‘real’, ou seja, ter uma compreens33o profunda do destino e conhecer os habitantes locais. Isso faz com que o que 33 aut33ntico se torne altamente comercializ33vel (Coghlan, 2023).

Os investigadores da autenticidade (Weaver e Lawton, 2014) descrevem quatro estados que se encontram na Tabela 2.3. Por um lado, analisa-se a produ33o da experi33ncia, que pode ser real ou encenada; por outro, o consumo da experi33ncia, que tamb33m pode ser real ou encenado. Uma experi33ncia percebida como real tanto na sua produ33o como no seu consumo 33 considerada aut33ntica. J33 uma experi33ncia cuja produ33o 33 encenada, mas percebida como real no consumo 33 denominada ‘autenticidade encenada’. Por sua vez, quando tanto a produ33o como o consumo s33o encenados, trata-se de uma ‘experi33ncia artificial’.

		Percep33o dos turistas sobre a atrac33o	
		Genu33na	Artificial
Percep33o dos residentes sobre a atrac33o	Genu33na	Ambas as partes valorizam a natureza aut33ntica da atrac33o	Os turistas subestimam a autenticidade da atrac33o
	Artificial	Os turistas s33o enganados, o que gera um impacto negativo	Ambas as partes aceitam a natureza artificial da atrac33o

Tabela 2.3. Percep33o da autenticidade. Fonte: Adaptado de Weaver e Lawton (2014)

Factores como a mercantiliza33o e a autenticidade n33o s33o os 33nicos impactos negativos do turismo. O crime contra turistas 33 uma preocupa33o fundamental no sector (CEUPE, 2024; Coghlan, 2023), devido 33 repercuss33o medi33tica que normalmente o acompanha. Weaver e Lawton (2014) identificam seis raz33es pelas quais os turistas s33o mais vulner33veis ao crime: 1) diferen33as relacionadas com ra33a, vestu33rio, idioma e comportamento; 2) transporte de objectos de valor; 3) desorienta33o ou tend33ncia a perder-se; 4) invisibilidade na comunidade, o que torna menos prov33vel que algu33m os denuncie como desaparecidos, e por vezes n33o conhecem os n33meros de emerg33ncia; 5) modo de f33rias, o que os torna menos atentos a situa33oes perigosas; e 6) falta de familiaridade com a cultura local e os servi33os, tornando-os mais suscept33veis a serem enganados.

Por fim, a n33vel micro, certos impactos podem ser fomentados pela presen33a de turistas, como o aumento de lixo, aglomera33oes, vandalismo, roubos, remo33o e venda de artefactos culturais e produtos naturais, entre outros.

– Impactos positivos do turismo

Nem todos os impactos socioculturais associados ao turismo s33o negativos. As oportunidades de emprego e desenvolvimento geradas pelo turismo s33o um dos impactos positivos a n33vel econ33mico j33 identificados (P33rez de las Heras, 2004). A n33vel sociocultural, um dos mais relevantes 33 a preserva33o da cultura, que pode

tornar-se num atractivo turístico, embora não esteja isenta dos riscos associados à mercantilização (Coghlan, 2023; Swarbrooke, 1999).

Um dos impactos do turismo mais debatidos é o que se conhece como ‘diplomacia suave’, definida por Coghlan (2023) como a utilização da marca de destino para mostrar os aspectos positivos, acolhedores e não ameaçadores de um país. Como extensão disso, acredita-se que experiências interculturais positivas promovem resultados sociais positivos, permitindo uma melhor compreensão intercultural, empatia mútua e tolerância (Swarbrooke, 1999). No entanto, essa compreensão intercultural que surge da diplomacia é resultado de um difícil processo de choque cultural.

Por vezes, os turistas que experienciam um choque cultural passam por três fases: a fase da lua-de-mel, onde estão entusiasmados por explorar uma nova cultura; seguida da fase de negociação, em que as diferenças se tornam evidentes pela falta de familiaridade e podem ser julgadas; e, finalmente, a fase de assimilação, onde as diferenças são aceites e normalizadas como parte da rotina quotidiana (Coghlan, 2023).

Outro grande impacto do turismo é a melhoria da qualidade de vida dos anfitriões (Pérez de las Heras, 2004; Swarbrooke, 1999). Muitos destinos investem em medidas de segurança para proteger os turistas, que acabam também por beneficiar os residentes. Infra-estruturas como estradas, iluminação pública, abastecimento de água e melhorias em instalações turísticas têm efeitos colaterais positivos para a população local. A chegada de turistas também pode aumentar a disponibilidade de serviços essenciais e oportunidades de lazer (Coghlan, 2023).

A combinação de perspectivas de desenvolvimento económico, maiores oportunidades de emprego e qualificação, encontros sociais positivos entre anfitriões e visitantes, novas e melhores infra-estruturas e serviços, juntamente com a promoção cultural e o sentimento de identidade local, somado a um indicador financeiro claro, pode levar a um maior orgulho comunitário e envolvimento cívico no destino (Pérez de las Heras, 2004).

Na Tabela 2.4. podem observar-se os impactos socioculturais positivos e negativos do turismo que foram analisados nas secções anteriores, de acordo com elementos-chave que compõem o capital social e cultural da sociedade anfitriã.

	Impactos positivos	Impactos negativos
Património	<ul style="list-style-type: none"> – Melhoria na qualidade dos museus e do património local – Maior atenção das comunidades locais e dos organismos públicos à conservação 	<ul style="list-style-type: none"> – Construção de edifícios com estilos arquitectónicos não tradicionais – Roubo de artefactos por parte dos turistas – Censura de histórias patrimoniais para não incomodar os turistas
Língua	<ul style="list-style-type: none"> – Maior interesse na preservação das línguas tradicionais se forem vistas como atractivo turístico 	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução de palavras estrangeiras no vocabulário – Pressão sobre os idiomas locais se os turistas não puderem ou não quiserem comunicar-se com o pessoal nesses idiomas
Religião	<ul style="list-style-type: none"> – Crescimento do respeito pela religião da comunidade anfitriã por parte dos turistas 	<ul style="list-style-type: none"> – Perda de espiritualidade nos locais religiosos dominados por turistas
Artes tradicionais	<ul style="list-style-type: none"> – Desenvolvimento de novos mercados para o artesanato e formas de arte tradicionais 	<ul style="list-style-type: none"> – Pressão para substituir o artesanato tradicional por produtos exigidos pelos turistas

	Impactos positivos	Impactos negativos
	– Renascimento das formas de arte tradicionais	– Trivializa33o ou modifica33o das formas de arte tradicionais para satisfazer os desejos dos turistas
Estilos de vida tradicionais	– Maior consci3ncia sobre estilos de vida noutras partes do mundo	– Risco de passar da auto-sufici3ncia 3 depend3ncia – Crescente influ3ncia dos meios de comunica33o estrangeiros – Novos h3bitos alimentares, como o consumo de fast food
Valores e comportamento	– Adop33o de aspectos positivos dos valores e comportamentos dos turistas, como o respeito pelos animais	– Aumento da criminalidade – Perda de dignidade ao serem for3ados a comportar-se de forma servil perante os turistas – Redu33o do n3vel de moralidade pessoal
Popula33o anfitri3	– Migra33o de pessoas din3micas para viver e/ou trabalhar na comunidade – Redu33o da despovoa33o	– Domina33o da comunidade por imigrantes externos

Tabela 2.4. Impactos potenciais do turismo ao n3vel da sociedade e cultura nas comunidades anfitri3s. Fonte: Adaptado de Swarbrooke (1999)

2.1.3. IMPACTO AMBIENTAL

Do ponto de vista ambiental, o turismo tem um impacto significativo, especialmente em termos de polui33o, sobre-explora33o de recursos, perda de biodiversidade, entre outros. Por isso, os impactos ambientais do turismo s3o talvez os mais generalizados, mas tamb3m os mais dif3ceis de quantificar, devido ao facto de haver pouco conhecimento sobre as condi33es de refer3ncia do meio natural, o que dificulta atribuir as mudan3as exclusivamente ao turismo, excluindo outras actividades humanas (Coghlan, 2023; Lickorish e Jenkins, 1997).

Ter uma defini33o clara de meio natural tem sido um desafio constante, pois diferentes regi3es t3m defini33es pr3prias, centrando-se em aspectos naturais e, por vezes, nem sequer mencionando os humanos. Outras, como no caso da Austr3lia, incluem as pessoas e as comunidades, o que dificulta a defesa da natureza em oposi33o aos interesses humanos (Coghlan, 2023). Independentemente da complexidade associada 3 obten33o de uma defini33o clara e consensual, 3 poss3vel identificar, como descreve Budowski (1976), a rela33o entre o turismo e o meio natural com base em tr3s aspectos principais:

- Conflito: Quando o turismo tem um impacto negativo no ambiente
- Coexist3ncia: Quando o turismo e o ambiente t3m pouco contacto
- Simbiose: Quando o turismo pode apoiar a protec33o do meio natural, o que por sua vez melhora a qualidade da experi3ncia tur3stica

3 importante destacar que as altera33es clim3ticas e os seus efeitos sobre o clima ter3o impactos significativos no turismo, um aspecto-chave que n3o foi abordado por Budowski, mas sim por outros autores como Ranieri et al. (2024), Zhang et al. (2024) e Nghiem et al. (2024), que demonstram como as altera33es clim3ticas favorecem o desenvolvimento do turismo sustent3vel.

- Impactos ambientais negativos do turismo

O impacto mais evidente do turismo no meio ambiente s3o as emiss3es de carbono. O primeiro estudo abrangente sobre a pegada de carbono do turismo foi realizado pela OMT em 2008 e concluiu que o turismo representava 5% das emiss3es mundiais de gases com efeito de estufa (GEE) (Mishra et al., 2022). Uma d3cada depois, um estudo publicado por Lenzen et al. (2018) revelou que esse valor tinha aumentado para 8%, confirmando que mais pessoas est3o a viajar, a maiores dist3ncias e com mais frequ3ncia.

Este aumento nas emiss3es de carbono real3a a import3ncia de o turismo ser incluído no Acordo de Paris de 2015. Por este motivo, o pr3prio sector turístico, com o objectivo de ser mais sustent3vel e respeitador do ambiente, estabeleceu metas para reduzir em 50% as emiss3es de GEE at3 2035 (Coghlan, 2023). No entanto, G3ssling et al. (2013) indicam que n3o foram propostos mecanismos concretos para alcan3ar essas redu33es.

Os impactos ambientais negativos do turismo n3o se limitam 3s altera33es clim3ticas (Coghlan, 2023; P3rez de las Heras, 2004). Tamb3m se podem identificar:

- Aumentos significativos no uso de recursos como 3gua, energia, alimentos e materiais de constru33o.
- Altera33es na cobertura e uso do solo.
- Problemas de gest3o de resídulos e polui33o.
- Impactos f3sicos como eros3o e compacta33o do solo.
- Propaga33o de doen3as e esp3cies invasoras.
- Perda de esp3cies e perturba33es 3 fauna.

Alguns destes impactos s3o mais difíceis de quantificar do que outros. Com as altera33es clim3ticas, o consumo energ3tico do turismo passou a receber mais aten33o (P3rez de las Heras, 2004). Sabe-se que o transporte representa 75% do consumo total de energia no turismo, sendo o alojamento o segundo maior consumidor. Este 3ltimo pode variar consideravelmente em termos de emiss3es totais, que oscilam entre 0,1 e 260 kg de CO₂ por noite. Esta varia33o reflecte n3o s3o o tipo de alojamento, mas tamb3m as diferentes estrat3gias de poupan3a energ3tica (Coghlan, 2023).

O uso da 3gua 3 outro aspecto relevante em rela33o aos impactos ambientais negativos do turismo, j3 que, em muitos pa3ses em desenvolvimento, o consumo de 3gua pelos turistas excede amplamente o dos residentes locais. Este elevado consumo de 3gua resulta n3o s3o do comportamento dos h3spedes e das exig3ncias de lavandaria de roupa de cama e toalhas, como tamb3m da manuten33o de jardins, piscinas e outras instala33es aqu3ticas nos alojamentos (Coghlan, 2023).

Relativamente aos impactos do turismo no consumo de alimentos, uso do solo e materiais de constru33o, h3 pouca informa33o dispon3vel, uma vez que esses factores n3o t3m recebido a devida aten33o na literatura. No entanto, outros problemas fundamentais associados ao turismo s3o a polui33o, impactos f3sicos como a compacta33o, eros3o e pisoteio, propaga33o de doen3as, extrac33o de esp3cies e perturba33o da fauna, altera33es no comportamento animal, entre outros, os quais se encontram reunidos na Tabela 2.5.

Impacto	Descri33o
Polui33o	A polui33o 3 outro problema fundamental associado ao turismo, que inclui: polui33o sonora proveniente de avi3es e outros meios de transporte; lixo e resídulos; polui33o por 3guas residuais, petr3leo e produtos qu3micos; e polui33o visual
Compacta33o, eros3o e pisoteio	O pisoteio, a eros3o e outros impactos f3sicos s3o problemas recorrentes, entre os quais se destacam: pisoteio da vegeta33o que pode causar quebra e hematomas nas plantas, perda de cobertura vegetal e altera33o na

Impacto	Descri33o
	composi33o das esp3cies; pisoteio do solo, que leva 3 perda de mat3ria org3nica, redu33o da macroporosidade, diminui33o da permeabilidade ao ar e 3 3gua e aumento do escoamento superficial, favorecendo a eros3o
Propaga33o de doen3as	O turismo facilita a propaga33o de doen3as, por exemplo: na 3gua de lastro de navios de cruzeiro e embarca33es recreativas; ou atravs do movimento directo de turistas
Extrac33o de esp3cies e perturba33es 3 fauna	A extrac33o de esp3cies por turistas tem impactos negativos, como por exemplo, a recolha de conchas e outras esp3cies marinhas como lembranas
Alterac33es no comportamento animal	Os animais que est3o frequentemente em contacto com turistas tendem a apresentar mudan3as de comportamento que podem ser prejudiciais. Alimentar a fauna selvagem habitua os animais 3 presen3a humana, eliminando o seu medo natural e criando a expectativa de uma fonte f3cil de alimento, o que pode levar a comportamentos agressivos. Dentro deste impacto, destaca-se a pr3tica de tirar selfies com animais selvagens, devido aos riscos e efeitos negativos que essa interac33o causa aos animais

Tabela 2.5. Impactos ambientais negativos associados ao turismo. Fonte: Elabora33o pr3pria com base em Coghlan (2023); P3rez de las Heras, (2004)

– Impactos ambientais positivos do turismo

Nem todo o turismo 3 prejudicial para o ambiente natural. Se for planeado de forma adequada e com vis3o a longo prazo, 3 poss3vel obter benef3cios positivos, seja atravs de resultados directos na conserva33o ou promovendo comportamentos pr3-ambientais por parte dos turistas.

Coghlan (2023) identifica cinco 3reas principais sobre as quais incidem os impactos positivos do turismo no ambiente:

- 1) O turismo pode fornecer uma justifica33o econ3mica para a conserva33o e preserva33o do patrim3nio natural e/ou gerar receitas directas para a conserva33o.
- 2) O turismo pode criar um novo grupo de apoio 3 conserva33o.
- 3) O turismo baseado na natureza ou o ecoturismo cria um p3blico cativo para oportunidades de educa33o ambiental, envolvendo os turistas com a natureza e a conserva33o de forma directa e impactante.
- 4) O turismo pode oferecer oportunidades para actividades de conserva33o directa, por exemplo, atravs do voluntariado tur3stico.
- 5) O turismo pode dissuadir a ca3a furtiva de animais selvagens simplesmente ao manter uma presen3a cont3nua em 3reas onde normalmente actuariam os ca3adores furtivos.

At3 agora, a investiga33o tem-se centrado principalmente no impacto do turismo na consci3ncia ambiental dos visitantes, nos comportamentos e nas alterac33es no consumo de recursos naturais como resultado do turismo. No entanto, os impactos directos sobre a fauna selvagem, o fluxo gen3tico entre popula33es, os recursos para a fauna, a sa3de e a resili3ncia dos ecossistemas, entre outros, s3o 3reas menos investigadas e, por isso, o n3vel de compreens3o que temos 3 mais reduzido (Wardle et al., 2021). De facto, as rela33es entre o turismo e os impactos sobre o ambiente s3o dif3ceis de quantificar, e existe pouca investiga33o emp3rica que aborde esta rela33o (Coghlan, 2023).

Um dos impactos positivos do turismo no ambiente est3 relacionado com os ecossistemas complexos, sobre os quais se sabe relativamente pouco (Coghlan, 2023). O impacto mais estudado at3 agora 3 o do ecoturismo nas florestas, onde se identificam 111 estudos (Brandt e Buckley, 2018; Wardle et al., 2021) que destacam

três tendências distintas: 1) as florestas devem contar com protecção formal do governo; 2) deve existir uma delimitação clara das áreas de conservaço; e 3) é necessário monitorizaço e cumprimento rigoroso das zonas protegidas. Na ausênca destas condiçoes, as florestas continuam a degradar-se, o que sublinha a necessidade de uma relaço simbiótica entre turismo e conservaço, em vez de depender exclusivamente do turismo como canal de protecção (Coghlan, 2023).

Foi identificado um padr3o semelhante no que diz respeito à conservaço de espécies, com benefícos líquidos de conservaço derivados do turismo apenas quando este é combinado com outros factores reguladores, como a restauraço de habitats, gest3o de espécies invasoras, iniciativas contra a caça furtiva e criaço de áreas protegidas (Buckley et al., 2016).

Outros impactos do turismo ocorrem em áreas classificadas como patrim3nio natural, mas a obtenço de números concretos sobre as receitas geradas pelo turismo para a protecção da vida selvagem e dos ecossistemas é escassa (Coghlan, 2023). Na maioria dos casos, essas receitas s3o integradas no orçoamento geral do governo e a sua ligaço à conservaço não é quantificada, representando frequentemente muito menos do que os fundos necessários para a protecção dessas áreas (Buckley, 2011, 2018).

A relaço entre as comunidades locais, os turistas e a conservaço apresenta duas tendências claras: no caso das comunidades locais, a relaço é directa – os benefícos econ3micos locais directos do turismo têm mais probabilidade de gerar apoio comunitário ao turismo. Já no caso dos turistas, o impacto a longo prazo do turismo nas suas atitudes ou comportamentos pró-ambientais é menos claro (Coghlan, 2023).

Com base em todos os impactos mencionados anteriormente, Buckley (2011) resume as condiçoes necessárias para que o turismo gere benefícos em três aspectos principais: 1) um ambiente comercial facilitador e respeitador do meio ambiente; 2) um forte apoio social onde a comunidade local receba os benefícos financeiros do turismo; e 3) um quadro legal adequado.

2.2. ENQUADRAMENTO NORMATIVO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Existem diferentes estratégias, programas, convençoes e recomendaçoes desenvolvidas a nível internacional, nacional, regional e local que procuram moldar e promover diferentes elementos para transformar o sector turístico num sector sustentável (Abad Galzacorta et al., 2017). O enquadramento normativo do turismo sustentável baseia-se em iniciativas internacionais como os Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) estabelecidos pelas Naçoes Unidas. A nível regional e local, as estratégias de sustentabilidade s3o implementadas através de normas que protegem as áreas naturais e o patrim3nio cultural, promovendo práticas sustentáveis nos sectores público e privado (Coghlan, 2023). A seguir, apresentamos uma contextualizaço do enquadramento normativo do turismo sustentável a nível internacional e europeu.

2.2.1. ENQUADRAMENTO INTERNACIONAL

A primeira iniciativa a nível internacional sobre Turismo Sustentável foi a Conferênca Mundial do Turismo Sustentável celebrada em abril de 1995, na Ilha de Lanzarote, Espanha, onde se aprova a primeira Carta de Turismo Sustentável, representando uma mudança na direcço da indústria do turismo e o desenvolvimento da actividade (Abad Galzacorta et al., 2017). A Carta de Turismo Sustentável indica que ‘o desenvolvimento turístico deverá fundamentar-se sobre critérios de sustentabilidade, ou seja, há de ser suportável ecologicamente a longo prazo, viável economicamente

e aceitável socialmente', também indica que 'o carácter sustentável do turismo implica a sua integração no meio natural, cultural e humano, devendo respeitar os frágeis equilíbrios que caracterizam a maioria dos destinos turísticos' (OMT, 1995).

À Carta de Turismo Sustentável de 1995, seguiu-se a aprovação do Código Ético Mundial para o Turismo (CEMT) na Assembleia Geral da OMT em 1999, onde se estabeleciam os princípios para orientar os principais actores do desenvolvimento turístico, ou seja, governos, empresas turísticas, comunidades e turistas (Pololikashvili, 2020). Também se aprovou a UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics, cujo objectivo é ajudar a maximizar os benefícios do sector, minimizando os possíveis impactos negativos para o meio ambiente, o património cultural e as sociedades (UN Tourism, 2019).

O documento mais recente a nível internacional é a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU). Trata-se de um ambicioso plano de acção a favor das pessoas, do planeta e da prosperidade, seguindo a linha dos anteriores Objectivos de Desenvolvimento do Milénio 2000 – 2015 (Abad Galzacorta et al., 2017). A Agenda 2030 propõe um total de 17 Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) com 169 metas de carácter integrado e indivisível que abrange os aspectos económicos, sociais e ambientais (ONU, 2015). Em relação com a indústria do turismo, dentro da Agenda 2030 dos ODS destacam-se o objectivo Número 8: 'Elaborar e pôr em prática políticas encaminhadas a promover um turismo sustentável que crie postos de trabalho e promova a cultura e os produtos locais'; e o objectivo Número 12: 'Elaborar e aplicar instrumentos que permitam seguir de perto os efeitos no desenvolvimento sustentável com vista a alcançar um turismo sustentável que crie postos de trabalho e promova a cultura e os produtos locais'. Desta forma, o ODS 8 enfatiza a importância do trabalho decente e o crescimento económico inclusivo, enquanto o ODS 12 promove padrões de consumo e produção responsáveis (Coghlan, 2023).

Com os novos objectivos propostos na Agenda 2030, apresenta-se também uma nova Carta Mundial do Turismo Sustentável +20, o que supôs uma reformulação da Primeira Carta Mundial de Turismo Sustentável e incorporou os 17 ODS. A nova carta reivindicava a preservação da qualidade dos destinos e da indústria turística, assim como a capacidade de satisfação do turismo como objectivos prioritários (UNWTO e REPM, 2016).

No ano 2017, a Assembleia Geral das Nações Unidas declarou o Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento, promovendo o turismo a partir de cinco áreas chave: Crescimento económico inclusivo e sustentável; Inclusão social, emprego e redução da pobreza; Uso eficiente dos recursos, protecção ambiental, luta contra as alterações climáticas e valores culturais, Diversidade e património; e Entendimento mútuo, paz e segurança (UN Tourism, 2017b).

Todas estas iniciativas e planos estabelecidos a nível internacional colocam o foco no turismo como indústria motora para o desenvolvimento sustentável, mas nenhuma delas é directamente vinculativa. Daí que a OMT trabalhe em colaboração com agências internacionais como o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), ou a Organização Meteorológica Mundial (OMM), com o objectivo de responder de forma oportuna e equilibrada aos efeitos das alterações climáticas no sector turístico (Abad Galzacorta et al., 2017).

No que diz respeito à preocupação sobre o meio ambiente, os compromissos internacionais aprovaram em 1992 a Convenção Quadro sobre Alterações Climáticas (CQMC), seguido do Protocolo de Quioto em 1997, e do Acordo de Paris em 2015. Os três compromissos representam momentos chave em matéria de acordos

vinculativos, que estabelecem planos de ac33o mundial para fazer a ponte entre as pol3ticas actuais e a neutralidade clim3tica (Abad Galzacorta et al., 2017; Coghlan, 2023).

2.2.2.MARCO EUROPEU

Tendo em conta os dados econ3micos do sector tur3stico na economia europeia, justifica-se o papel que est3 a ocupar a pol3tica tur3stica entre as prioridades europeias. Onde a dimens3o ambiental e sustent3vel do turismo tem vindo a ganhar import3ncia, e est3 presente no contexto europeu do turismo sustent3vel, respons3vel e 3tico (Abad Galzacorta et al., 2017).

Desde a Uni3o Europeia definem-se nove eixos priorit3rios sobre pol3tica tur3stica:

- 1) Impulsionar a competitividade do sector, a especializa33o dos profissionais, ac33es sustent3veis, apoio atrav3s de iniciativas estruturais, etc.
- 2) Impulsionar pol3ticas sobre ac33es e medidas coordenadas para o sector do turismo: Cria33o de um quadro pol3tico do turismo com instrumentos financeiros adequados para poder realizar actividades comunit3rias dentro deste campo.
- 3) Import3ncia horizontal do sector do turismo: A UE considera o sector tur3stico como um sector econ3mico que contribui significativamente para o crescimento e para a cria33o de emprego, com necessidades concretas relativas a forma33o especializada, etc.
- 4) Promo33o da inclus3o de aspectos do sector tur3stico noutras pol3ticas relevantes comunit3rias: Especialmente dirigidas para: A forma33o, o emprego e pol3ticas sociais, gerar qualidade de vida, inova33o, sustentabilidade, protec33o do meio ambiente, patrim3nio e cultura, protec33o do consumidor, economia e tributa33o, vistos e seguran3a, transporte e mobilidade.
- 5) Promover um Modelo Europeu de Turismo Solid3rio, Social e Respons3vel: Impulsionar condi33es, princ3pios e c3digos de boas pr3ticas, com o objectivo de desenvolver o sector tur3stico para que seja compat3vel com a economia, a pol3tica social, e ser um meio sustent3vel vinculado com os objectivos propostos na Comunica33o da Comiss3o sobre uma 'Agenda para um Turismo Sustent3vel e Competitivo'.
- 6) Impulsionar servi33os tur3sticos de qualidade e garantir uma marca europeia diferenciada e personalizada – Iniciativas da UE, a t3tulo de exemplo: Destino Europeu de Excel3ncia e Selo de Qualidade Europeu.
- 7) Refor3ar as NTIC no sector tur3stico e aplicadas ao acesso aos produtos tur3sticos.
- 8) Turismo acess3vel para todos e pessoas com mobilidade reduzida.
- 9) Explorar o valor acrescentado e econ3mico do turismo/patrim3nio e os itiner3rios culturais, e o turismo mar3timo e costeiro.

Com o objectivo de p3r em pr3tica os nove eixos priorit3rios sobre pol3tica tur3stica, a Uni3o Europeia promoveu diferentes agendas, tratados, cartas que convidam os protagonistas a participar na implementa33o de um turismo mais sustent3vel (Tabela 2.6.).

Pol3tica europeia	Descri33o
A Agenda 21 (1992)	Define os princ3pios de ac33o para o desenvolvimento sustent3vel no 3mbito internacional, constituindo uma ferramenta para o planeamento do turismo sustent3vel, permitindo um conhecimento profundo das condi33es naturais, sociais e econ3micas ligadas 3 actividade tur3stica atrav3s da aplica33o de diagn3sticos, indicadores, com o objectivo de definir estrategicamente os

Política europea	Descrição
	objectivos e planos de acção que permitam realizar e concretizar os princípios do desenvolvimento sustentável
Agenda para um turismo europeu sustentável e competitivo (2007)	Marca o início oficial e a adopção de uma Agenda para um turismo europeu sustentável e competitivo. São apresentados vários desafios para o sector: Garantir a segurança dos turistas e das comunidades locais; Proteger os recursos naturais e culturais dos destinos turísticos; Reduzir a utilização de recursos e a poluição nos locais turísticos; Gerir a mudança com foco no bem-estar da comunidade; Reduzir a sazonalidade da procura; Ter em conta o impacto ambiental dos transportes ligados ao turismo; Tornar o turismo acessível a todos, sem discriminação; e Melhorar a qualidade dos empregos do sector
Tratado de Lisboa (2007)	É estabelecida pela primeira vez uma base jurídica própria que enquadra a actividade turística dentro da União Europeia. Especifica-se que a União Europeia complementar3 a acção dos Estados-Membros no sector turístico, promovendo a competitividade das empresas neste sector, o desenvolvimento sustentável no sector turístico, o turismo social ou a promoç3o turística
Comunicaç3o 'Europa primeiro destino turístico mundial – um novo quadro político para o turismo europeu' (2010)	Inicia-se uma nova etapa na política europeia sobre o turismo, e estabelece-se um quadro de aplicaç3o em relaç3o à política turística que ficou plasmada no Tratado de Lisboa. A Comunicaç3o indica que é urgente levar a cabo uma estratégia coerente para a promoç3o diversificada da oferta turística e valorizar o patrim3nio comum europeu, sob a 'marca do patrim3nio europeu'. Além disso, impulsiona-se a inovaç3o para o sector e as suas empresas
'Uma estratégia europeia para um maior crescimento e emprego no turismo costeiro e marítimo' (2014)	Apresenta uma nova estratégia para melhorar o turismo costeiro e marítimo na Europa e aproveitar o potencial do sector. São identificadas 14 medidas que podem contribuir para o crescimento sustentável do sector e dar um novo impulso às regi3es costeiras europeias
Federaç3o EUROPARC	Rede do patrim3nio natural e cultural da Europa, trabalha para melhorar a gest3o das Áreas Protegidas na Europa através da cooperaç3o internacional, da partilha de ideias e experiências e influenciando a política. Actualmente, a Federaç3o conta com mais de 380 membros em 37 países, representando milhares de áreas protegidas (APs) em toda a Europa, além de agências governamentais, administraç3es regionais e outras ONG responsáveis pela gest3o das APs
CETS – Carta Europeia de Turismo Sustentável	É uma iniciativa da Federaç3o EUROPARC que tem como objectivo global promover o desenvolvimento do turismo em termos de sustentabilidade nos espaços naturais protegidos da Europa

Tabela 2.6. Políticas europeias em matéria de turismo sustentável. Fonte: Adaptado de Abad Galzacorta et al. (2017)

Estes enquadramentos normativos não visam apenas regular o impacto do turismo, mas também fomentar alianças estratégicas entre governos, empresas e comunidades para garantir um desenvolvimento equitativo e sustentável. A sua aplicaç3o exige uma monitorizaç3o constante e adaptabilidade às necessidades específicas de cada regi3o, destacando a import3ncia de uma abordagem sistémica para alcançar os objectivos propostos.

2.3. PRINCIPAIS ACTORES DO TURISMO SUSTENTÁVEL

O desenvolvimento do turismo sustentável requer a participaç3o de todos os principais actores (governos, empresas do sector turístico, organizaç3es não-governamentais, comunidades locais e turistas), a qual deve ser acompanhada de uma forte lideranç3a política para garantir uma ampla participaç3o e a criaç3o de

consensos (Coghlan, 2023). A seguir, explicaremos com maior detalhe os principais actores do turismo sustentável:

2.3.1. SECTOR PÚBLICO

Os governos são responsáveis por conceber políticas públicas que promovam práticas sustentáveis, oferecendo incentivos fiscais, regulamentos ambientais e certificações de sustentabilidade para operadores turísticos. Além disso, desenvolvem programas educativos e de sensibilização destinados tanto às comunidades locais como aos turistas (Coghlan, 2023).

Existem várias razões pelas quais se considera apropriado que o sector público desempenhe um papel destacado no desenvolvimento de formas mais sustentáveis de turismo (Swarbrooke, 1999). Estas razões incluem que: o sector público geralmente tem o mandato de representar toda a população, não apenas grupos de interesse particulares ou partes interessadas; considera-se que o sector público é imparcial, já que não persegue interesses comerciais específicos nem tem interesses a proteger; e dado que não está limitado por objectivos financeiros a curto prazo, percebe-se que o sector público pode adoptar uma perspectiva a mais longo prazo.

Para garantir o sucesso no desenvolvimento de um turismo sustentável, a política do sector público deve ser coordenada de forma eficaz entre os diferentes departamentos do governo local, as diferentes agências governamentais do país e os diferentes governos dentro dos organismos governamentais internacionais (Swarbrooke, 1999). O que permitirá que possa desempenhar um papel positivo e proativo.

2.3.2. INDÚSTRIA DO TURISMO

As empresas dedicadas ao turismo encontram-se, em muitas ocasiões, numa posição negativa, já que se considera que não apostam num turismo sustentável, considerando que apenas apostam nos seus próprios lucros e com perspectivas a curto prazo (Swarbrooke, 1999). Daí que, se a indústria turística for considerada como uma das principais causadoras dos impactos negativos do turismo, estas, em contrapartida, poderiam desempenhar um papel importante tentando criar formas mais sustentáveis de turismo.

As empresas desempenham um papel crucial ao adoptar modelos de negócio sustentáveis que reduzam o seu impacto ambiental e social. Por exemplo, muitas cadeias hoteleiras implementaram programas de eficiência energética, reciclagem e abastecimento local para minimizar a sua pegada ecológica. Estas práticas não só beneficiam o meio ambiente, como também melhoram a experiência do turista, que valoriza cada vez mais as opções responsáveis (Coghlan, 2023).

Desta forma, a indústria turística tem um papel duplo no turismo sustentável: pode ser um motor de mudança positiva se adoptar práticas responsáveis ou um factor de deterioração se não considerar o impacto das suas actividades. A chave está em combinar a inovação, responsabilidade social e ambiental para garantir que o turismo seja uma força transformadora em benefício de todos.

2.3.3. ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS

As organizações não governamentais (ONGs) actuam como mediadoras e facilitadoras na transição para um turismo sustentável. Estas organizações colaboram com comunidades locais para desenvolver projectos que combinem a conservação ambiental com o desenvolvimento económico. Um exemplo são os programas de ecoturismo que integram as comunidades na gestão e operação de

actividades turísticas, assegurando que os benefícios económicos cheguem directamente aos habitantes locais.

2.3.4.COMUNIDADES LOCAIS

As comunidades locais desempenham um papel essencial no turismo sustentável por estarem directamente ligadas aos recursos naturais, culturais e sociais que constituem os principais atractivos turísticos. A sua participação na gestão do turismo permite equilibrar os benefícios económicos com a conservação ambiental e a preservação cultural. É fundamental que as comunidades locais tenham voz no planeamento estratégico do turismo, assegurando que as iniciativas reflitam as suas necessidades e aspirações, em vez de priorizar interesses externos (Din, 1997). Além disso, a gestão comunitária dos recursos turísticos, como parques naturais e sítios patrimoniais, promove um controlo directo sobre os rendimentos gerados e os impactos associados, promovendo assim um desenvolvimento mais equitativo (Cooper e Wanhill, 1997).

No âmbito da conservação, as comunidades locais actuam como guardiãs dos seus ambientes naturais e culturais. O seu conhecimento profundo dos ecossistemas e tradições permite-lhes liderar iniciativas de baixo impacto ambiental, como o ecoturismo e o turismo cultural. Estas actividades não só protegem o meio envolvente, como também fortalecem a identidade e a auto-estima colectiva, promovendo um turismo baseado no respeito e na autenticidade (UN Tourism, 2017a).

No entanto, as comunidades locais enfrentam desafios para se consolidarem como actores principais no turismo sustentável. A falta de acesso a recursos económicos, técnicos e legais pode limitar a sua capacidade de competir com grandes empresas turísticas. Além disso, a dependência excessiva do turismo pode torná-las vulneráveis a flutuações na procura (Goodwin, 2016). Por isso, é crucial que os governos e as organizações não governamentais proporcionem apoio através de formação, financiamento inicial e políticas inclusivas que protejam os seus direitos e incentivem a sua participação no sector turístico (Din, 1997).

2.3.5.TURISTAS

Os turistas desempenham um papel essencial como actores principais no turismo sustentável, pois as suas decisões e comportamentos têm um impacto directo nos destinos que visitam, tanto a nível ambiental como cultural e económico. A sua capacidade de escolher práticas responsáveis e apoiar iniciativas sustentáveis pode impulsionar mudanças positivas no sector turístico. Em primeiro lugar, os turistas têm a responsabilidade de adoptar comportamentos que reduzam a sua pegada ambiental, como escolher alojamentos ecológicos, minimizar o uso de plásticos e optar por meios de transporte menos poluentes (UN Tourism, 2017a). Além disso, podem contribuir para a conservação do meio ambiente participando em actividades de ecoturismo e visitando áreas protegidas de forma respeitosa, o que promove a preservação dos ecossistemas e gera receitas para a sua manutenção (Buckley, 2009).

No âmbito cultural, os turistas também podem influenciar positivamente ao demonstrar respeito pelas tradições e costumes locais, participando em experiências autênticas que promovam o intercâmbio cultural. Esta abordagem não só ajuda a preservar as identidades locais, como também reforça o orgulho e a auto-estima das comunidades anfitriãs. Do mesmo modo, os turistas podem optar por consumir produtos e serviços oferecidos por pequenos negócios locais, contribuindo

directamente para as economias das comunidades e promovendo o desenvolvimento sustent3vel (Goodwin, 2016).

Por outro lado, o poder de compra dos turistas confere-lhes a capacidade de promover pr3ticas sustent3veis ao exigir produtos e serviç3s que priorizem o respeito pelo meio ambiente e pelas culturas locais. A sua prefer3ncia por empresas com certificaç3es ecol3gicas ou programas de responsabilidade social empresarial pode motivar o sector privado a adoptar padr3es mais elevados em sustentabilidade. No entanto, este papel tamb3m implica desafios, pois nem todos os turistas est3o conscientes do seu impacto ou est3o dispostos a mudar os seus h3bitos. Por isso, a sensibilizaç3o e educaç3o sobre turismo respons3vel s3o fundamentais para maximizar o seu papel como agentes de mudanç3a (UN Tourism, 2017a).

Uma vez apresentados todos os actores-chave do turismo sustent3vel, a Tabela 2.7 apresenta como influenciam e que papel podem desempenhar os principais actores no desenvolvimento do turismo sustent3vel.

Actores-chave	
Sector p3blico	<ul style="list-style-type: none"> – Legislaç3o e regulaç3o – Financiamento e incentivos fiscais – Planeamento do uso do solo, desenvolvimento e controlo da construç3o, incluindo o papel das Avaliaç3es de Impacte Ambiental (AIAs) – Fornecimento de infra-estruturas – Participante activo na ind3stria do turismo – Estabelecimento de padr3es oficiais – Designaç3o de 3reas espec3ficas para protecç3o especial – Controlo governamental sobre o n3mero de turistas
Ind3stria do turismo	<ul style="list-style-type: none"> – Promoç3o de pr3ticas sustent3veis atrav3s de iniciativas de responsabilidade ambiental, certificaç3es ecol3gicas e at3 educaç3o do viajante promovendo comportamentos respons3veis entre os turistas – Desenvolvimento econ3mico sustent3vel, mediante a criaç3o de emprego local, apoio a fornecedores locais e investimento em infra-estruturas sustent3veis – Conservaç3o do ambiente e da cultura atrav3s da colaboraç3o com iniciativas de conservaç3o para proteger ecossistemas fr3geis e reduzir o impacto do turismo massivo; mitigar os efeitos negativos associados 3 inflaç3o de preç3s e sobre-exploraç3o de recursos
ONG	<ul style="list-style-type: none"> – Promoç3o da sustentabilidade – Criaç3o de padr3es e directrizes para adoptar pr3ticas sustent3veis – Projectos de conservaç3o para proteger 3reas naturais e culturais – Capacitaç3o das comunidades locais – Campanhas de educaç3o aos viajantes sobre como reduzir a pegada ecol3gica – Promoç3o de um turismo respons3vel – Protecç3o das comunidades locais
Comunidades locais	<ul style="list-style-type: none"> – Protecç3o do ambiente natural e cultural – Participaç3o no planeamento e gest3o do turismo – Geraç3o de emprego e desenvolvimento econ3mico local – Promoç3o da cultura e tradiç3es locais – Educaç3o ambiental e sensibilizaç3o dos turistas – Reduç3o da depend3ncia do turismo massivo
Turistas	<ul style="list-style-type: none"> – Adopç3o de comportamentos respons3veis – Prefer3ncia por destinos e alojamentos sustent3veis – Apoio 3s economias locais – Sensibilizaç3o cultural – Procura de experi3ncias aut3nticas e sustent3veis – Educaç3o e divulgaç3o de boas pr3ticas

Tabela 2.7. Influ3ncia dos principais actores no desenvolvimento do turismo sustent3vel. Fonte: Elaboraç3o pr3pria a partir de Buckley, (2009); Cooper e Wanhill, (1997); Din, (1997); Goodwin, (2016); Swarbrooke, (1999); UN Tourism, (2017a)

RESUMO DO CAPÍTULO

O capítulo aborda a conceptualiza33o e implica33es do turismo sustent3vel, centrando-se no seu impacto econ3mico, social e ambiental, bem como nos actores-chave que participam no seu desenvolvimento. Examina-se como o turismo afecta de forma positiva e negativa as comunidades anfitri3s, os ecossistemas e as economias locais, propondo estrat3gias para mitigar os impactos adversos e promover pr3ticas sustent3veis.

O impacto econ3mico do turismo contribui significativamente para o crescimento econ3mico global, gerando emprego directo e indirecto e contribuindo para a economia das comunidades locais. No entanto, tamb3m apresenta desafios como as fugas econ3micas, onde grande parte das receitas geradas n3o beneficia as comunidades locais. Outros problemas incluem a infla33o de custos devido 3 procura turística e a sazonalidade, que pode conduzir 3 instabilidade econ3mica em certas regi3es.

Em termos sociais, o turismo pode fomentar a troca cultural, refor3ar as identidades locais e melhorar a qualidade de vida atrav3s de infra-estruturas e servi3os melhorados. Contudo, tamb3m pode desencadear impactos negativos como a mercantiliza33o da cultura, perda de autenticidade e conflitos entre turistas e comunidades locais. A acultura33o e o aumento da criminalidade s3o problemas recorrentes associados ao turismo em massa.

A nív3l ambiental o turismo gera efeitos significativos, como o aumento das emiss3es de carbono, a sobre-explora33o de recursos e a perda de biodiversidade. No entanto, pode ser um aliado na conserva33o ambiental se for adequadamente concebido, contribuindo para a preserva33o de ecossistemas e promovendo comportamentos pró-ambientais nos turistas.

Com o objectivo de mitigar os efeitos negativos do turismo a nív3l econ3mico, social e ambiental e promover um turismo sustent3vel e respeitador; o turismo sustent3vel enquadra-se em acordos internacionais como a Carta Mundial de Turismo Sustent3vel e os Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel da Agenda 2030. A nív3l europeu, promovem-se polít3cas que integram a sustentabilidade nas estrat3gias turísticas atrav3s de planos como a Agenda 21 e a Carta Europeia de Turismo Sustent3vel. Estas normativas procuram equilibrar o desenvolvimento econ3mico, a preserva33o cultural e a conserva33o ambiental.

O desenvolvimento do turismo sustent3vel requer a colabora33o integral de múltiplos actores que desempenham pap3is complementares. O sector p3blico lidera a concep33o de polít3cas e a implementa33o de incentivos fiscais, al3m de regular o uso do solo e providenciar infra-estrutura adequada para garantir a sustentabilidade. A indústri3 turística, por sua vez, assume a responsabilidade de adoptar pr3ticas sustent3veis que reduzam o seu impacto ambiental e promovam um turismo respons3vel. As ONG actuam como mediadoras, facilitando projectos de conserva33o, capacitando as comunidades locais e sensibilizando os turistas sobre a import3ncia de preservar o meio envolvente. As comunidades locais, guardi3s dos recursos naturais e culturais, participam activamente na gest3o turística para assegurar que os benefíc3os econ3micos e sociais repercutam positivamente no seu desenvolvimento. Por fim, os turistas t3m um papel essencial, j3 que as suas decis3es e comportamentos determinam o impacto directo sobre os destinos; adoptar pr3ticas respons3veis e apoiar iniciativas sustent3veis é crucial para consolidar o turismo como uma ferramenta de desenvolvimento equilibrado e respeitador.

QUESTÕES DE COMPREENSÃO

1. Analise a afirmação 'os turistas actualmente não pagam o preço justo pelas suas férias'.
2. Discuta a afirmação de que o turismo sustentável não é responsabilidade das organizações turísticas do sector privado, mas sim dos governos dos destinos.
3. Quais são os problemas relacionados ao turismo sustentável que estão ocorrendo actualmente na sua área local? Quais partes interessadas estão envolvidas e, em que nível você diria que sua área está em termos de participação das partes interessadas?

BIBLIOGRAFIA

- Abad Galzacorta, M., Cazalla, C., Conde, S., Peña Echevarría, J., Escribano Riego, M., Espinosa Uresandi, N., Fernández-Villarán Ara, A., Perea Antillera, M. I., Goytia Prat, A., e Sánchez, A. B. (2017). *Turismo Sostenible en Gipuzkoa: desafíos y oportunidades*.
- Brandt, J. S., e Buckley, R. C. (2018). A global systematic review of empirical evidence of ecotourism impacts on forests in biodiversity hotspots. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 32, 112-118. <https://doi.org/10.1016/j.cosust.2018.04.004>
- Buckley, R. (2009). *Ecotourism: Principles and Practices*. CABI International Publishing. <https://www.cabi.org/bookshop/book/9781780646381/>
- Buckley, R. (2011). Tourism and Environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36(1), 397-416. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-041210-132637>
- Buckley, R. (2018). Tourism and Natural World Heritage: A Complicated Relationship. *Journal of Travel Research*, 57(5), 563-578. <https://doi.org/10.1177/0047287517713723>
- Buckley, R. C., Morrison, C., y Castley, J. G. (2016). Net Effects of Ecotourism on Threatened Species Survival. *PLOS ONE*, 11(2), e0147988. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0147988>
- Budowski, G. (1976). Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence, or Symbiosis? *Environmental Conservation*, 3(1), 27-31. <https://doi.org/10.1017/S0376892900017707>
- CEUPE. (2024). *El impacto turístico en la dimensión económica, ambiental y social*. European Business School. <https://www.ceupe.com/blog/impacto-turistico-dimension-economica-ambiental-social.html>
- Coghlan, A. (2023). *An Introduction to Sustainable Tourism: Vol. 2nd Edition*. Goodfellow Publisher Ltd. <https://doi.org/10.23912/978-1-915097-30-9-5383>
- Cooper, C., e Wanhill, S. (1997). *Tourism development: environmental and community issues*. John Wiley & Sons Ltd.
- Descals-Tormo, A., e Ruiz-Tamarit, J.-R. (2024). Tourist choice, competitive tourism markets and the effect of a tourist tax on producer's revenues. *Tourism Economics*, 30(2), 283-300. <https://doi.org/10.1177/13548166221145081>
- Din, K. (1997). Tourism development: still in search of a more equitable mode of local involvement. En C. Cooper y S. Wanhill (Eds.), *Tourism Development, Environmental and Community Issues*. Wiley.

- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Culture* (Basic Book, Vol. 5043).
- Göktaş, L., e Çetin, G. (2023). Tourist tax for sustainability: Determining willingness to pay. *European Journal of Tourism Research*, 35, 3503. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v35i.2813>
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*. Goodfellow Publishers Limited.
- Gössling, S., Scott, D., y Hall, C. M. (2013). Challenges of tourism in a low-carbon economy. *WIREs Climate Change*, 4(6), 525-538. <https://doi.org/10.1002/wcc.243>
- Guttentag, D. (2018). What Airbnb really does to a neighbourhood. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/business-45083954>
- Hall, C. M., e Lew, A. A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203875872>
- Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., e Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522-528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Lickorish, L. J., e Jenkins, C. L. (1997). *An Introduction to Tourism*. Butterworth Heinemann.
- Mishra, H. G., Pandita, S., Bhat, A. A., Mishra, R. K., e Sharma, S. (2022). Tourism and carbon emissions: a bibliometric review of the last three decades: 1990–2021. *Tourism Review*, 77(2), 636-658. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2021-0310>
- Nghiem, X.-H., Pham, H. T., Nguyen, T. G., e Nguyen, T. K. D. (2024). The Tourism–Climate Nexus: A Conceptual Review of Their Interactions. En *The Emerald Handbook of Tourism Economics and Sustainable Development* (pp. 147-167). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83753-708-220241008>
- OMT. (1995, abril). Carta del Turismo Sostenible. *Conferencia Mundial de Turismo Sostenible*.
- ONU. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Organización de las Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible* (Mundi-Prensa).
- Pololikashvili, Z. (2020, agosto). *Código Ético Mundial para el Turismo*. UN Tourism. <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Ranieri, F., D’Onghia, G., Uricchio, A. F., Cristina, R. A., Lopopolo, L., e Ranieri, E. (2024). Sustainable tourism in the Tremiti Islands (South Italy). *Scientific Reports*, 14(1), 19021. <https://doi.org/10.1038/s41598-024-70171-6>
- Sharpley, Richard, Telfer, e David J. (2015). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. <http://www.channelviewpublications.com>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing. <https://archive.org/details/sustainabletouri0000swar>
- UN Tourism. (2017a). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284419401>

- UN Tourism. (2017b, September 18). *22nd UNWTO General Assembly in China: a week of important achievements*. UN Tourism. <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-09-18/22nd-unwto-general-assembly-china-week-important-achievements>
- UN Tourism. (2019). *UNWTO Framework Convention on Tourism Ethics*. UN Tourism. <https://www.unwto.org/ethics-convention>
- UNEP e UN Tourism. (2005). *Sustainable development. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Markers*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- UNESCO. (2024). *Sustainable Tourism*. Glossary. <https://whc.unesco.org/en/glossary/376>
- UNWTO. (2017). *Annual Report 2016*. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284418725>
- UNWTO-UNEP. (2008). *Climate Change and Tourism: Responding to global challenges*.
- UNWTO, e REPM. (2016). *El sector turístico y los objetivos de desarrollo sostenible*. https://www.pactomundial.org/biblioteca/el-sector-turistico-y-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-turismo-responsable-un-compromiso-de-todos/#descargar_frm
- Wardle, C., Buckley, R., Shakeela, A., e Castley, J. G. (2021). Ecotourism's contributions to conservation: Analysing patterns in published studies. *Journal of Ecotourism*, 20(2), 99-129. <https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1424173>
- Weaver, D., e Lawton, L. (2014). *Tourism Management* (5th ed.). Milton: John Wiley & Sons.
- WTTC. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact 2024*. <https://researchhub.wttc.org/>
- Zhang, W., Cuijing, J., Liu, Z., He, P., e Wuhao, E. (2024). Examining the impact of tourism on carbon neutrality and environmental sustainability in China: The role of renewable energy. *Energy Strategy Reviews*, 56, 101579. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2024.101579>

EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 2

Para reforçar os principais conceitos abordados no capítulo 2, convidamo-lo a digitalizar o seguinte código QR. No vídeo você encontrará um resumo visual que complementa o conteúdo do capítulo 2, destacando os os seus pontos principais.



3. DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

Objectivos do capítulo

- Analisar e compreender as características que determinam um destino turístico sustentável
- Conhecer os tipos de destinos turísticos sustentáveis

3.1. CARACTERÍSTICAS DOS DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

O turismo partilha os ambientes que utiliza com muitos outros sectores económicos e com os residentes das comunidades anfitriãs. Todos estes actores têm interesse no futuro dos destinos turísticos (Manning e Dougherty, 2000). Por isso, um planeamento turístico sustentável não visa apenas o benefício económico, mas constitui-se a partir de uma perspectiva integradora e global, conseguindo a optimização dos recursos disponíveis no território, mediante a elaboração de um plano de trabalho que associe e coordene as diferentes disciplinas e componentes que intervêm na actividade turística (Figura 3.1.) (Muñoz et al., 2006). Autores como Rivas García (2013) propõem que o turismo deve desenvolver-se de forma sustentável, assegurando a viabilidade económica a longo prazo e promovendo a equidade a partir de uma abordagem ética e social que beneficie as comunidades.



Figura 3.1. Esquema da planificação turística sustentável. Fonte: Adaptado de Muñoz et al. (2006)

Desta forma, nos 3ltimos anos tem-se assistido a uma reavalia33o dos modelos tur3sticos tradicionais e 3 a configura33o de novos produtos de qualidade que, longe de colocar em perigo a conserva33o do meio ambiente, contribuem para a sua preserva33o e s3o considerados como a base fundamental sobre a qual assenta a actividade tur3stica (Rivas Garc3a, 2013; Sharpley et al., 2015). Esta nova forma de conceber o turismo 3 geralmente descrita como de pequena escala (Slocum et al., 2020), como consequ3ncia de um turismo tradicional que tem sido extremamente agressivo com o ambiente, gerando uma imagem negativa do mesmo.

Nos 3ltimos anos, a procura por destinos tur3sticos mais sustent3veis multiplicou-se por cinco (Leal, 2018), este aumento significativo de viajantes mais respons3veis torna vis3vel a import3ncia crescente do turismo sustent3vel; integrado pelos tr3s pilares fundamentais que constituem a sustentabilidade: o econ3mico, o social – que inclui o cultural – e o ambiental (P3rez de las Heras, 2004). Da3 que a sustentabilidade do destino tur3stico seja considerada a partir de diferentes interac33es: o equil3brio populacional e a identidade cultural; o desenvolvimento econ3mico e social acima do oferecido por outros sectores e outras combina33es de factores produtivos; a manuten33o do territ3rio, do patrim3nio e dos activos existentes de acordo com a capacidade de carga de cada territ3rio; e a competitividade internacional (Valls, 2004).

A pol3tica tur3stica sustent3vel deve centrar-se em manter um equil3brio din3mico que permita satisfazer as necessidades derivadas do desenvolvimento tur3stico, garantindo ao mesmo tempo a protec33o do meio ambiente e promovendo um uso sustent3vel dos recursos atrav3s de (Rivas Garc3a, 2013):

- Solidariedade intra-geracional, onde 3 essencial que o desempenho econ3mico permita 3 popula33o cobrir as suas necessidades actuais, promovendo um crescimento acompanhado de desenvolvimento.
- Solidariedade inter-geracional, onde a sustentabilidade deve assegurar que as gera33es futuras possam satisfazer as suas pr3prias necessidades, garantindo a continuidade do sistema no tempo.

Por outro lado, na perspectiva do lugar e da comunidade, 3 fundamental que o turismo respeite a identidade e os valores socioculturais, enquanto a satisfa33o da procura tur3stica representa um aspecto chave para garantir a efici3ncia econ3mica do mesmo (Rivas Garc3a, 2013). Por isso, a estrat3gia de sustentabilidade do turismo deve centrar-se fundamentalmente nos destinos, e n3o nos produtos; 3 importante que o destino tur3stico seja percecionado pelos consumidores como ‘sens3vel ao meio ambiente’, ou seja, devem ser desenvolvidas ac33es de sustentabilidade que os turistas percecionem como 3nicas e que diferenciem um destino de outro (de los Reyes Cruz Ruiz, 2019). Neste sentido, o turismo sustent3vel deve:

- Fazer um uso 3ptimo dos recursos ambientais, aproveitando de forma respons3vel os recursos naturais que constituem a base do desenvolvimento tur3stico, preservando os processos ecol3gicos essenciais e promovendo a conserva33o da biodiversidade e dos recursos naturais.
- Respeitar a autenticidade sociocultural, valorizando e protegendo o patrim3nio cultural, arquitect3nico e os valores tradicionais das comunidades anfitri3s, ao mesmo tempo que promove o entendimento e a toler3ncia intercultural.
- Garantir uma viabilidade econ3mica a longo prazo mediante actividades econ3micas sustent3veis que distribuam equitativamente os benef3cios socioecon3micos, oferecendo oportunidades de emprego 3st3vel,

gera33o de rendimentos e acesso a servi3os sociais para as comunidades anfitri3s, contribuindo assim para a redu33o da pobreza.

Os tr3s pilares do turismo sustent3vel est3o estreitamente ligados aos Objectivos de Desenvolvimento Sustent3vel (ODS). Em particular, estes princ3pios contribuem para o cumprimento do ODS 8, que promove o crescimento econ3mico inclusivo e sustent3vel; o ODS 12, focado em garantir padr3es de consumo e produ33o respons3veis. Do mesmo modo, ao conservar os recursos naturais e a diversidade cultural, refor3a-se o ODS 15, relacionado com a protec33o dos ecossistemas terrestres (ONU, 2015). As inter-rela33es destes aspectos asseguram que o desenvolvimento tur3stico n3o beneficie apenas as gera33es presentes, mas que tamb3m garanta a sustentabilidade e resili3ncia para as gera33es futuras, em linha com o quadro integral dos ODS.

Uma vez analisados separadamente os factores fundamentais no desenvolvimento do turismo sustent3vel e estudados os poss3veis impactos no Cap3tulo 2, apresentar-se-3 com maior detalhe o conjunto de caracter3sticas que s3o a base da competitividade e que est3o presentes ao longo de todos os ciclos de vida dos destinos tur3sticos sustent3veis.

3.1.1. EQUIL3BRIO POPULACIONAL E IDENTIDADE CULTURAL

Valls (2004) refere-se 3 import3ncia do equil3brio populacional e da identidade cultural, de forma que os novos usos tur3sticos n3o podem destruir a rela33o original que existe entre a popula33o residente e, por outro lado, o territ3rio e o patrim3nio. Da3 que, independentemente da tipologia do destino e do modelo de desenvolvimento utilizado, o planeamento do destino tur3stico dever3 procurar preservar o equil3brio existente entre a popula33o residente e os turistas (Mu3oz et al., 2006).

A preserva33o do equil3brio entre a popula33o residente e a sua identidade cultural e os turistas pode realizar-se de duas formas, de um ponto de vista qualitativo e quantitativo (Valls, 2004). 1) A n3vel quantitativo, procura-se que o n3mero de turistas n3o represente uma invas3o para a popula33o residente, de forma que n3o exista um desequil3brio entre residentes e visitantes. Da3 que, para alcan3ar um equil3brio e rentabilidade econ3mica, social e ambiental, se fomenta uma propor33o entre residentes, propriet3rios ou inquilinos de segundas resid3ncias, utilizadores de hot3is e utilizadores de alojamentos extrahoteleiros, de forma a garantir a m3xima ocupa33o poss3vel com o m3nimo gasto ao servi3o da satisfa33o. 3 importante ter presente que o custo associado a picos de turistas durante alguns poucos dias ou em 3pocas altas n3o pode ser financiado; no entanto, uma reparti33o desse gasto por um n3mero mais elevado de dias ou ao longo de todo o ano aumenta a sustentabilidade a n3vel econ3mico. Por isso, ser3 mais sustent3vel incentivar o assentamento de popula33o residente fixa do que promover o espa3o para uso vocacional.

2) Do ponto de vista qualitativo, o facto de o n3mero de turistas n3o apresentar um desequil3brio em rela33o 3 popula33o residente permitir3 manter a identidade cultural, entendida como o conjunto formado por linguagem, ra3zes, costumes, modos, modelos, express3es art3sticas, etc. As novas contribui33es dos turistas como consequ3ncia do desenvolvimento tur3stico ser3o contribui33es criativas 3 cultura, o que pode fomentar a mesti3agem sem que represente uma amea3a em nenhum caso para o patrim3nio cultural.

3.1.2. O DESENVOLVIMENTO ECONÓMICO E SOCIAL

A implementação da actividade turística numa determinada zona, sem um planeamento sustentável adequado, implica a substituição de determinados sectores da economia, como o sector agrícola ou o tradicional, trazendo como consequência problemas para os sectores que dependem dessas economias ou condicionando as infra-estruturas (Valls, 2004). Daí a importância de preservar o equilíbrio entre a actividade turística e o resto dos sectores económicos, de modo a evitar a destruição da capacidade de desenvolvimento harmonioso (Valls et al., 2004).

Valls (2004) propõe que um planeamento adequado, em que se privilegie o desenvolvimento económico e social acima do que oferecem outros sectores e outras combinações de factores produtivos, tende a:

- 1) Criar riqueza que alcance os restantes sectores da economia através de um efeito multiplicador e difusor.
- 2) Reduzir as desigualdades territoriais e de rendimento.
- 3) Oferecer melhor qualidade de vida tanto aos habitantes como aos turistas em termos de equipamento, infra-estruturas, tecnologias, inovação, espaços de lazer, entre outros.
- 4) Criar empregos de qualidade, que favoreçam o desenvolvimento de carreiras profissionais no sector turístico.
- 5) Fomentar as actividades económicas tradicionais (agricultura, pesca, artesanato, etc.) através do desenvolvimento de rendimentos complementares. Deste modo, favorece-se a fixação da população em zonas menos desenvolvidas ou do interior.
- 6) Reforçar a internacionalização do sector, através da criação de conhecimento turístico e de lazer.
- 7) Gerar condições de competitividade internacional no sector turístico, para os empreendedores e grupos empresariais.

Um planeamento adequado do turismo, priorizando o desenvolvimento económico e social, pode gerar impacto em múltiplas dimensões. Estes elementos contribuem assim para um turismo mais inclusivo, sustentável e estratégico para o desenvolvimento global.

3.1.3. MANUTENÇÃO DO VALOR DO TERRITÓRIO E DO PATRIMÓNIO

O conjunto de valores sustentáveis que se pretende salvaguardar através da manutenção do valor territorial e do património (Valls, 2004), deve ter em conta:

- 1) Salvaguardar o meio ambiente face à degradação provocada pela pressão humana sobre um território determinado e incorporar novos contributos com o passar do tempo.
- 2) Manter intactos os recursos patrimoniais e fomentar a recuperação e interpretação destes para reafirmar a identidade da população local e melhorar a experiência dos turistas.
- 3) Fixar a população nas zonas com risco de abandono, envelhecimento e marginalização.

É importante ter em conta as limitações associadas à manutenção do valor territorial e patrimonial, que derivam de: 1) os turistas, através das visitas ao território, paisagem e estabelecimentos; e 2) o uso de todos estes recursos. Para isso, é fundamental definir tecnicamente a capacidade de carga do destino turístico, ou seja, o nível máximo de acolhimento sem que ocorram alterações indesejáveis a nível económico, sociocultural e ambiental. De forma análoga, é importante definir o número de pessoas que podem ser admitidas em hotéis, restaurantes, museus e qualquer outro estabelecimento; os metros quadrados de praia ou paisagem por

turista; o tráfego de acessos; os lugares de estacionamento, etc., de forma que não ocorram alteraç3es profundas no território.

As estadias dos turistas s3o um dos componentes que mais impacto exercem sobre o território e o patrim3nio, como resultado da interacç3o que os hóspedes desenvolvem com a atmosfera, a biodiversidade, o solo, as paisagens, a cultura, etc., daí que se procure que as trocas que se manifestam a partir da estadia dos turistas não modifiquem as condiç3es e garantam a perenidade dos recursos ao serviço do equilíbrio entre o turista, por um lado, e o território e o patrim3nio, por outro. Para manter essa garantia, a taxa de exploraç3o deve ser inferior à taxa de regeneraç3o (taxa de exploraç3o < taxa de regeneraç3o). Esta garantia significa que os recursos renováveis s3o cultivados e os não renováveis que s3o utilizados ao serviço do turismo s3o repostos (Valls, 2004).

Finalmente, para alcançar o sucesso nos destinos turísticos sustentáveis, é importante alcançar um equilíbrio entre a revalorizaç3o do território e do patrim3nio, e a capacidade de inspirar melhores experiências turísticas no destino (Valls, 2004).

3.1.4. A COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL

A competitividade internacional em destinos turísticos sustentáveis baseia-se na capacidade do destino de projectar os seus valores sustentáveis de forma única, oferecendo experiências autênticas e diferenciadas. Segundo Valls (2004), essa projecç3o internacional não só atrai os melhores clientes, aqueles com maior disposiç3o para investir tempo e recursos em experiências de qualidade, como também os principais investidores interessados em apoiar projectos inovadores e sustentáveis. Além disso, garante a atracç3o e retenç3o dos melhores trabalhadores, essenciais para fortalecer a oferta turística por meio de competências, criatividade e adaptaç3o ao ambiente em constante mudanç3a do mercado global.

A competitividade internacional alimenta-se de uma abordagem estratégica que combina sustentabilidade, inovaç3o e promoç3o da identidade cultural. Como assinalam Dwyer e Kim (2003), um destino competitivo é aquele que otimiza os recursos disponíveis, tanto naturais como humanos, promovendo uma gestão eficiente que maximize o valor económico e social sem comprometer as geraç3es futuras. Neste sentido, a sustentabilidade actua como um valor agregado que diferencia os destinos turísticos num mercado altamente competitivo.

Além disso, a atracç3o de investimento internacional para destinos sustentáveis é fundamental para financiar infra-estruturas ecológicas, tecnologias limpas e programas de formaç3o profissional. A capacidade de atrair investimento está directamente associada à reputaç3o do destino como um local comprometido com o desenvolvimento sustentável, tanto em termos ambientais como socioeconómicos (Ritchie e Crouch, 2003).

No contexto das características essenciais dos destinos turísticos sustentáveis, é fundamental considerar estratégias que promovam um desenvolvimento equilibrado, inclusivo e respeitador do meio envolvente e das comunidades locais. A Tabela 3.1. ilustra diversas metas e estratégias orientadas para garantir que o turismo sustentável não seja apenas economicamente viável, mas que também fomente o bem-estar social, cultural e ambiental, reforç3ando a sustentabilidade a longo prazo e estabelecendo uma base para que o turismo gere impactos positivos tanto para as comunidades anfitriãs como para os visitantes.

Metas	Estrat3gia
Manter o tamanho do desenvolvimento adequado para a 3rea	Mitigar o crescimento por meio da orienta33o eficaz para turistas com mentalidade sustent3vel e garantir que as receitas do turismo permane3am na economia para reduzir estrat3gias de crescimento excessivo
Os residentes devem ter a oportunidade de participar na tomada de decis3es, ser empregados, receber forma33o, serem empoderados e tornarem-se propriet3rios de produtos turisticos	Construir capital social e criar vias para um di3logo construtivo que seja inclusivo. Reduzir conflitos estabelecendo um processo seguro e eficaz de resolu33o de conflitos
Adquirir produtos e servi3os locais	Garantir que os neg3cios locais compreendam as necessidades dos turistas e que ofere3am op33es de fornecimento de qualidade, mas culturalmente apropriadas
Promover o empreendedorismo local e o desenvolvimento de pequenas empresas	Evitar a duplica33o de neg3cios e identificar oportunidades onde as necessidades dos turistas n3o est3o a ser satisfeitas. Fomentar o empreendedorismo nestas 3reas e fornecer forma33o b3sica para novos neg3cios
As culturas locais devem ser respeitadas e protegidas	Utilizar estrat3gias de desenvolvimento baseadas na comunidade, por meio de consenso sobre como a cultura deve ser representada e estabelecer directrizes para n3veis aceit3veis de mudan3a. Deve-se lembrar que podem existir v3rias culturas representadas na mesma comunidade
Preserva33o dos recursos naturais, culturais e patrimoniais	Investir na manuten33o e preserva33o de recursos culturais e patrimoniais para garantir que a visita turistica n3o degrade o recurso. Garantir o acesso local aos recursos patrimoniais e, se apropriado, estabelecer hor3rios espec3ficos para visitas que n3o sejam interrompidas pelo turismo
Os desenvolvimentos devem ser sens3veis ao meio ambiente	3 importante equilibrar as necessidades da comunidade com as necessidades dos turistas e n3o priorizar o uso turistico dos recursos naturais. Estabelecer um sistema para monitorizar o stress ambiental
Fomentar as interac33es entre turistas e residentes locais	Garantir que as interac33es entre turistas e residentes locais n3o beneficiem apenas os turistas, mas que os residentes tamb3m adquiram conhecimentos e obtenham recompensas tang3veis para al3m dos encontros remunerados

Tabela 3.1. Estrat3gias de desenvolvimento de destinos turisticos sustent3veis em fun33o das suas principais caracter3sticas. Fonte: Slocum et al. (2020)

Finalmente, o desenvolvimento sustent3vel do turismo exige a participa33o informada de todos os agentes relevantes, bem como uma lideran3a pol3tica firme para alcan3ar uma colabora33o ampla e estabelecer um consenso. A concretiza33o de um turismo sustent3vel 3 um processo cont3nuo e requer um acompanhamento constante dos impactos, para introduzir as medidas preventivas ou corretivas que se revelem necess3rias. O turismo sustent3vel deve tamb3m proporcionar um elevado grau de satisfa33o aos turistas e representar para eles uma experi3ncia significativa, que os torne mais conscientes dos problemas da sustentabilidade e promova neles pr3ticas turisticas sustent3veis.

3.2. TIPOS DE DESTINOS TURISTICOS SUSTENT3VEIS

Os destinos turisticos sustent3veis podem ser classificados de acordo com as abordagens adotadas para equilibrar o desenvolvimento turistico com a conserva33o ambiental, a equidade social e a valoriza33o cultural. O turismo compreende 'as actividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes de seu ambiente habitual, por um periodo consecutivo inferior a um ano, com fins de lazer, neg3cios e outros motivos' (Acerenza, 2006). Como o conceito de

turismo n3o se limita apenas ao mercado de f3rias, mas abrange o conjunto de viagens a n3vel mundial dentro da mobilidade da popula33o, 3 poss3vel classificar os tipos de turismo com base no tipo de mobilidade:

- Turismo interno: O dos residentes do pa3s dado que viajam dentro do pr3prio pa3s.
- Turismo receptor: O dos n3o residentes que viajam dentro do pa3s dado.
- Turismo emissor: O dos residentes do pa3s dado que viajam para outro pa3s.

Acerenza (2006) tamb3m indica que as tr3s formas b3sicas de turismo podem combinar-se de diversas maneiras, resultando nas seguintes categorias de turismo:

- Turismo interior, que inclui o turismo interno e o turismo receptor.
- Turismo nacional, que inclui o turismo interno e o turismo emissor.
- Turismo internacional, que compreende o turismo receptor e o turismo emissor.

Por sua vez, Valls (2004) estabelece que os destinos de pa3ses, regi3es, cidades e lugares podem ser agrupados em torno de 10 tipologias distintas:

- 1) Segundo a especializa33o do territ3rio, onde se contemplam pequenas vilas costeiras, agroturismo, n3cleos regionais, turismo de neve, ca3a e pesca, turismo de sa3de, turismo cultural, m3dias e grandes cidades, e cidade costeira.
- 2) Segundo a proced3ncia do turista: Local, regional, nacional e internacional.
- 3) Segundo a motiva33o gen3rica principal do turista, contemplando: Natureza de praia, natureza interior, desportos, sa3de e bem-estar, neg3cios, eventos, patrim3nio e cultura, rela33es, descoberta e aventura.
- 4) Segundo o uso que se faz do territ3rio: Destino base, ponto de partida para excurs3es e visitas; destino de percurso tem3tico, cuja raz3o de ser est3 no facto de fazer parte de uma unidade tem3tica espec3fica; destino 3nico, aquele utilizado como meta de viagem e, por fim, destino que constitui parte de um circuito que n3o requer unidade tem3tica.
- 5) Segundo a exigibilidade de aplica33o do plano: Indicativa, obrigat3ria parcial ou obrigat3ria total.
- 6) Segundo o grau de especializa33o: Nesta categoria encontramos dois tipos poss3veis de turismo: Monoproduto, correspondente a destinos especializados; e multiproduto, correspondente a destinos que disp3em de v3rios produtos tur3sticos. Os destinos multiproduto caracterizam-se por agregarem ofertas diversas para v3rios segmentos.
- 7) Segundo a fase do ciclo de vida: Emergente, desenvolvido, expansivo, maduro ou em decl3nio.
- 8) Segundo a implanta33o da actividade tur3stica no conjunto da economia: Muito baixa quando a contribui33o do turismo para o PIB 3 inferior a 4%; baixa entre 4% e 6%; m3dia entre 6% e 8%; elevada entre 8% e 10%; alta entre 10% e 12%; e muito alta se a contribui33o superar 12%.
- 9) Segundo o n3vel de desenvolvimento organizacional das entidades coordenadoras, ou seja, de acordo com as fun33es exercidas no n3vel estrat3gico e nos n3veis operacionais: Est3gio inicial, est3gio intermedi3rio ou est3gio superior.
- 10) E, finalmente, segundo o grau de concentra33o da oferta, da demanda e da distribu33o, ou seja, monopol3stica, Oligopol3stica ou fragmentada.

A exist3ncia de diferentes tipologias no sector tur3stico implica que, ao falar de sustentabilidade, 3 necess3rio considerar cada uma delas separadamente, ou pelo menos as mais relevantes. E embora seja evidente que compartilham muitas

características em comum, é certo que cada uma apresenta aspectos que as tornam distintas entre si (Pérez de las Heras, 2004).

3.2.1. TURISMO DE SOL E PRAIA

O turismo de sol e praia é o turismo por excelência, também chamado de ‘turismo de massas’, devido à sua principal característica, que durante anos tem sido a massificação de pessoas num mesmo local e período. Este tipo de turismo tende a ser considerado como o mais insustentável de todos. Pérez de las Heras (2004) indicam que a forma como este tipo de turismo impacta o meio ambiente varia significativamente consoante se trate de ‘turismo de sol e praia tradicional’ ou ‘turismo de sol e praia tudo incluído’.

Turismo de sol e praia tradicional

O turismo de sol e praia tradicional caracteriza-se pela afluência massiva de visitantes a destinos costeiros, atraídos pelo clima ameno, praias extensas e serviços turísticos desenvolvidos (Pérez de las Heras, 2004). Este modelo, que ganhou destaque nas décadas de 1960 e 1970, foi fundamental para o crescimento económico de diversas regiões costeiras. Contudo, a sua relação com a sustentabilidade tem sido alvo de debate devido aos vários impactos económicos, sociais e ambientais (Dodds e Butler, 2010), sendo, por isso, relevante analisar as implicações associadas:

- Dimensão económica

O turismo de sol e praia gerou receitas significativas e impulsionou o desenvolvimento de infra-estruturas em vários destinos (Pérez de las Heras, 2004). No entanto, a dependência económica exclusiva deste tipo de turismo pode resultar em vulnerabilidade, especialmente perante flutuações sazonais e mudanças nas tendências turísticas. Além disso, a concentração de grandes complexos hoteleiros limita frequentemente a participação de negócios locais, reduzindo os benefícios económicos para a comunidade (Dodds e Butler, 2010).

- Dimensão social

A massificação turística pode alterar a dinâmica social das comunidades locais, levando à perda de tradições culturais e mudanças no estilo de vida (Almeida García et al., 2015). A saturação de visitantes pode gerar tensões entre residentes e turistas, afectando a coesão social e a qualidade de vida dos habitantes locais (Pérez de las Heras, 2004).

- Dimensão ambiental

A construção intensiva em zonas costeiras levou à degradação de ecossistemas marinhos e terrestres, afectando a biodiversidade e a qualidade ambiental (Pérez de las Heras, 2004). A sobre-exploração de recursos naturais, como a água e a energia, e a geração de resíduos sólidos e líquidos sem uma gestão adequada, contribuíram para a poluição e deterioração ambiental (Dodds e Butler, 2010).

Para alinhar o turismo de sol e praia com os princípios da sustentabilidade, é essencial implementar estratégias que minimizem os impactos negativos e maximizem os benefícios para as comunidades locais e o meio ambiente. Isto inclui a diversificação da oferta turística, promovendo actividades culturais e naturais que complementem o atractivo de sol e praia (Pérez de las Heras, 2004). Além disso, é crucial fomentar a participação activa da comunidade na planificação e gestão turística, garantindo que os benefícios económicos sejam distribuídos de forma equitativa (Almeida García et al., 2015). A adopção de práticas ambientais responsáveis, como a gestão eficiente de recursos e a protecção de ecossistemas

sensíveis, é fundamental para assegurar a sustentabilidade a longo prazo (Dodds e Butler, 2010).

Turismo de sol e praia ‘tudo incluído’

O turismo de sol e praia ‘tudo incluído’ caracteriza-se por oferecer aos turistas pacotes que compreendem alojamento, alimenta33o, bebidas e diversas actividades dentro de um mesmo complexo hoteleiro. Este modelo tem ganho popularidade em destinos costeiros de todo o mundo, especialmente nas Caraíbas e no Mediterrâneo (Pérez de las Heras, 2004). No entanto, a sua rela33o com a sustentabilidade apresenta desafios e oportunidades nos domínios económico, social e ambiental.

– Dimens3o económica

Os resorts ‘tudo incluído’ s3o geralmente operados por grandes cadeias hoteleiras internacionais, o que pode limitar a participa33o das empresas locais na cadeia de valor turística (Coghlan, 2023; Pérez de las Heras, 2004). Embora gerem emprego e contribuam para o PIB do destino, grande parte das receitas pode ser repatriada para os países de origem das empresas-m3e, reduzindo o impacto económico positivo nas comunidades locais (Dodds e Butler, 2010). Para melhorar a sustentabilidade económica, é essencial fomentar a integra33o de fornecedores locais e garantir que uma maior propor33o dos benefícios permane3a na economia do destino (Almeida García et al., 2015).

– Dimens3o social

A natureza isolada de muitos complexos ‘tudo incluído’ pode limitar a interac33o entre turistas e comunidades locais, reduzindo as oportunidades de intercâmbio cultural e económico (Coghlan, 2023). Esta separa33o pode gerar sentimentos de exclus3o entre os residentes e limitar os benefícios sociais do turismo (Dodds e Butler, 2010). Promover actividades que envolvam a comunidade, como excurs3es culturais e mercados de artesanato locais, pode mitigar estes efeitos e fortalecer os la3os sociais (Almeida García et al., 2015).

– Dimens3o ambiental

A constru33o e opera33o de grandes resorts pode ter impactos ambientais significativos, incluindo a altera33o de ecossistemas costeiros, o consumo intensivo de recursos naturais e a gera33o de resíduos (Dodds e Butler, 2010). No entanto, alguns complexos têm implementado práticas sustentáveis, como o uso de energias renováveis, programas de reciclagem e conserva33o de água. A adop33o generalizada destas práticas é crucial para minimizar a pegada ambiental do turismo ‘tudo incluído’.

Para alinhar o modelo ‘tudo incluído’ com os princípios do turismo sustentável, é fundamental adoptar estratégias que integrem as comunidades locais na cadeia de valor, promovam a conserva33o ambiental e respeitem a cultura e tradi33es do destino (Almeida García et al., 2015). Isto inclui a contrata33o de pessoal local, a aquisi33o de produtos e servi3os de fornecedores locais, e a implementa33o de programas de responsabilidade social corporativa que beneficiem a comunidade. Além disso, é essencial educar os turistas sobre a import3ncia de comportamentos responsáveis e fomentar a sua participa33o em actividades que beneficiem o ambiente e a sociedade local (Coghlan, 2023; Dodds e Butler, 2010).

3.2.2. TURISMO CULTURAL

O turismo cultural é definido por Pérez de las Heras (2004) como uma modalidade de turismo cujo objectivo principal é visitar locais históricos que reflectem a riqueza

cultural. Caracteriza-se por incluir actividades relacionadas com o patrim3nio hist3rico, as tradiç3es, as express3es artísticas, os costumes, as línguas e os estilos de vida das comunidades locais. Este tipo de turismo não se limita apenas à visita de monumentos hist3ricos, mas abrange uma interacç3o mais profunda com as manifestaç3es culturais vivas e os aspectos imateriais que configuram a identidade de um destino. Embora possa desenvolver-se em contextos rurais, analisaremos os ambientes urbanos, uma vez que será tratado à parte o turismo rural.

– Componentes do turismo cultural

O turismo cultural inclui diversas actividades e experi3ncias centradas na riqueza patrimonial e cultural do destino. Estes componentes podem ser classificados em duas grandes categorias:

Patrim3nio tangível

Todos os elementos físicos que têm valor cultural, hist3rico ou artístico (Timothy e Boyd, 2003). Entre os quais se destacam: Patrim3nio hist3rico e arquitectónico; museus e galerias de arte; ou paisagens culturais (ICOMOS, 1999).

Patrim3nio intangível

Refere-se às express3es culturais não materiais, tradiç3es e conhecimentos transmitidos de geraç3o em geraç3o. Este tipo de patrim3nio reflecte os valores, crenças e modos de vida de uma comunidade (UNESCO, 2018), destacando-se as tradiç3es e festivais; o artesanato e os produtos locais; e a gastronomia tradicional, por exemplo.

– Importância do turismo cultural

O turismo cultural desempenha um papel fundamental na promoç3o da diversidade cultural e da compreens3o mútua entre diferentes sociedades. Além disso, contribui significativamente para a economia local e global ao gerar rendimentos para as comunidades anfitriãs (Pérez de las Heras, 2004). Por isso, entre os seus benefícios identificam-se: 1) preservaç3o do patrim3nio: O turismo cultural incentiva a conservaç3o de sítios hist3ricos e manifestaç3es culturais, muitas das quais poderiam desaparecer sem o apoio financeiro e a sensibilizaç3o gerada pelos visitantes (Timothy, 2011); 2) fortalecimento da identidade cultural: As comunidades locais experimentam um renovado interesse pelas suas tradiç3es e cultura, o que as motiva a preservar e transmitir estes elementos às geraç3es futuras (Smith, 2016); 3) desenvolvimento económico: Este tipo de turismo impulsiona a economia local através da criaç3o de emprego, da venda de produtos artesanais e da atracç3o de investimentos em infra-estruturas (Richards, 2018); e 4) promoç3o da troca cultural: Os turistas têm a oportunidade de aprender e apreciar novas culturas, enquanto as comunidades anfitriãs obtêm uma perspectiva externa e enriquecedora.

Actualmente, muitas cidades recebem um grande número de turistas atraídos pelo seu patrim3nio hist3rico, especialmente na Europa, em cidades como Paris, Roma, Veneza, Florença, Praga, Sevilha, entre outras. Este sector baseia-se no valor hist3rico-artístico do patrim3nio, sendo essencial a sua conservaç3o. No entanto, o sector do turismo cultural apresenta vários desafios, como: a massificaç3o (Smith, 2016), a comercializaç3o da cultura para atrair turistas, trivializando as tradiç3es (Timothy, 2011); a desigualdade na distribuç3o dos benefícios (Richards, 2018); e a capacidade de carga (ICOMOS, 1999). Como consequência, a sua sustentabilidade depende do grau de sustentabilidade da própria cidade. Por isso, o turismo cultural está estreitamente ligado ao turismo sustentável, que será analisado através das três dimens3es chave: ambiental, económica e social.

– Dimens3o económica

O turismo cultural, tal como outros segmentos turísticos, gera receitas significativas, o que provoca impactos positivos a nível económico. Por exemplo, os visitantes gastam em alojamento, restaurantes, lojas de recordações, entre outros, aumentando o emprego e contribuindo para o desenvolvimento económico local. No entanto, o turismo cultural também enfrenta desafios como a instabilidade laboral do sector, especialmente durante as épocas baixas, apesar de que, pela sua natureza, costuma atrair visitantes ao longo de todo o ano (Pérez de las Heras, 2004).

– Dimens3o social

A dimens3o social do turismo cultural é particularmente complexa. Pérez de las Heras (2004) explica como a saturaç3o de visitantes num mesmo local pode causar problemas tanto para os turistas como para os residentes locais. A falta de planeamento adequado em relaç3o à capacidade de carga psicol3gica e física dos locais históricos pode deteriorar a experiênci a turística e gerar tens3es com a populaç3o local. Por isso, é crucial implementar estraté gias como a diversificaç3o dos pontos de interesse, o controlo do número de visitantes e a inclus3o de medidas que garantam o acesso a pessoas com deficiênci a.

– Dimens3o ambiental

A abordagem do turismo cultural n3o se limita à conservaç3o dos recursos naturais envolventes, mas também abrange a protecç3o das obras de arte, monumentos, edifícios e museus. As receitas geradas pelo turismo podem contribuir para a valorizaç3o e conservaç3o do patrim3nio histórico. No entanto, a sustentabilidade ambiental exige que as cidades ofereçam um ambiente saudá vel, livre de problemas como trá fego excessivo, ruído e poluiç3o, que poderiam dissuadir os turistas (Pérez de las Heras, 2004).

Para alinhar o turismo cultural com as directrizes de um turismo sustentá vel, a nível internacional, organismos como o *Conselho Internacional de Monumentos e Sítios* (ICOMOS) e a UNESCO têm trabalhado em iniciativas claras para a conservaç3o do patrim3nio histórico no contexto do turismo cultural. Por exemplo, a 'Carta Internacional sobre Turismo Cultural' do ICOMOS (1999), que estabelece directrizes para a gest3o sustentá vel do turismo cultural, promovendo a conservaç3o do patrim3nio e beneficiando as comunidades locais.

Da mesma forma, a UNESCO, através da *Convenç3o sobre o Patrim3nio Mundial*, estabelece mecanismos internacionais para a protecç3o de sítios históricos e culturais de importânci a mundial, essenciais para o desenvolvimento do turismo sustentá vel (UNESCO, 1972).

O turismo cultural pode ser um motor de desenvolvimento económico, social e cultural, desde que seja sustentado por um planeamento estraté gico que considere os princípios da sustentabilidade. A implementaç3o de polític as globais e locais que priorizem a conservaç3o do patrim3nio, a inclus3o social e o cuidado ambiental é essencial para garantir o sucesso do sector a longo prazo.

3.2.3. TURISMO RURAL

O turismo rural tem sido definido e compreendido de diversas formas, reflectindo a diversidade de contextos, objectivos e abordagens das regi3es onde é implementado. De forma geral, o turismo rural refere-se às actividades turísticas que se desenvolvem em áreas n3o urbanas, caracterizadas pela baixa densidade populacional, paisagens naturais ou agrícol as e um modo de vida que preserva aspectos tradicionais e culturais do meio rural.

As orixens do turismo rural situam-se nas crises que ocorreram no mundo rural há anos, como resultado do êxodo do campo para as cidades, dando lugar a uma geração de rendimentos económicos ao dedicar o aluguer de quartos ao turismo e procurando assim obter um suplemento económico para colmatar as perdas decorrentes da agricultura, pecuária e outras actividades tradicionais (Pérez de las Heras, 2004).

Devido à casuística associada às orixens do turismo rural, actualmente encontramos muitas definições. Segundo Lane (1994), o turismo rural inclui todas as formas de turismo que se desenvolvem no campo e cujo objectivo principal é contribuir para o desenvolvimento das comunidades rurais, preservando ao mesmo tempo a sua identidade cultural e social. Por sua vez, Sharpley e Roberts (2001), definem-no como uma dimensão integradora onde o turismo rural não se refere apenas a actividades recreativas, mas também àquelas que promovem o desenvolvimento sustentável, como a reabilitação de habitações rurais, a produção artesanal e a integração do visitante em actividades quotidianas da comunidade, como a agricultura ou a pecuária. Para Page e Getz (1997), o turismo rural é um tipo de turismo que depende dos recursos rurais como a paisagem, a fauna e flora, as tradições culturais e as actividades produtivas típicas dessas zonas, promovendo uma experiência autêntica e diferente para o turista. Por sua vez, a OMT destaca que o turismo rural oferece uma oportunidade para que os visitantes participem em actividades relacionadas com a vida no campo, onde se valoriza a autenticidade e o contacto com a natureza (UN Tourism, 2024). Esta abordagem centra-se em criar experiências únicas que conectem o visitante com o ambiente rural.

O turismo rural, tal como se pode observar nas diferentes definições, evoluiu de uma abordagem centrada na simples hospitalidade rural (como o aluguer de quartos ou casas) para um modelo mais sofisticado que inclui actividades complementares (Roberts e Hall, 2001). Esta mudança foi impulsionada por uma procura crescente dos turistas e permitindo distinguir o turismo pelas seguintes características: 1) as actividades desenvolvidas no turismo rural ocorrem em pequenas comunidades, o que permite uma experiência mais personalizada e menos massificada; 2) um elemento fundamental é a conservação dos valores culturais e tradicionais das áreas rurais, o que inclui arquitectura, gastronomia e actividades típicas do campo; 3) frequentemente complementa-se com outras actividades económicas locais, como a agricultura, a pecuária ou a produção artesanal; e 4) procura-se promover um modelo que beneficie as comunidades anfitriãs, respeitando o seu ambiente natural e cultural.

Analisando a sustentabilidade, o turismo rural é um dos mais acessíveis no que diz respeito à parte ambiental e social, embora nem tanto no que se refere à económica. Por isso é necessário realizar uma análise separada de cada uma delas:

– Dimensão económica

O turismo rural demonstrou ser uma fonte significativa de rendimento para comunidades rurais afectadas pelo declínio das actividades agrícolas e pecuárias. No entanto, a viabilidade económica a longo prazo requer um planeamento cuidadoso para enfrentar desafios como a sazonalidade e a concorrência (Lane e Kastholz, 2015). Modelos de negócio inovadores, como experiências turísticas temáticas e a colaboração com mercados de proximidade, podem ser essenciais para superar estes desafios.

– Dimensão social

A interacção directa com as comunidades locais permite ao turismo reforçar os laços sociais e culturais, enquanto empodera os residentes. Esta abordagem baseia-se na valorização das tradições locais (Garrod et al., 2006). Estas práticas não só

preservam o patrim3nio cultural, como tamb3m fomentam o sentido de pertenc3a e orgulho entre os habitantes.

– Dimens3o ambiental

O turismo rural sustent3vel promove pr3ticas que minimizam o impacto ambiental e contribuem para a preservac3o do patrim3nio natural. As edifica3es reabilitadas e as pr3ticas tradicionais, como a utilizac3o de materiais locais, juntamente com tecnologias como pain3is solares e sistemas de poupan3a energ3tica, exemplificam essa sustentabilidade. Al3m disso, a promo3o de actividades como trilhos pedestres ou passeios a cavalo, concebidos para respeitar os ecossistemas locais, s3o um exemplo pr3tico de integra3o ambiental nesta modalidade tur3stica (P3rez de las Heras, 2004).

Em resumo, o turismo rural, quando gerido de forma sustent3vel, pode ser uma ferramenta eficaz para revitalizar as comunidades rurais, preservar o patrim3nio cultural e natural, e promover um desenvolvimento econ3mico equilibrado e respeitador do meio ambiente.

3.2.4. ECOTURISMO

O ecoturismo 3 uma forma de turismo respons3vel que se centra na visita a 3reas naturais para desfrutar e apreciar a natureza, promovendo a conserva3o ambiental e gerando benef3cios econ3micos e sociais para as comunidades locais. 3 uma das modalidades de turismo sustent3vel que procura equilibrar os interesses dos turistas, das comunidades receptoras e do meio ambiente (P3rez de las Heras, 2004). Assim, o ecoturismo e o turismo sustent3vel tornam-se um exemplo a seguir para mudar a trajet3ria natural da ind3stria tur3stica no actual contexto globalizado e altamente interligado. Da mesma forma, o ecoturismo pode contribuir para alcan3ar o desenvolvimento sustent3vel desde a escala local at3 3 regional, nacional e global, uma vez que se enquadra no conceito mais amplo de turismo sustent3vel (Leal, 2018).

Segundo Leal (2018), ao falarmos de ecoturismo e ao analisarmos os quatro princ3pios fundamentais, percebemos a import3ncia de aspectos como a educa3o ambiental ou o impacto nas comunidades locais. Assim, o ecoturismo deve assentar em cinco elementos: 1) deve estar baseado na natureza; 2) deve ser ecologicamente sustent3vel; 3) deve ser um meio para a educa3o ambiental; 4) deve trazer benef3cios econ3micos para a comunidade local; e 5) deve proporcionar uma satisfa3o 3ptima aos turistas.

De acordo com a Sociedade Internacional de Ecoturismo (TIES segundo as suas siglas em ingl3s) (2019), aqueles que realizam actividades de ecoturismo e os que nelas participam devem seguir os seguintes princ3pios:

- 1) Minimizar os impactos ambientais e sociais;
- 2) Aumentar a consciencializa3o e o respeito pelo ambiente e pela cultura;
- 3) Oferecer experi3ncias positivas tanto para os visitantes como para os anfitri3es;
- 4) Proporcionar benef3cios financeiros directos para a conserva3o;
- 5) Oferecer benef3cios financeiros e participa3o real 3 popula3o local;
- 6) Aumentar a sensibilidade dos turistas em rela3o ao pa3 anfitri3o no seu clima pol3tico, cultural e social.

A n3vel global, e com base num estudo realizado pela Universidade de Griffith, em 2016, de todas as zonas naturais e mistas do Patrim3nio Mundial, 68 locais possuem um elevado n3vel de planeamento tur3stico, aspecto que contribui para fomentar o

turismo sustentável em áreas naturais. Além disso, a quota de mercado deste segmento tem crescido nos últimos anos, de 7% em 2010 para 25% em 2016 (Leal, 2018).

Por sua vez, Buckley (1994) assinala que há quatro aspectos essenciais comuns entre turismo e meio ambiente: em primeiro lugar, o meio natural como base do produto; em segundo lugar, a gestão do turismo para reduzir o impacto da actividade; em terceiro lugar, a contribuição do turismo para a conservação do meio natural; e, em quarto lugar, as atitudes dos turistas face ao meio ambiente e a educação dos operadores turísticos sobre o cuidado do meio envolvente. Para isso, o autor propõe um quadro relativo ao ecoturismo numa perspectiva restritiva, que conjuga o turismo de natureza, o turismo relacionado com a conservação, a gestão e a educação ambientais (Figura 3.2).

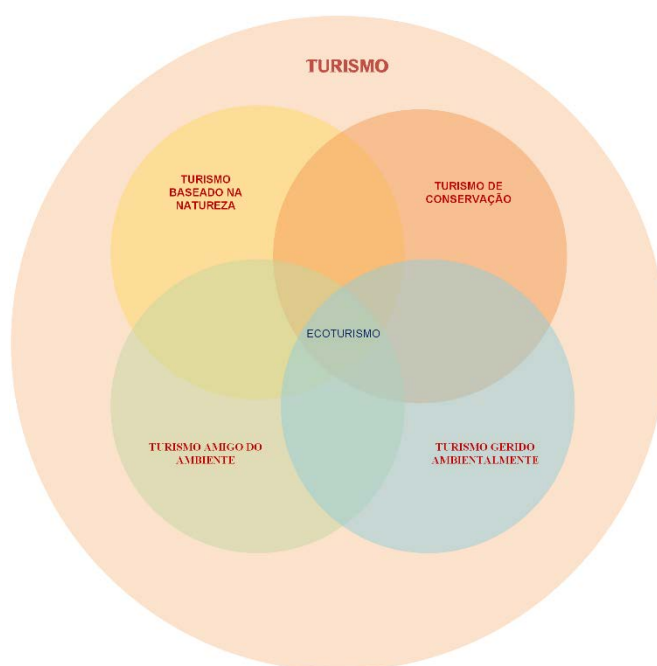


Figura 3.2. Conceito de ecoturismo. Fonte: Buckley, (1994)

– Características do ecoturismo

Como já foi referido, o ecoturismo é difícil de definir, dado que existem diferentes abordagens que evidenciam a diversidade de formas e motivações que assume consoante o perfil do visitante e o contexto do destino (Crespo Jareño, 2020), razão pela qual as características-chave destacam elementos como a interacção com o meio natural, a educação, o respeito cultural e a gestão sustentável. A Tabela 3.2 apresenta a perspectiva de diferentes investigadores em relação às características do ecoturismo.

Autores	Características
Coppin (1992)	Estabelece uma tipologia do ecoturismo segundo a intensidade das actividades: o ecoturismo suave, que combina actividades recreativas com uma abordagem ecológica moderada, e o ecoturismo forte, que implica actividades fisicamente mais exigentes e com um maior compromisso com a conservação ambiental. Estas categorias permitem abranger tanto turistas interessados em experiências relaxadas como aqueles que procuram uma imersão profunda na natureza

Autores	Características
Lindberg e McKercher (1997)	Diferenciam o ecoturismo nas modalidades 'dura' e 'suave'. A primeira é praticada por especialistas ou profissionais como botânicos e ornitólogos, enquanto a segunda inclui actividades recreativas relacionadas com a natureza, como trekking ou montanhismo. Em ambas a modalidade procura-se minimizar os impactos ambientais, embora a modalidade 'dura' dê muito mais ênfase à investigação e conservação científica
OMT (2002)	Define o ecoturismo como uma actividade focada na natureza e cultura, com ênfase na observação, educação e sensibilização. O seu desenvolvimento é realizado por pequenos grupos, geridos por empresas locais especializadas, o que reduz os impactos negativos no ambiente e na cultura local. Além disso, procura gerar emprego, proteger áreas naturais e fomentar a consciência tanto dos turistas como das comunidades receptoras
Juric et al. (2002)	O ecoturismo combina o interesse em visitar áreas naturais com o desejo de realizar actividades que permitam aprender e experimentar de forma activa. Destacam-se dimensões como a vida selvagem, os parques nacionais e as áreas protegidas, juntamente com actividades como caminhadas, observação de baleias e fotografia de paisagens. Esta abordagem sublinha a importância de ligar o turista ao ambiente de forma significativa e sustentável
Puertas (2006)	Classifica os ecoturistas em quatro categorias segundo a sua motivação: Ocasional, que visitam espaços naturais como parte de uma viagem geral; de marcos naturais, focados em destinos específicos fora do convencional; interessados, que procuram aprender sobre a natureza; e científicos, com um propósito mais profissional. Cada tipo tem diferentes níveis de envolvimento e objectivos na experiência ecoturística
Jiménez (2009)	O ecoturismo baseia-se em atractivos divididos em três categorias: Atractivos focais, que são elementos únicos do património cultural ou natural que motivam a visita; atractivos complementares, que enriquecem a experiência do visitante, embora não sejam o motivo principal da viagem; e atractivos de apoio, como instalações e serviços (centros de interpretação, alojamentos, etc.). Destaca também a importância da paisagem, flora, fauna, cultura e normas para a preservação dos recursos
Castellanos e Orgaz (2013)	Propõem que o ecoturismo deve centrar-se na interacção com o meio ambiente, destacando a importância de actividades específicas como observação de aves e fauna, safáris, e caminhadas em áreas protegidas. Destacam ainda a necessidade de contar com guias profissionais e uma infra-estrutura adequada para garantir uma experiência educativa e recreativa. Assinalam também a relevância dos stakeholders na gestão do ecoturismo
Toselli (2014)	As actividades principais do ecoturismo incluem observação de fauna e flora, safáris fotográficos, estudos de ecossistemas e acampamentos. Estas experiências visam fomentar o contacto directo com a natureza, permitindo aos turistas explorar de forma educativa e consciente os ecossistemas visitados
Nello e Llanes (2016)	Identificam três características essenciais: Desfrutar, apreciar e estudar os atractivos naturais (flora, fauna e paisagem); gerar um baixo impacto ambiental e cultural; e promover a participação activa e o benefício socioeconómico das comunidades locais. Destacam ainda actividades como trekking, fotografia de fauna e flora, e interpretação educativa do meio ambiente como fundamentais na experiência ecoturística

Tabela 3.2. Características do ecoturismo definidas por diferentes autores. Fonte: Elaboração própria a partir de Crespo Jareño (2020)

Partindo do pressuposto de que não existe nenhuma forma de turismo que não produza qualquer impacto, analisamos o ecoturismo a partir de três dimensões: económica, social e ambiental.

– Dimensão económica

O ecoturismo tem o potencial de estimular as economias locais e gerar receitas significativas, mas também enfrenta desafios relacionados com a distribuição equitativa desses benefícios. Segundo Beaumont (2001), o ecoturismo ajuda a gerar recursos financeiros para a conservação do meio natural e fomenta o emprego e o

empreendedorismo nas comunidades locais. Orgaz (2015) amplia esta visión, destacando benefícios como o aumento na geração de divisas, o desenvolvimento económico nas zonas receptoras e a criação de novas empresas e empregos, ainda que muitos desses postos possam ser temporários (Coghlan, 2023). No entanto, Das e Chatterjee (2015) referem que os rendimentos do ecoturismo muitas vezes não beneficiam directamente as comunidades locais, devido à contratação de mão-de-obra urbana mais qualificada, enquanto a população local carece de formação adequada. Além disso, as restrições ao uso de espaços naturais e a demarcação de áreas protegidas podem gerar conflitos com os residentes.

– Dimensão social

O ecoturismo pode ter impactos positivos nas infra-estruturas e na qualidade de vida das comunidades receptoras, entre os quais se destacam melhorias nas infra-estruturas de saúde, educação e transporte, bem como a promoção da consciência ambiental entre os residentes e visitantes (Orgaz Agüera, 2015). Autores como Castellanos e Orgaz (2013) enfatizam que o ecoturismo contribui para a redução da pobreza em comunidades menos desenvolvidas ao gerar oportunidades de emprego. Contudo, também pode provocar perda de identidade cultural devido ao afluxo de visitantes, o que pode gerar tensões sociais e alterações nas tradições locais. Além disso, a distribuição desigual dos benefícios económicos pode agravar as desigualdades sociais dentro das comunidades (Das e Chatterjee, 2015).

– Dimensão ambiental

Em termos ambientais, o ecoturismo pode contribuir para a conservação da biodiversidade através do financiamento de áreas protegidas e programas de preservação (Crespo Jareño, 2020). Promove também a educação ambiental, aumentando a consciência sobre a importância dos ecossistemas locais (Orgaz Agüera, 2015). No entanto, quando não é gerido de forma adequada, pode ter impactos negativos significativos, como a alteração de habitats, a geração de resíduos e a poluição do solo e da água (Crespo Jareño, 2020). Outros riscos incluem o assédio à fauna por parte dos visitantes, a erosão do solo e a degradação de recifes e da flora local (Beaumont, 2001). Castellanos e Orgaz (2013) também alertam para a degradação ambiental causada por visitas em massa, que pode assemelhar-se aos impactos do turismo de massas.

Por conseguinte, uma planificação integrada que inclua os agentes sociais e promova a educação e a sustentabilidade é essencial para minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios do ecoturismo (Castellanos Verdugo e Orgaz Agüera, 2013).

RESUMO DO CAPÍTULO

Os destinos turísticos sustentáveis definem-se como aqueles que procuram equilibrar o desenvolvimento económico, a equidade social e a conservação ambiental através de uma planificação multidisciplinar. Estas características incluem a utilização responsável dos recursos naturais, a preservação dos valores culturais e patrimoniais, e a capacidade de respeitar a identidade das comunidades locais, promovendo ao mesmo tempo um turismo inclusivo e ético. Esta abordagem está alinhada com os três pilares da sustentabilidade: económico, social (incluindo o cultural) e ambiental. Os destinos sustentáveis não só garantem a viabilidade económica a longo prazo, como também capacitam as comunidades anfitriãs e implementam práticas que contribuem para a conservação do meio ambiente e da biodiversidade. Além disso, respeitam a capacidade de carga dos territórios, promovendo uma proporção adequada entre residentes e visitantes para evitar a saturação e manter o equilíbrio entre a população local e os turistas.

O turismo sustent3vel procura satisfacer as necesidades do presente sem comprometer os recursos para as gera33es futuras. Por isso, do ponto de vista econ3mico, fomenta a cria33o de emprego, a melhoria da qualidade de vida das comunidades locais e a distribui33o equitativa dos benef3cios gerados pelo turismo. Em termos sociais e culturais, protege a autenticidade das tradi333es e dos valores locais, promovendo a toler3ncia e o entendimento intercultural. No 3mbito ambiental, prioriza a conserva33o dos recursos naturais, a redu33o de impactos negativos e a utiliza33o de tecnologias limpas e pr3ticas respons3veis que minimizem a pegada ecol3gica.

Entre os diferentes tipos de turismo sustent3vel, destaca-se o ecoturismo como uma das modalidades mais relevantes. O ecoturismo define-se como uma forma de turismo respons3vel que se desenvolve em 3reas naturais, focando-se na conserva33o ambiental, no respeito cultural e na gera33o de benef3cios econ3micos e sociais para as comunidades locais. Esta modalidade promove a educa33o ambiental, fomenta a intera333o respeitosa com a biodiversidade e prioriza a sustentabilidade ecol3gica, minimizando os impactos negativos nos ecossistemas visitados. O ecoturismo baseia-se em cinco princ3pios essenciais: deve estar assente na natureza, ser ecologicamente sustent3vel, incluir uma dimens3o educativa, beneficiar economicamente as comunidades locais e proporcionar experi3ncias enriquecedoras e respons3veis para os turistas.

O ecoturismo destaca-se pela sua capacidade de combinar a conserva33o da natureza com o desenvolvimento econ3mico local. Isto 3 conseguido atr3ves do financiamento de 3reas protegidas, da promo33o de actividades sustent3veis como caminhadas, observa33o de fauna e flora, e do envolvimento ativo dos habitantes na gest3o dos recursos. No entanto, enfrenta desafios como a distribui33o desigual dos benef3cios econ3micos, a falta de forma33o nas comunidades locais e os impactos negativos associados 3 m3 gest3o, como a degrada33o de habitats ou a sobre-explora33o dos recursos naturais.

Para al3m do ecoturismo, podemos destacar outras formas de turismo sustent3vel. O turismo cultural, que coloca 3nfase na promo33o e preserva33o do patrim3nio hist3rico e sociocultural, enquanto fomenta o entendimento intercultural e gera benef3cios econ3micos para as comunidades anfitri3s. Por sua vez, o turismo rural procura revitalizar as 3reas rurais atr3ves da integra33o de actividades tradicionais e do respeito pelo meio natural e social. Finalmente, o turismo de sol e praia sustent3vel centra-se em mitigar os impactos negativos associados 3 massifica33o, promovendo pr3ticas respons3veis e diversificando as actividades tur3sticas.

QUEST33ES DE COMPREENS3O

1. O que implica o planeamento tur3stico sustent3vel e que caracter3sticas dos turismos sustent3veis devem ser tidas em conta no momento do seu desenvolvimento?
2. Compara as caracter3sticas do turismo rural e do ecoturismo numa tabela comparativa. Em que se assemelham e em que se diferenciam?
3. Escolhe um parque nacional ou 3rea protegida do teu pa3s e analisa como poderia ser aplicado neste local o modelo de ecoturismo.

BIBLIOGRAFIA

Acerenza, M. A. (2006). *Conceptualizaci3n, origen y evoluci3n del turismo*. Trillas.

- Almeida García, F., Balbuena Vázquez, A., e Cortés Macías, R. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13, 33-40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2014.11.002>
- Beaumont, N. (2001). Ecotourism and the Conservation Ethic: Recruiting the Uninitiated or Preaching to the Converted? *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), 317-341. <https://doi.org/10.1080/09669580108667405>
- Buckley, R. (1994). A framework for ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 661-665. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90126-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90126-0)
- Castellanos Verdugo, M., e Orgaz Agüera, F. (2013). Potencialidades ecoturísticas de la República Dominicana. *TURyDES: Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 6(14), 1-9.
- Coghlan, A. (2023). *An Introduction to Sustainable Tourism: Vol. 2nd Edition*. Goodfellow Publisher Ltd. <https://doi.org/10.23912/978-1-915097-30-9-5383>
- Crespo Jareño, J. A. (2020). Orígenes e impactos del ecoturismo. *Kalpana*, 18 (Julio), 5-32.
- Das, M., e Chatterjee, B. (2015). Ecotourism: A panacea or a predicament? *Tourism Management Perspectives*, 14, 3-16. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.01.002>
- De los Reyes Cruz Ruiz, E. (2019). *Gestión de destino turísticos*. Editorial Elearning SL.
- Dodds, R., e Butler, R. (2010). Barriers to implementing Sustainable Tourism Policy in Mass Tourism Destinations. *Tourismos: An international Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), 35-53.
- Dwyer, L., e Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Garrod, B., Wornell, R., e Youell, R. (2006). Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 117-128. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.08.001>
- Getz, D., e Page, S. (1997). *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*. Cengage Learning EMEA.
- ICOMOS. (1999). *Carta Internacional sobre Turismo Cultural*. https://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://icomos.es/wp-content/uploads/2020/01/tourism_sp.pdf
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7-21. <https://doi.org/10.1080/09669589409510680>
- Lane, B., e Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
- Leal, M. del P. (2018). *Turismo Ecológico y Sostenible: Perfiles y tendencias*.
- Manning, E. W., e Dougherty, T. D. (2000). Planning Sustainable Tourism Destinations. *Tourism Recreation Research*, 25(2), 3-14. <https://doi.org/10.1080/02508281.2000.11014907>
- Muñoz, M., Eustaquio, V., e Moya, I. (2006). *Manual de Turismo Sostenible*.

- ONU. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Organización de las Naciones Unidas. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Orgaz Agüera, F. (2015). Los impactos económicos, sociales y medioambientales negativos en el ecoturismo: una revisión de la literatura. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 42(2). https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2014.v42.n2.48781
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible* (Mundi-Prensa).
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. En *Journal of Cultural Economics* (Número 3). Routledge.
- Ritchie, J. R. B., e Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. CABI. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Rivas García, J. (2013). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Septem Ediciones.
- Roberts, L., e Hall, D. (2001). *Rural tourism and recreation: principles to practice*. CABI Digital Library.
- Sharpley, Richard, Telfer, y David J. (2015). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. <http://www.channelviewpublications.com>,
- Slocum, S. L., Aidoo, A., e McMahon, K. (2020). *The Business of Sustainable Tourism Development and Management*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Smith, M. K. (2016). *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge.
- TIES. (2019). *What Is Ecotourism?* The International Ecotourism Society. <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism*. Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781845411787>
- Timothy, D. J., e Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Prentice Hall.
- UN Tourism. (2024). *Turismo Rural*. <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>
- UNESCO. (1972). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. <https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>
- UNESCO. (2018). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*.
- Valls, J. F., Tuñón, F. J., Calero, P., Ramos, J. M., e Prats, F. (2004). *Un marco estratégico para fortalecer el sistema económico insular, compatible con la contención del crecimiento turístico en Lanzarote*. <https://lanzarotebiosfera.org/wp-content/uploads/2022/05/Informe-Esade-febrero.pdf>
- Valls, J. F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ediciones Gestión 2000.

EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 3

Para reforçar os principais conceitos abordados no capítulo 3, convidamo-lo a digitalizar o seguinte código QR. No vídeo você encontrará um resumo visual que complementa o conteúdo do capítulo 3, destacando os seus pontos principais.



4. INSTRUMENTOS DE AVALIAÇÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Objectivos do capítulo

- Conhecer quais as ferramentas de sustentabilidade relevantes para aplicação num turismo sustentável
- Compreender como se aplicam as ferramentas de sustentabilidade no turismo sustentável

4.1. INSTRUMENTOS DE MEDIÇÃO DO IMPACTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

A Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE, na sigla em inglês) definiu duas abordagens para a medição do desenvolvimento sustentável: a contabilística e a analítica (OCDE, 2000), sendo que ambas não se excluem mutuamente, mas antes se complementam (Rivas García, 2013). A abordagem contabilística é uma ferramenta que facilita a análise das inter-relações entre as actividades económicas e o meio em que se desenvolvem. Com base nesta abordagem, a OMT propôs um sistema estatístico de medição da sustentabilidade turística através das conexões entre o quadro contabilístico estabelecido para o turismo, as contas satélite do turismo e o quadro contabilístico do Sistema de Contas Económicas e Ambientais (Saeteros Hernández et al., 2019). A iniciativa procura ligar os benefícios gerais da abordagem contabilística, a capacidade de compreender lacunas de dados e enquadrar informação em diferentes contextos, e o potencial para derivar indicadores com base na informação económica e ambiental (UNWTO, 2016). A segunda abordagem é a analítica, baseada no uso de indicadores para medir a sustentabilidade (OCDE, 2000). São definidos como características mensuráveis, cujos níveis absolutos e direcção não se alteram, tendo como objectivo indicar se a região analisada apresenta uma situação mais ou menos sustentável (Saeteros Hernández et al., 2019).

De los Reyes Cruz Ruiz (2019) indica que existem três etapas para alcançar a sustentabilidade de um destino turístico: 1) princípios, ou seja, deve considerar-se uma proposta biologicamente aceitável, coerente com as possibilidades do meio envolvente e viável economicamente; 2) avaliação do Impacto Ambiental (AIA) e a sustentabilidade de um destino turístico, sendo que os critérios de avaliação da sustentabilidade dependerão do destino e da oferta turística; e 3) estratégias e acções, que serão distintas e orientadas para a sustentabilidade dos destinos turísticos. Entre as mais comuns estão: uso do solo, controlos via preço e controlos de qualidade.

A aplicação de sistemas de indicadores ambientais no âmbito da actividade turística é bastante recente. O objectivo destes sistemas, segundo Rivas (2013), é que ‘os indicadores forneçam a informação necessária para compreender melhor as ligações e os impactos do turismo relativamente ao meio natural onde se desenvolve a indústria e do qual é amplamente dependente’. Por sua vez, um sistema de indicadores ambientais para o turismo deve combinar a capacidade de comparação com outros sistemas e reflectir as características específicas do destino a ser avaliado.

Entre os indicadores mais comuns para medir o impacto ambiental do turismo sustent3vel destacam-se: a pegada ecol3gica e a capacidade de carga; e a avalia33o do impacto ambiental. Embora n3o sejam os 3nicos, tamb3m se destacam os desenvolvidos pelo *Global Sustainable Tourism Council*.

4.1.1. PEGADA ECOL3GICA E CAPACIDADE DE CARGA

A pegada ecol3gica 3 um conceito estatístico que representa a quantidade de territ3rio necess3ria para fornecer os recursos consumidos, directa e indirectamente, por uma pessoa ou por um grupo de pessoas, bem como a forma como s3o assimilados os resíduos que geram (Rivas García, 2013). A metodologia de c3lculo da pegada ecol3gica baseia-se na estimativa da superf3cie necess3ria para satisfazer os consumos associados 3 alimenta33o, produtos florestais, gastos energ3ticos e ocupa33o directa do solo. Esta superf3cie 3 geralmente expressa em hectares per capita por ano (Fennell e Cooper, 2020; Wackernagel e Beyers, 2019).

Segundo o 3ltimo relat3rio da *Global Footprint Network*, a procura actual 3 escala global 3 de 2,7 hectares (ha) por pessoa, enquanto a capacidade do planeta situa-se em cerca de 2 ha per capita. Al3m disso, estes valores variam consoante as regi3es do planeta: enquanto os Estados Unidos t3m uma pegada ecol3gica de 8,2 ha per capita e Espanha de 3,7 ha per capita, pa3ses como Angola apresentam apenas 0,9 ha por pessoa (MITECO, 2024). Isto evidencia o valor da pegada ecol3gica, nomeadamente: em primeiro lugar, que o modo de vida característico dos pa3ses mais ricos n3o pode ser estendido a toda a popula33o; e em segundo, que uma economia planet3ria sustent3vel exige que uma minoria acomodada reduza os seus consumos e o seu n3vel de vida (Rivas García, 2013). Por sua vez, estima-se que a pegada ecol3gica da ind3stria turística represente 10% da pegada ecol3gica planet3ria; contudo, estas estimativas s3o complexas devido 3 diversidade e aos padr3es gerais de consumo inerentes ao turismo (Fennell e Cooper, 2020).

Outro conceito relacionado com a pegada ecol3gica 3 o da ‘capacidade de carga’, que permite determinar a popula33o m3xima de uma esp3cie que o seu meio pode suportar, garantindo a sua sobreviv3ncia. Aplicado 3 esp3cie humana, refere-se ao n3mero de pessoas que uma zona geogr3fica pode sustentar mantendo constante o seu n3vel de vida, sem destruir os recursos naturais que constituem a base da sua actividade (Rivas García, 2013).

Da compara33o entre a pegada ecol3gica e a capacidade de carga determina-se o d3fice ecol3gico, ou seja, quando a pegada ecol3gica supera a capacidade de carga. No caso contr3rio, existe auto-sufici3ncia quando a capacidade de carga 3 igual ou superior 3 pegada ecol3gica (Rivas García, 2013).

Estudos recentes tamb3m desenvolveram m3todos complementares 3 pegada ecol3gica turística, como a pegada de carbono turística e a pegada hídrica turística, ferramentas eficazes para avaliar quantitativamente o impacto do turismo nos ecossistemas espec3ficos (Fennell e Cooper, 2020). Al3m disso, estas ferramentas permitem estimar a sustentabilidade regional medindo o consumo de recursos naturais em rela33o 3 capacidade de carga ecol3gica do destino (Wackernagel et al., 2002).

4.1.2. AVALIA33O DE IMPACTO AMBIENTAL

A avalia33o de impacto ambiental 3 o processo de recolha de informa33o, an3lise e previs3o destinado a antecipar, corrigir e prevenir os poss3veis efeitos que uma ac33o pode ter sobre o meio ambiente (Rivas García, 2013).

Os elementos b3sicos que uma avalia33o de impacto ambiental deve integrar s3o: 1) descri33o e an3lise do projecto; 2) delimita33o e valoriza33o do meio sobre o qual o

projecto ter3 efeitos; 3) previs3o e avalia3o dos efeitos ambientais gerados; e 4) determina3o de medidas minimizadoras, corretivas e compensat3rias (Rivas Ram3rez, 2007). A avalia3o de impacto ambiental n3o se limita exclusivamente 3 an3lise dos poss3veis impactos sobre o meio, mas deve tamb3m avaliar as repercuss3es sobre o patrim3nio hist3rico e as rela33es sociais do local onde se vai concretizar o projecto.

Segundo Rivas Garc3a (2013), entre as t3cnicas habitualmente utilizadas para avaliar os impactos ambientais associados a projectos encontram-se as seguintes: Listas de verifica3o, Matriz de Leopold, M3todo dos Laborat3rios Batelle-Columbus, Diagrama de redes, Sobreposi3o de mapas, Modelos de simula3o.

Listas de verifica3o

3 uma ferramenta utilizada para comparar caracter3sticas, atributos, vantagens ou desvantagens entre diferentes elementos. Para tal, constroem-se duas listas, uma onde figuram os elementos no seu estado original, ou seja, antes da realiza3o do projecto, e outra lista onde se descrevem as modifica33es que os elementos podem sofrer como consequ3ncia da realiza3o do projecto (Rivas Garc3a, 2013).

A finalidade destas listas n3o 3 apenas identificar os impactos ambientais, mas tamb3m estabelecer uma primeira aproxima3o da sua magnitude. No entanto, o principal inconveniente 3 que n3o mostra as rela33es causa-efeito dos fen3menos descritos nem incorpora uma interpreta3o global do impacto ambiental do projecto (Rivas Garc3a, 2013).

Matriz de Leopold

3 uma matriz de dupla entrada utilizada para identificar e analisar as rela33es causa-efeito de um projecto sobre o ambiente. Comp3e-se de 100 colunas, que representam as a333es projectadas, e 88 linhas, que correspondem a factores ambientais suscept3veis de serem afectados, como o solo, a 3gua, a fauna, factores culturais, entre outros. Este sistema permite seleccionar as linhas e colunas mais adequadas a cada projecto e fornece uma representa3o clara e resumida dos impactos ambientais e culturais associados. No entanto, 3 necess3rio ter em conta as seguintes caracter3sticas desta metodologia: 1) 3 global, ou seja, a matriz cobre as dimens3es socioecon3micas e geobiof3sicas; 2) n3o 3 selectiva, pelo que n3o distingue os efeitos a curto, m3dio e longo prazo; 3) corre-se o risco de uma 'dupla contabilidade' ao avaliar as a333es e efeitos; e 4) n3o 3 objectiva, pois n3o existem directrizes na atribui3o das pontua33es que limitem a subjetividade de quem avalia (Rivas Garc3a, 2013).

M3todo dos Laborat3rios Batelle-Columbus

O m3todo considera quatro categorias ambientais a avaliar: o meio f3sico e os aspectos ecol3gicos (Ecologia); a polui3o; a paisagem e os aspectos est3ticos; e o bem-estar e a sa3de humana (aspectos de interesse humano). O grau de afecta3o 3 medido estabelecendo um 3ndice de qualidade ambiental (ICA) que varia de 0, que representa p3ssima qualidade ambiental, a 1, que representa 3ptima qualidade ambiental. A quantifica3o 3 representada atrav3s de fun33es de transforma3o onde a afecta3o depende da magnitude na qual se mede o indicador. Finalmente, o impacto global ser3 a soma das unidades de impacto ambiental l3quidas devidas ao projecto para todos e cada um dos par3metros (Rivas Garc3a, 2013).

O sistema Batelle 3 especialmente 3til para comparar projectos alternativos e tamb3m para avaliar a efic3cia das medidas protetoras ou corretivas de impactos. Quanto 3s suas desvantagens, identifica-se que inicialmente foi concebido para determinar o impacto ambiental de projectos hidr3ulicos; os 3ndices de pondera3o

dos parâmetros são atribuídos de forma subjetiva; a árvore de factores ambientais e acções-actividades deve ser adaptada a cada tipo de projecto; os factores ambientais são ilimitados e não é possível contar com todas as funções; e as funções de transformação propostas são específicas para a planificação e gestão de recursos hídricos (Rivas García, 2013).

Diagrama de redes

Os diagramas de redes integram causas e consequências dos impactos através da identificação das inter-relações existentes entre as acções causais e os factores ambientais, incluindo as consequências secundárias e terciárias das acções (Rivas García, 2013). Oferecem uma visão dinâmica da evolução que o meio natural experimentará perante um projecto.

As principais vantagens de um diagrama de redes são:

- Identificar efeitos primários, secundários e terciários, e as relações causa-efeito que originam em cadeia.
- São recomendados para a avaliação ambiental de projectos simples.
- São úteis como ajuda-memória, recordando possíveis interacções que devem ser tidas em conta para uma avaliação formal.
- Permitem comunicar de forma simples a existência das interacções e a sua natureza.

Tal como nas técnicas explicadas anteriormente, apresentam uma série de desvantagens, como por exemplo: a identificação dos efeitos ocorre de forma subjetiva; não existe um procedimento normalizado para estabelecer a inter-relação e a realização das redes; e, por último, as redes tendem a ser complexas, o que não facilita a compreensão por parte do decisor ou da opinião pública.

Sobreposição de mapas

Consiste em utilizar Sistemas de Informação Geográfica (SIG) para o manuseamento de dados automatizados por computador para capturar, gerir, manipular, analisar, modelar e traçar dados com dimensões espaciais para resolver a planificação complexa e a gestão de problemas. Os SIG são úteis em algumas fases do processo de avaliação de impacto ambiental, mas apresentam algumas limitações associadas ao facto de a tecnologia ainda não estar suficientemente implementada, de não ser possível a ligação a outros pacotes de avaliação de impacto ambiental; e de grande parte da informação requerida para uma avaliação de impacto ambiental não estar disponível em formato SIG (Rivas García, 2013).

Modelos de simulação

Os modelos de simulação baseiam-se em algoritmos matemáticos que reflectem, através de equações, a relação causa-efeito entre uma acção e o impacto ambiental que provoca (Rivas García, 2013).

4.1.3. INDICADORES PARA MEDIR O IMPACTO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Os indicadores servem para avaliar uma determinada informação (Rivas García, 2013). A relevância dos indicadores na gestão turística dependerá dos atributos, dos destinos e da relativa importância desses atributos para os turistas (Manning, 1997).

Os indicadores são elaborados para cumprir funções de simplificação, quantificação, análise e comunicação, compreender fenómenos complexos, quantificar, comunicar-se a diferentes níveis da sociedade (Rivas García, 2013). Concretamente, os indicadores de sustentabilidade orientados para o planeamento turístico devem possuir certas características (Bakkes et al., 1994; Dumanski, 1994; Torquebiau, 1989):

- Ser integradores, ou seja, devem descrever outros processos al3m do imediato.
- Ser f3ceis de medir, suscept3veis de controlo e baseados em informa33o facilmente dispon3vel.
- Ser adequados ao n3vel de agrega33o da an3lise do sistema estudado.
- Ser preferencialmente aplic3veis a uma ampla gama de ecossistemas e condi33es socioecon3micas e culturais.
- Reflectir realmente o atributo de sustentabilidade que se pretende avaliar.
- Estar fundamentados em informa33o de base fi3vel, seja directa ou indirecta.
- Ser simples de entender, n3o apenas por especialistas no tema.
- Medir mudan3as nas caracter3sticas do sistema no per3odo considerado para a avalia33o.
- Focar-se em aspectos pr3ticos e ser claros.

Segundo Vera e Ivars (2003), a primeira coisa a considerar 3 o papel que os indicadores de sustentabilidade desempenham no desenvolvimento de processos de melhoria tanto nos sistemas de gest3o como nos de informa33o tur3stica. Da3 que, o *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC, na sigla em ingl3s), alian3a formada pela OMT, a Rainforest Alliance, o PNUMA e as Na33es Unidas, tenha concebido 37 indicadores globais para medir a sustentabilidade dos destinos. Destes, foram identificados 11 indicadores b3sicos que podem ser utilizados para comparar a sustentabilidade entre destinos (de los Reyes Cruz Ruiz, 2019; Rivas Garc3a, 2013) (Ver Tabela 4.1.):

Indicador	Medida
Protec33o do territ3rio	Categoria de protec33o do territ3rio de acordo com o 3ndice da Uni3o Internacional para a Conserva33o da Natureza
Press3o sobre o territ3rio	N3mero de turistas que visitam o territ3rio por unidade de tempo (m3s, ano...)
Intensidade de uso	Pessoas por hectare na 3poca alta
Impacto social	R3cio entre turistas/popula33o residente (na 3poca alta e em m3dia)
Controlo do desenvolvimento	Exist3ncia de procedimentos de revis3o ambiental ou controlos formais de desenvolvimento do territ3rio e densidades de uso
Gest3o de res3duos	Percentagem de res3duos tratados no territ3rio recetor
Processo de planeamento	Exist3ncia de um plano territorial organizado para a 3rea de destino tur3stico
Ecossistemas cr3ticos	N3mero de esp3cies em perigo
Satisfa33o do turista	N3vel de satisfa33o dos visitantes
Satisfa33o da popula33o local	N3vel de satisfa33o dos residentes
Contribui33o do turismo 3 economia local	Propor33o da actividade econ3mica total gerada unicamente pelo turismo

Tabela 4.1. Indicadores de turismo sustent3vel propostos pelo GSTC. Fonte: Adaptado de los Reyes Cruz Ruiz (2019) e Rivas Garc3a (2013)

A estes indicadores somam-se os seguintes 3ndices compostos descritos na Tabela 4.2.

3ndices compostos	
Capacidade tur3stica	Medida composta pelos factores-chave que afectam a capacidade do territ3rio para suportar diferentes n3veis de turismo

Índices compostos

Press3o sobre o territorio	Medida composta pelos n3veis de impacto sobre o territorio
Atractividade	Avalia3o quantitativa dos atributos do territorio que o tornam atractivo para o turismo e que podem variar ao longo do tempo

Tabela 4.2. Índices compostos para medir o impacto do turismo sustent3vel. Fonte: Rivas García (2013)

Vera e Ivars (2003) prop3em uma sistematiza3o dos indicadores tur3sticos a partir da estrutura do modelo anal3tico causal da Ag3ncia Europeia do Ambiente e tendo em considera3o o trabalho internacional em mat3ria de turismo sustent3vel e elabora3o de indicadores.

Para tal, s3o estabelecidas quatro categorias: Modelo territorial-tur3stico (Tabela 4.3.), press3o (Tabela 4.4.), estado/qualidade (Tabela 4.5.) e resposta pol3tica e social (Tabela 4.6.).

Área temática	Indicadores
Recursos tur3sticos actuais	<ul style="list-style-type: none"> – A partir do invent3rio e valoriza3o dos recursos: Índice de capacidade de atrac3o e grau de diversifica3o dos recursos tur3sticos – Grau de preserva3o dos recursos tur3sticos – Indicadores de capacidade de absor3o da procura tur3stica
Recursos tur3sticos potenciais	<ul style="list-style-type: none"> – Recursos cuja valoriza3o pode qualificar ou complementar os existentes
Estrutura territorial	<ul style="list-style-type: none"> – Distribu3o dos usos do solo, com especial aten3o à superf3cie destinada ao solo urbano-tur3stico e às diferentes tipologias de edifica3o – Projec3o do cen3rio tendencial dos usos do solo segundo o planeamento vigente – Mapa de aptid3o, fragilidade e usos do territorio (inclui riscos naturais e superf3cie afectada pela eros3o) – Mapa de acessibilidade interna e externa
Estrutura econ3mica	<ul style="list-style-type: none"> – Estimativa do impacto econ3mico local da actividade tur3stica – Distribu3o da popula3o activa e empregada por sexos e idades – Distribu3o e evolu3o da popula3o empregada por sectores produtivos – Taxa de desemprego – Distribu3o das empresas locais segundo a Classifica3o Nacional de Actividades Econ3micas (CAE)
Estrutura demogr3fica	<ul style="list-style-type: none"> – S3rie cronol3gica e representativa do crescimento natural e dos saldos migrat3rios – Popula3o total recenseada – Densidade populacional – Pirâmide et3ria – Índice de envelhecimento – Índice de depend3ncia – Estrutura da popula3o segundo o local de nascimento
Estrutura da oferta e da procura tur3stica	<ul style="list-style-type: none"> – Capacidade da oferta de alojamento tur3stico regulamentado segundo o tipo de estabelecimento e classifica3o administrativa – Capacidade da oferta de alojamento tur3stico n3o regulamentado segundo o tipo – Número e estrutura das empresas tur3sticas distintas do alojamento – Distribu3o espacial da oferta tur3stica – R3cios da oferta tur3stica segundo superf3cie e popula3o residente – Caracteriza3o da procura tur3stica segundo indicadores b3sicos: Proced3ncia, estadia m3dia, despesa no destino, etc. – Índices de sazonalidade da procura tur3stica

Tabela 4.3. Indicadores do modelo territorial-tur3stico. Fonte: Vera e Ivars (2003) em Rivas García (2013)

Área temática	Indicadores
Press3o humana	<ul style="list-style-type: none"> – Distribu3o temporal da press3o humana (di3ria, mensal ou trimestral)

Área temática	Indicadores
	<ul style="list-style-type: none"> - Mapa de densidade da press3o humana - Varia3o da press3o humana (popula3o residente e sazonal)
Altera3es no uso do solo	<ul style="list-style-type: none"> - Varia3o das camas de oferta de alojamento turístico e da capacidade das empresas turísticas em geral - Cartografia dinâmica que reflita as altera3es no uso do solo - Superfície afectada por incêndios
Consumo de energia	<ul style="list-style-type: none"> - Volume e varia3o da energia consumida segundo a sua utiliza3o - Percentagem de energia n3o renovável sobre o consumo total
Consumo de água potável	<ul style="list-style-type: none"> - Volume e varia3o inter-anual da água consumida (distribui3o mensal ou trimestral) - Estimativa do consumo de água por habitante - Proveniênci3 da água potável consumida (recursos alóctones, hipoceus, etc.) - Sobre-explora3o de aquíferos - Percentagem da popula3o sem tratamento de águas residuais - Percentagem de perdas na rede de distribui3o
Gera3o de resíduos	<ul style="list-style-type: none"> - Volume e varia3o inter-anual dos resíduos gerados mensal ou trimestralmente segundo o seu tipo - Gera3o de resíduos per capita - Mapa de lixeiras incontroladas com express3o dos efeitos e riscos associados (polui3o paisagística, risco de incêndio, contamina3o de águas subterrâneas, etc.)
Polui3o atmosférica	<ul style="list-style-type: none"> - Emiss3es de gases poluentes para a atmosfera - Estimativa das emiss3es provocadas pela frequênci3 turística
Intensidade Média de Tráfego (IMT)	<ul style="list-style-type: none"> - IMT das principais vias de comunica3o

Tabela 4.4. Indicadores de press3o. Fonte: Vera e Ivars (2003) em Rivas García (2013)

Área temática	Indicadores
Qualidade de vida residencial	<ul style="list-style-type: none"> - Índice de qualidade de vida percebida pela popula3o local obtido através de técnicas de investiga3o social - Rendimento familiar disponível - Superfície de zonas verdes por habitante - Mapa de isócronas para espa3os públicos e principais servi3os e equipamentos (hospitais, centros culturais, etc.) - Extens3o de vias de acessibilidade alternativas: zonas pedonais, ciclovias, etc.
Satisfa3o da procura turística	<ul style="list-style-type: none"> - Medi3o da satisfa3o global com o destino e os componentes essenciais da experiênci3 turística
Qualidade da atmosfera e conforto climático	<ul style="list-style-type: none"> - Níveis de poluentes atmosféricos: Óxidos de azoto, concentra3o de ozono, partículas em suspens3o inferiores a dez micras - Parâmetros de conforto climático: Temperatura, humidade, ventos, etc.
Recursos hídricos	<ul style="list-style-type: none"> - Qualidade da água de abastecimento urbano - Recursos hídricos naturais por habitante - Superfície de aquíferos contaminados - Superfície de aquíferos costeiros salinizados por intrus3o marinha
Biodiversidade	<ul style="list-style-type: none"> - Superfície ocupada por vegeta3o climática - Número de espécies de flora e fauna em perigo de extin3o
Conserva3o do litoral	<ul style="list-style-type: none"> - Identifica3o dos processos físicos que afectam a conserva3o do litoral - Percentagem de superfície costeira artificializada calculada com base em tro3os de costa de um quilómetro de comprimento por meio quilómetro de largura com uma superfície ocupada superior a um certo limite determinado
Qualidade da água do mar e continental	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores de qualidade da água nos pontos de amostragem - Pontos de descarga e tipo de tratamento no litoral e cursos de água
Polui3o sonora	<ul style="list-style-type: none"> - Área de exposi3o ao ruído acima dos sessenta e cinco decibéis
Paisagem	<ul style="list-style-type: none"> - Grau de conserva3o paisagística das unidades ambientais

Tabla 4.5. Indicadores de estado/qualidade. Fonte: Vera e Ivars (2003) em Rivas García (2013)

Área temática	Indicadores
Planeamento urbanístico, ordenamento do território e Protecção do meio ambiente	- Classificação e qualificação urbanística do solo
	- Projecção da execução total do planeamento urbanístico
	- Superfície incluída em áreas de protecção paisagística no planeamento municipal
	- Tratamento dos riscos naturais no planeamento urbanístico
	- Determinação dos instrumentos de ordenamento do território de carácter supramunicipal
	- Percentagem de superfície protegida segundo tipo de protecção
	- Equipamentos de uso público em espaços naturais protegidos
Agenda Local 21	- Superfície reflorestada com fins de conservação do meio natural
	- Grau de implementação de políticas e instrumentos próprios da Agenda Local 21
Planeamento turístico	- Tipo e alcance do planeamento turístico vigente
Orçamento Verde	- Dotação orçamental nos orçamentos públicos dedicada a fins ambientais (sensibilização, formação, ...)
	- Evolução da dotação orçamental em matéria ambiental
	- Orçamento verde per capita
Instrumentos económicos	- Taxas e impostos aplicados com fins ambientais
	- Subsídios a boas práticas ambientais
	- Incorporação de critérios ambientais na selecção de projectos cofinanciáveis
Regulamentos ambientais	- Disposições relativas aos elementos de pressão sobre o meio local
	- Inspecção e controlo do cumprimento dos regulamentos (programas de vigilância ambiental, por exemplo)
	- Sanções económicas derivadas da aplicação dos regulamentos
Regulação administrativa das empresas	- Determinações contidas no ordenamento das empresas turísticas: Rácio de metros quadrados de terreno por cada lugar de nova criação, modernização de estabelecimentos, etc.
Medidas empresariais	- Número e tipo de sistemas de gestão da qualidade implementados
	- Número e tipo de sistemas de gestão ambiental implementados
	- Número de empresas associadas a iniciativas conjuntas de autorregulação empresarial: Distintivos ecológicos, clubes de qualidade, etc.
Actuação de colectivos sociais	- Campanhas de sensibilização social
	- Iniciativas para a aquisição e protecção de espaços de interesse natural, etc.
Tratamento de águas residuais	- Tipo, número e capacidade das estações de tratamento
	- Volume de águas tratadas
	- Volume de águas reutilizadas sobre o total tratado
Tratamento de resíduos	- Recolha selectiva de resíduos
	- Destino dos resíduos urbanos: Aterro, incineração e reciclagem de matéria orgânica
	- Encerramento de aterros não controlados
Energias renováveis	- Investimentos realizados na obtenção de energias renováveis
	- Delimitações realizadas: Comprimento e data
Conservação do litoral	- Percentagem de costa protegida com figuras ambientais ou urbanísticas
	- Superfície incluída em Reservas Marinhas

Tabla 4.6. Indicadores de resposta política e social. Fonte: Vera e Ivars (2003) em Rivas García (2013)

4.2. TIPOS DE INSTRUMENTOS DE MEDIÇÃO DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Para o processo de planeamento dos destinos de turismo sustentável é necessário dispor de uma série de suportes entre os coordenadores, tais como: o observatório turístico, os relatórios macro turísticos, os relatórios de evolução qualitativa e quantitativa do mercado, os estudos específicos, os indicadores de gestão, entre

outros (Valls, 2004). A seguir, ser3o detalhados com maior profundidade os diferentes instrumentos de medi3o do turismo sustent3vel.

4.2.1. OBSERVAT3RIO DE TURISMO

Trata-se de um instrumento na gest3o e desenvolvimento sustent3vel do turismo. A sua principal fun3o 3 recolher, analisar e difundir informa3o relevante sobre a actividade turística num destino específico, facilitando a tomada de decis3es informadas por parte das autoridades, empresas e outros intervenientes do sector (Valls, 2004). Bertocchi et al. (2020) ampliam esta defini3o ao considerarem-nos como ‘uma ferramenta estrat3gica e relevante para monitorizar o desempenho turístico, o crescimento, os impactos, as tend3ncias e o atractivo turístico dos territ3rios e regi3es’.

Um dos principais problemas enfrentados pelo observat3rio de turismo 3 a obten3o e transmiss3o de informa3o para os respons3veis pelo planeamento (Valls, 2004). Por outro lado, as principais fun3es dos observat3rios turísticos s3o:

- Acompanhamento contínuo de indicadores-chave como o n3mero de visitantes, taxas de ocupa3o hoteleira e despesa turística. Esta fun3o permite identificar padr3es sazonais e tend3ncias emergentes, ajudando a gerir a oferta e a procura turística de forma eficiente (Caamaño Franco et al., 2024).
- Avaliar os efeitos do turismo em 3mbitos econ3micos, sociais, culturais e ambientais. Bertocchi et al. (2020) sublinham a import3ncia de analisar os impactos ambientais e sociais como parte de uma abordagem integrada para avaliar a sustentabilidade de destinos turísticos sobrecarregados.
- Elaborar relat3rios e estudos com base nos dados obtidos, o que permite desenvolver estrat3gias para mitigar os impactos negativos do turismo e promover boas pr3ticas no sector (Caamaño Franco et al., 2024).
- Fornecer dados e recomenda3es para orientar as polític3s p3blicas e estrat3gias empresariais.
- Identificar pr3ticas sustent3veis e promover a sua adop3o, sendo assim os observat3rios de turismo essenciais para definir a capacidade de carga dos destinos e garantir o seu desenvolvimento a longo prazo (Bertocchi et al., 2020).

Al3m de todas estas fun3es, os observat3rios t3m outras complementares, como estudos de prospectiva de mercados, relat3rios por países emissores ou por produtos, e o acompanhamento de destinos considerados concorr3ncia atrav3s de *benchmarking*. Assim, o Observat3rio de Turismo elabora todo o tipo de relat3rios ao servi3o da tomada de decis3es, agrupados por Valls (2004) nos seguintes tipos: Macroturísticos, de evolu3o qualitativa e quantitativa do mercado, específicos e de gest3o.

Relat3rios macroturísticos

Trata-se de relat3rios elaborados para apresentar uma informa3o geral sobre a situa3o do sector, tanto a nív3l interno como internacional (Valls, 2004):

- Relat3rio anual sobre o estado geral do turismo, no qual se analisam os aspectos mais relevantes, as mudan3as mais importantes detetadas e se estabelece algum tipo de prospectiva.
- Relat3rios por subsectores e por produtos turísticos.
- Relat3rios de conjuntura nacional e internacional.

- Barómetro sobre as opinións e informacións dos destinos, agentes do destino ou prescritores internacionais.
- Estudos de prospectiva.
- Estudos sobre novos mercados e condicións xerais de acceso a estes.
- *Benchmarking* en relación a outros destinos de referencia, xerais ou específicos.
- Estudos sobre o valor e notoriedade da marca.

Relatórios de evolución qualitativa e quantitativa do mercado

São relatórios centrados na avaliação e análise de todos os aspectos relativos ao mercado, tanto do ponto de vista da oferta como da procura, bem como das estratégias de comercialização e comunicação (Valls, 2004). Entre as funções incluem-se:

- Análise e evolución da oferta turística, ou seja, alojamento e restauração por categorías.
- Análise e evolución da procura turística, onde se distinguem três grandes blocos: 1) tipología dos turistas, procurando identificar os traços dos clientes para segmentação; 2) satisfação dos turistas, para conhecer o grau de satisfação face à oferta; e 3) fidelização dos turistas, para conhecer o grau de lealdade ao destino.
- Comercialização do destino, reunindo variáveis que permitem identificar os aspectos mais relevantes para a comercialização, como a forma de conhecer o destino, composição do pacote turístico, comportamento dos clientes noutros destinos concorrentes, etc.
- Comunicação turística, estudando a eficácia da promoção por mercado.

Estudos específicos

Os estudos específicos abordam aspectos concretos relacionados com o impacto, planeamento, gestão e avaliação do turismo em termos de sustentabilidade económica, ambiental e sociocultural (Valls, 2004). Alguns exemplos:

- Estudos específicos sobre produtos e mercados emergentes.
- Estudos de preços comparados.
- Estudos de capacidade de carga.
- Análise sobre a situação do emprego turístico (número de pessoas empregadas por actividade, nível de emprego, etc.).
- Recomendações dos gabinetes de crise ad hoc.

Como se pode observar, estes estudos são instrumentos de medição que podem ser adaptados às necessidades específicas que o sector turístico necessite de analisar.

Indicadores de gestão

São indicadores diversos que funcionam como testemunhos da evolução e da concretização de objectivos concretos de planeamento. Trata-se assim de identificar os mais adequados para cada destino, de forma que, ao analisar a sua evolução de forma periódica, se possa verificar se as medidas aplicadas são adequadas e se os objectivos estabelecidos estão a ser alcançados (Valls, 2004). Os indicadores de gestão subdividem-se em diferentes grupos:

- Indicadores económicos, que observam o desenvolvimento mais vantajoso.
- Indicadores sociais, em posição menos desenvolvida que os económicos, mas amplamente utilizados no turismo.
- Indicadores ambientais, que procuram estabelecer quais os mais adequados para manter o desenvolvimento sustentável.

4.2.2. INDICADORES AMBIENTAIS

Desde 1972, ap3s a Confer3ncia de Estocolmo, os problemas ambientais começaram a ganhar mais import3ncia, o que levou a um aprofundamento das suas causas, geralmente atribuídas a factores socioecon3micos. Assim, os indicadores tradicionais deixaram de ser a 3nica refer3ncia, surgindo novos indicadores sociais como o Índice de Desenvolvimento Humano, que utiliza quatro vari3veis inter-relacionadas: esperançã média de vida, taxa de alfabetizaç3o de adultos, índice de escolarizaç3o e PIB per capita. Este é um exemplo da evoluç3o dos indicadores, no entanto, foram os indicadores ambientais que registaram maior progress3o e desenvolvimento nas 3ltimas d3cadas, impulsionados por uma maior sensibilizaç3o para os problemas ambientais em detrimento das desigualdades sociais (Rivas García, 2013).

Rivas García (2013) refere que o objectivo fundamental de um sistema de indicadores ambientais é fornecer informaç3o quantitativa sobre o comportamento ambiental de um determinado desenvolvimento socioecon3mico numa 3rea geogr3fica concreta. Uma das característicãs do desenvolvimento dos indicadores ambientais é o facto de terem sido desenhados para avaliar um comportamento global, e menos para aspectos parciais, como o turismo sustent3vel.

Actualmente, os modelos de indicadores mais amplamente implementados s3o os desenvolvidos pela OCDE e pela Ag3ncia Europeia do Ambiente (Rivas García, 2013). A seguir, explicam-se brevemente dois destes modelos:

- Modelo PSR

O modelo PSR (Press3o–Estado–Resposta) reflecte as relaç3es entre as press3es sobre o meio ambiente, as transformaç3es que provocam e as respostas políticãs para procurar um equilíbro entre as actividades humanas e a preservaç3o do meio. Rivas García (2013) define-o como:

‘O modelo baseia-se no conceito de causalidade: as actividades humanas exercem press3es sobre o meio ambiente e alteram a qualidade e quantidade dos recursos naturais. A sociedade responde a essas alteraç3es atrav3s de políticãs ambientais, sectoriais e econ3micas’.

Assim, o modelo organiza-se em tr3s tipos de indicadores:

- 1) Indicadores de press3o, que mostram as press3es directas e indirectas sobre o meio ambiente.
- 2) Indicadores de estado, que descrevem as condiç3es ambientais.
- 3) Indicadores de resposta, que integram as respostas dos diferentes agentes sociais e administrativos.

Na Figura 4.1., observa-se o modelo PSR, onde se mostra a interacç3o permanente entre a press3o sobre o meio ambiente e a resposta social.

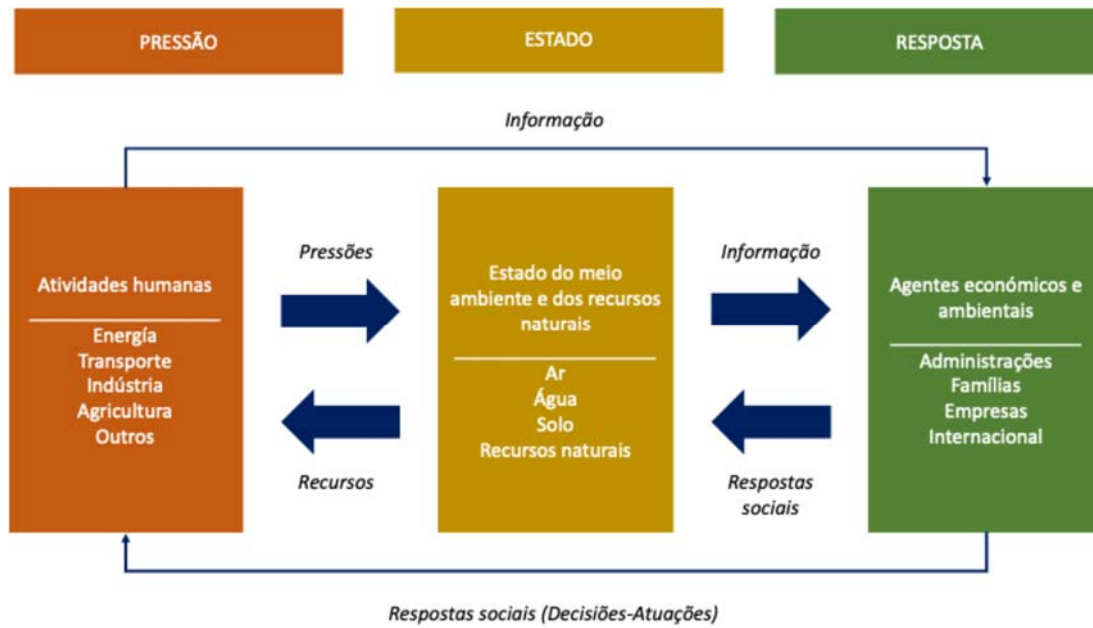


Figura 4.1. Modelo PSR. Fonte: Rivas García (2013)

– Modelo DPSIR

A Agência Europeia do Ambiente desenvolveu o modelo DPSIR a partir do modelo PSR, incorporando as causas da press3o, ou seja, crescimento económico e demográfico, urbanizaç3o, intensificaç3o agrícola, entre outros; bem como os impactos, que resultam das alteraç3es no estado das condiç3es ambientais no próprio meio ou na saúde humana (Figura 4.2.) (Rivas García, 2013).

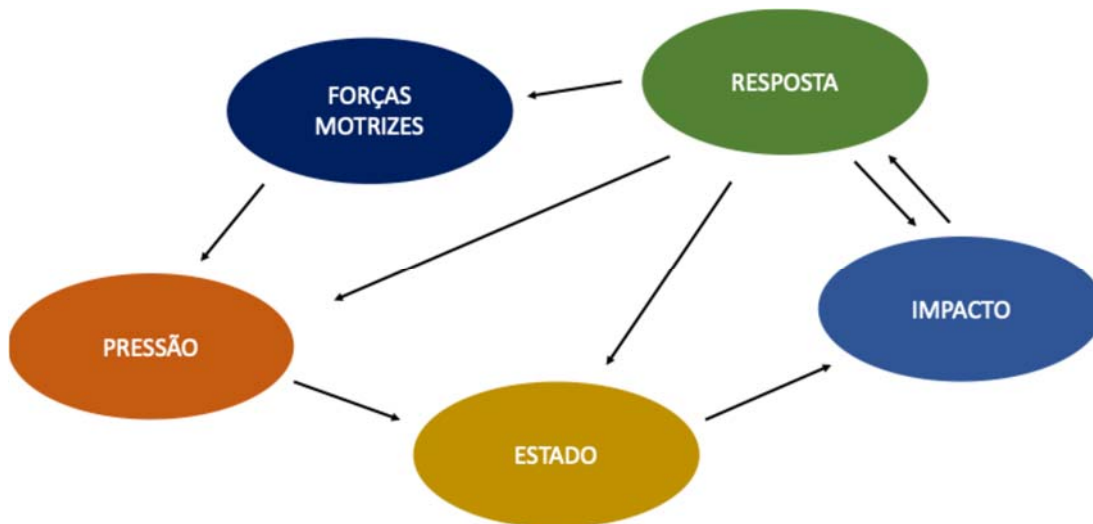


Figura 4.2. Modelo DPSIR. Fonte: Rivas García (2013)

Ao analisar detalhadamente cada um dos componentes, temos:

Forças impulsionadoras

Representam os factores subjacentes que determinam o comportamento humano e as actividades que provocam altera33es ambientais. Estas for3as incluem dinâmicas econ3micas, sociais e demogrâficas, como o crescimento populacional, a globaliza33o, a urbaniza33o e o aumento do consumo energ3tico. De forma semelhante, a altera33o nos padr3es de consumo estâ associada ao aumento da procura de bens e servi3os, o que muitas vezes se traduz numa maior press3o sobre os ecossistemas (Steffen et al., 2015). No entanto, o aumento do turismo de massas, impulsionado por pre3os acessíveis e promo33o intensiva, exerce press3o sobre os destinos e coloca desafios â manuten33o da sustentabilidade a longo prazo (G3ssling et al., 2012).

Press3o

As press3es s3o os efeitos imediatos das for3as impulsionadoras sobre o ambiente, manifestando-se em actividades humanas que geram emiss3es, polui33o e utiliza33o de recursos. No turismo sustentâvel, manifestam-se em impactos ambientais e sociais decorrentes da aflu3ncia de turistas. Estas incluem a sobre-explora33o de recursos naturais, como a âgua em regi3es âridas, a gera33o de grandes quantidades de resíduos e a destrui33o de habitats naturais para o desenvolvimento de infra-estruturas turísticas (UNEP, 2019).

Estado

Refere-se âs condi33es físcas, químicas e biol3gicas do ambiente, que reflectem as consequ3ncias das press3es exercidas. No contexto do turismo sustentâvel, refere-se ao estado actual dos destinos e dos recursos afectados. Isto inclui indicadores como a qualidade ambiental, a capacidade de carga dos destinos e o bem-estar das comunidades locais. Al3m disso, os estados dos destinos turísticos podem deteriorar-se rapidamente se n3o forem implementadas estrat3gias de gest3o sustentâvel (Rivas García, 2013).

Impacto

Os impactos abrangem os efeitos que as altera33es no estado do ambiente t3m sobre os ecossistemas, a economia e as sociedades humanas. Quando nos centramos no caso do turismo, estes podem ser tanto positivos como negativos (Coghlan, 2023). Por um lado, o turismo de massas pode provocar perda de biodiversidade, polui33o e altera33es na estrutura social e cultural das comunidades anfitriãs (Buckley, 2011). Por outro lado, um turismo bem gerido pode gerar benefícios econ3micos e sociais, como emprego local e conserva33o do patrim3nio. No entanto, as externalidades negativas tendem a superar os benefícios quando n3o s3o adotados princípios de sustentabilidade (G3ssling et al., 2021).

Resposta

Abrange as estrat3gias e medidas adotadas para mitigar as press3es e impactos ambientais, concretamente no caso do turismo sustentâvel, inclui políticâs, regulamentos e prâcticas desenhadas para minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios (Rivas García, 2013).

4.2.3. AUDITORIA AMBIENTAL

A auditoria ambiental é um processo atrav3s do qual as organiza33es avaliam se cumprem os requisitos regulamentares e as políticâs e normas ambientais (Pigram, 1996). Segundo a UNEP/IEO (1989), uma auditoria ambiental é: ‘Uma ferramenta de gest3o que compreende uma avalia33o sistemática, documentada, peri3dica e objectiva de como as organiza33es, a gest3o e os equipamentos est3o a

desempenhar-se, com o objectivo de proteger o meio ambiente mediante: 1) facilitar o controlo das práticas ambientais por parte da gestão; 2) avaliar o cumprimento das políticas da empresa, o que inclui o cumprimento dos requisitos regulamentares’.

Daí que, a auditoria ambiental não só assegura o cumprimento normativo, como também promove uma cultura organizacional de sustentabilidade, impulsiona a inovação para a gestão eficiente de recursos e reforça a responsabilidade ambiental dentro das organizações (Fennell e Cooper, 2020).

Para além de medir os impactos ambientais, a auditoria ambiental apresenta os seguintes benefícios (Diamantis, 1998):

- Aumenta a sensibilização dos colaboradores sobre problemas e questões ambientais.
- Oferece uma melhor compreensão das oportunidades de poupança de custos.
- Permite configurar sistemas de prémios por conquistas em gestão ambiental.
- Fomenta o estabelecimento de programas de formação em sustentabilidade.
- Facilita o uso eficiente dos recursos disponíveis.

4.2.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem sido objecto de investigação desde os anos 50. No entanto, foi Carroll (1991) quem ampliou o conceito a partir de uma perspectiva de gestão, argumentando que as empresas são socialmente responsáveis quando cumprem quatro níveis de responsabilidade: Económica, as empresas devem produzir bens e serviços que a sociedade necessita e vendê-los com lucro, sendo esta a sua responsabilidade básica; legal, as empresas devem operar dentro dos marcos legais estabelecidos pela sociedade; ética, inclui responsabilidades que vão para além do legal, embora nem sempre estejam claramente definidas; e discricionária ou filantrópica, o que implica acções voluntárias como doações e contribuições à sociedade (Fennell e Cooper, 2020).

No turismo, a RSC é considerada um componente essencial da gestão sustentável (Connell, 2000), onde grandes empresas turísticas têm a responsabilidade de implementar medidas sustentáveis. Esta análise da informação sobre o grau de compromisso com a sustentabilidade é recolhida nos relatórios de RSC (Fennell e Cooper, 2020). Concretamente no turismo, o relatório de RSC encontra-se em fases iniciais, no entanto, os temas mais relatados incluem o uso da água, conservação de energia e geração de resíduos, enquanto aspectos como a compensação laboral e o equilíbrio trabalho-vida recebem menos atenção.

Desta forma, a RSC e os relatórios associados são ferramentas essenciais para fomentar práticas sustentáveis e transparentes, especialmente em sectores como o turismo, onde o impacto ambiental e social é significativo.

4.2.5. ECORÓTULOS

São distintivos ou certificados atribuídos a produtos, serviços ou empresas que cumprem critérios específicos de sustentabilidade ambiental. O seu principal objectivo é informar sobre o impacto ambiental de um produto ou serviço ao longo do seu ciclo de vida, promovendo decisões de consumo mais responsáveis e sustentáveis (Pérez de las Heras, 2004). Actualmente, existem centenas destes selos, e a seguir detalham-se alguns deles:

- A ‘Bandeira Azul’, é sem dúvida uma das mais conhecidas. É atribuída às praias que cumprem uma série de critérios agrupados em quatro pilares

- b3sicos: Qualidade das 3guas balneares; Informa33o e educa33o ambiental; gest3o ambiental; e seguran3a e servi3os.
- A ‘Certifica33o para a Sustentabilidade Turística’, 3 um programa desenvolvido na Costa Rica, que certifica as empresas turísticas que trabalham em sustentabilidade. S3o avaliados quatro domínios fundamentais: Ambiente f3sico-biol3gico, a interac33o da empresa com o meio envolvente. Instala33es de servi3os, os aspectos relacionados com os sistemas e processos internos da empresa, no que diz respeito 3 gest3o de resíduos, utiliza33o de tecnologias para poupan3a de 3gua e energia, etc. Cliente externo, ac33es realizadas para sensibilizar o cliente; e Ambiente socioecon3mico, a identifica33o e interac33o com as comunidades locais adjacentes. Este sistema tornou-se um dos padr3es mais importantes em mat3ria de sustentabilidade.
 - ‘Destination 21’, 3 um programa desenvolvido pelas autoridades dinamarquesas com o objectivo de promover o desenvolvimento sustent3vel a n3vel de destino. Baseia-se nos princ3pios da Agenda 21 e pretende o intercâmbio de informa33o em mat3ria de sustentabilidade para o sector do turismo. Para obter a certifica33o devem ser cumpridos os seguintes objectivos: Garantir a realiza33o de uma estrat3gia de colabora33o local; forma33o para o desenvolvimento sustent3vel; promo33o da filosofia e da pr3tica ‘Destination 21’. Promo33o da acessibilidade a locais naturais e culturais; apoio 3s culturas locais; redu33o do uso de recursos e de resíduos; cria33o de emprego e apoio 3 popula33o local; e promo33o do desenvolvimento de novos produtos de turismo sustent3vel.
 - ‘Green Globe’, 3 o sistema de certifica33o mais importante a n3vel mundial para o turismo sustent3vel. Est3 baseado nos princ3pios da Agenda 21. Existem quatro categorias diferentes: Empresas, comunidades, ecoturismo, e design e constru33o. A certifica33o para empresas 3 utilizada para avaliar os trabalhos realizados por 20 sectores diferentes da indústriat urística. A de comunidades destina-se aos produtos ou servi3os desenvolvidos pelas popula33es locais. A de constru33o e design valoriza o trabalho realizado na cria33o de infra-estruturas turísticas mais sustent3veis. O ecoturismo reconhece as boas pr3ticas em mat3ria de ecoturismo.
 - A ‘Iniciativa VISIT’ da Uni3o Europeia, 3 um projecto LIFE, lan3ado para apoiar os r3tulos ecol3gicos europeus em mat3ria turística, onde se pretende alcan3ar um modelo de sustentabilidade único para r3tulos ecol3gicos turísticos na Europa.

RESUMO DO CAPÍTULO

Os instrumentos de medi33o aplicados ao turismo sustent3vel s3o fundamentais para equilibrar o desenvolvimento econ3mico, a conserva33o ambiental e a equidade social. Esta abordagem baseia-se em ferramentas que avaliam o impacto das actividades turísticas, destacando-se duas principais: a cont3bil, que relaciona a economia com os recursos ambientais, e a analítica, que utiliza indicadores como a pegada ecol3gica e a capacidade de carga para medir a sustentabilidade dos destinos.

A pegada ecol3gica calcula a superf3cie necess3ria para satisfazer o consumo de recursos e absorver os resíduos gerados, enquanto a capacidade de carga define o n3mero m3ximo de pessoas que um ambiente pode suportar sem se degradar. Estes indicadores permitem identificar o d3fice ecol3gico e fomentar a auto-sufici3ncia nos destinos turísticos. Por outro lado, ferramentas complementares como a pegada de

carbono e a pegada hídrica avaliam o impacto em termos de emiss3es e consumo de 3gua, respetivamente.

A Avalia33o de Impacte Ambiental (AIA) analisa os efeitos potenciais dos projectos turísticos em aspectos como o meio ambiente, o patrim3nio cultural e as comunidades locais. M3todos como a matriz de Leopold, o diagrama de redes e a sobreposi33o de mapas facilitam a identifica33o e a avalia33o dos impactos, oferecendo uma vis3o integral das altera33es que uma actividade turística pode gerar.

Os observat3rios turísticos desempenham um papel crucial na recolha e an3lise de informa33o para a gest3o sustent3vel dos destinos. Estes organismos avaliam indicadores-chave como a aflu3ncia de visitantes, a press3o sobre o territ3rio e o impacto nos ecossistemas, o que permite desenhar estrat3gias para mitigar impactos negativos e promover pr3ticas respons3veis. Al3m disso, os relat3rios macroturísticos e os estudos específicos oferecem uma vis3o detalhada sobre a oferta e a procura, bem como sobre as din3micas do mercado.

Os r3tulos ecol3gicos, como o Green Globe, Bandeira Azul e Certifica33o para a Sustentabilidade Turística, promovem padr3es sustent3veis em destinos, produtos e servi3os turísticos. Estas certifica33es incentivam a adop33o de pr3ticas respons3veis, como a gest3o eficiente de recursos e a protec33o do ambiente. Paralelamente, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) impulsiona a implementa33o de polític3s 3ticas e sustent3veis, integrando o bem-estar social e ambiental nas opera33es empresariais.

Os sistemas de indicadores ambientais, como o Modelo PSR (Press3o-Estado-Resposta) e o DPSIR (Impulsores-Press3o-Estado-Impacto-Resposta), fornecem uma estrutura para analisar as rela33es entre as actividades humanas e as suas consequ3ncias no meio ambiente. Estes modelos ajudam a identificar press3es, avaliar o estado dos ecossistemas e desenhar respostas para fomentar a sustentabilidade.

Em conjunto, estas ferramentas contribuem para um turismo mais consciente e respeitador, permitindo gerir os recursos de forma equilibrada e assegurando a preserva33o dos destinos para as gera33es futuras.

QUEST3ES DE COMPREENS3O

1. Quais s3o os elementos b3sicos de uma AIA e como se relacionam com o turismo sustent3vel?
2. Selecciona tr3s indicadores propostos pelo GSTC e explica como poderias implement3-los num destino turístico específico para avaliar a sua sustentabilidade.
3. Imagina que geres um projecto turístico que afecta uma 3rea natural protegida. Que t3cnica (Matriz de Leopold, Diagrama de Redes ou outra) utilizarias para avaliar o impacto ambiental? Justifica a tua escolha.

BIBLIOGRAFIA

- Bakkes, J. A., van der Born, G. J., Helder, J. C., Swart, R. J., Hope, C. W., e Parker, J. D. E. (1994). *An Overview on Environmental Indicators: State of the Art and Perspectives*.
- Bertocchi, D., Camatti, N., Giove, S., e Van der Borg, J. (2020). Venice and Overtourism: Simulating Sustainable Development Scenarios through a Tourism

- Carrying Capacity Model. *Sustainability*, 12(2), 512. <https://doi.org/10.3390/su12020512>
- Buckley, R. (2011). Tourism and Environment. *Annual Review of Environment and Resources*, 36(1), 397-416. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-041210-132637>
- Caamaño Franco, I., Muíño Sar, B., e Guillén Solórzano, E. (2024). Tourism observatories as an intelligent tool for urban cultural tourism management. The case of a Coruña (Galicia, Spain). *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(1), 197-217. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/543>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Coghlan, A. (2023). *An Introduction to Sustainable Tourism: Vol. 2nd Edition*. Goodfellow Publisher Ltd. <https://doi.org/10.23912/978-1-915097-30-9-5383>
- Connell, J. (2000). The Role of Tourism in the Socially Responsible University. *Current Issues in Tourism*, 3(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/13683500008667863>
- De los Reyes Cruz Ruiz, E. (2019). *Gestión de destino turísticos*. Editorial Elearning SL.
- Diamantis, D. (1998). Environmental auditing: A tool in ecotourism development. *Eco-Management and Auditing*, 5(1), 15-21. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0925\(199803\)](https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0925(199803)5(1)<15::AID-EMAN15>3.0.CO;2-3)
- Dumanski, J. (1994). Proceedings of the International Workshop on Sustainable Land Management for the 21st Century. *International Workshop on Sustainable Land Management, Agri. Inst. of Canada*.
- Fennell, D. A., e Cooper, C. (2020). *Sustainable Tourism: Principles, Context and Practices*. Channel View Publications. <https://doi.org/http://doi.org/10.21832/FENNEL7666>
- Gössling, S., Hall, M., e Weaver, D. (2012). *Sustainable Tourism Futures: Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations*. Routledge Advances in Tourism.
- Gössling, S., Scott, D., e Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Manning, E. (1997). *Lo que todo gestor turístico debe saber. Guía práctica para el Desarrollo y Uso de Indicadores de Turismo Sostenible*.
- MITECO. (2024). *La huella ecológica*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. <https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/exposiciones-del-ceneam/exposiciones-itinerantes/huella-ecologica.html>
- OECD. (2000). *Frameworks to Measure Sustainable Development*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264180635-en>
- Pérez de las Heras, M. (2004). *Manual del Turismo Sostenible* (Mundi-Prensa).
- Pigram, J. J. (1996). Best practice environmental management and the tourism industry. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 2(3-4), 261-271. <https://doi.org/10.1002/pth.6070020307>

- Rivas García, J. (2013). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Septem Ediciones.
- Saeteros Hernández, A. M., Vicente Da Silva, E., e Flores Sanchez, M. A. (2019). Turismo sustentable y los diferentes enfoques, aproximaciones y herramientas para su medición. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(5), 901-914. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.064>
- Steffen, W., Richardson, K., Rockström, J., Cornell, S. E., Fetzer, I., Bennett, E. M., Biggs, R., Carpenter, S. R., de Vries, W., de Wit, C. A., Folke, C., Gerten, D., Heinke, J., Mace, G. M., Persson, L. M., Ramanathan, V., Reyers, B., e Sörlin, S. (2015). Planetary boundaries: Guiding human development on a changing planet. *Science*, 347(6223). <https://doi.org/10.1126/science.1259855>
- Torquebiau, E. (1989). *Sustainability Indicators in Agroforestry*. Viewpoints and Issues on Agroforestry and Sustainability.
- UNEP. (2019). *Sustainable tourism and environmental management*. <https://unep.org/about-un-environment-programme/sustainability/achievements/un-environmental-management-system>
- UNEP/IEO. (1989). *Environmental Auditing*.
- UNWTO. (2016). *Measuring Sustainable Tourism: Developing a statistical framework for sustainable tourism*. <https://unstats.un.org/unsd/envaccounting/londongroup/meeting22/MST%20Overview%20of%20the%20initiative%2028Jul2016.pdf>
- Valls, J.F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Ediciones Gestión 2000.
- Vera, J. F., e Ivars, J. A. (2003). Measuring Sustainability in a Mass Tourist Destination: Pressures, Perceptions and Policy Responses in Torre Vieja, Spain. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2 & 3), 181-203.
- Wackernagel, M., e Beyers, B. (2019). *Ecological Footprint: Managing Our Biocapacity Budget*. New Society Publishers.
- Wackernagel, M., Schulz, N. B., Deumling, D., Linares, A. C., Jenkins, M., Kapos, V., Monfreda, C., Loh, J., Myers, N., Norgaard, R., e Randers, J. (2002). Tracking the ecological overshoot of the human economy. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 99(14), 9266-9271. <https://doi.org/10.1073/pnas.142033699>

EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 4

Para reforçar os principais conceptos abordados no capítulo 4, convidamo-lo a digitalizar o seguinte código QR. No vídeo você encontrará un resumo visual que complementa o contéudo do capítulo 4, destacando os seus puntos principais.



5. GEST3O DE TURISMO SUSTENT3VEL

Objectivos do capítulo

- Compreender o papel da estrat3gia empresarial no desenvolvimento do turismo sustent3vel
- Analisar o turismo sustent3vel como vantagem competitiva
- Conhecer as etapas que fazem parte do planeamento estrat3gico no 3mbito do turismo sustent3vel

5.1. PLANEAMENTO ESTRAT3GICO DE DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENT3VEIS

Os destinos turísticos s3o considerados as unidades b3sicas de gest3o. Nestes espaç3s s3o elaboradas e aplicadas polític3s e estrat3gias que visam a gest3o dos impactos sociais, econ3micos e ambientais gerados pelas actividades turísticas (Valls, 2004). Alcançar essa meta exige uma coordenaç3o abrangente entre todas as partes interessadas envolvidas no turismo, garantindo ao mesmo tempo que o turismo esteja alinhado com os princípi3s de desenvolvimento sustent3vel, como criaç3o de empregos, promoç3o do desenvolvimento, preservaç3o da natureza, protecç3o do patrim3nio e respeito aos valores culturais. Al3m disso, a gest3o de destinos turísticos, especialmente quando realizada de forma colaborativa, ajuda a concentrar esforç3s e evitar sobreposiç3o ou duplicaç3o de funç3es. Isso pode ser significativo em 3reas como promoç3o de destinos, serviç3s para visitantes, treinamento, apoio ao sector empresarial e identificaç3o de lacunas de gest3o que n3o est3o sendo abordadas adequadamente (ONU Turismo, 2019). Para atingir esses objectivos e conectar todos esses elementos, 3 crucial que a gest3o do turismo adote uma abordagem estrat3gica, integrada e sustent3vel por meio de um planeamento s3lido. Assim, o planeamento turístico se apresenta como uma ferramenta fundamental para promover o desenvolvimento e a gest3o de um turismo sustent3vel e competitivo, possibilitando 1) a criaç3o de programas turísticos condizentes com os princípi3s da sustentabilidade e 2) o estabelecimento das bases para uma gest3o eficaz tanto do turismo quanto do destino (Edgell e Swanson, 2019; Valls, 2004).

O planeamento estrat3gico 3 um processo sistem3tico que estabelece a miss3o, os objectivos, as estrat3gias e as polític3s que regem a aquisiç3o e a alocaç3o de recursos para atingir os objectivos da organizaç3o (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; ONU Turismo, 2019). Este plano abrangente permite determinar a direcç3o que uma organizaç3o ou empresa deve seguir para atingir seus objectivos de longo prazo por meio da alocaç3o e configuraç3o adequadas de recursos em um ambiente dinâmico, respondendo tanto 3s demandas do mercado quanto 3s expectativas das partes interessadas (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Valls, 2004). Especificamente, s3o detalhados o ponto de partida da organizaç3o, seu destino desejado, as estrat3gias para alcanç3-lo, os recursos necess3rios e o momento em que o processo ser3 iniciado (Edgell, 2019).

No campo do turismo, o planeamento fornece a orientaç3o necess3ria para que o sector alcance seu pleno potencial e utilize eficientemente os recursos disponíve3s, por meio de uma vis3o global e objectivos estrat3gicos bem definidos, ajudando a

melhorar tanto a atractividade da actividade turística quanto os benefícios para os visitantes e a comunidade local (ONU Turismo, 2019). Nesse sentido, o planeamento estratégico é uma ferramenta fundamental de política, planeamento e gestão que auxilia a entidade turística (um escritório nacional de turismo, um destino ou uma comunidade local) a organizar e otimizar seus recursos para atingir seus objectivos (Edgell, 2019). Ao mesmo tempo, contribui para estabelecer uma estrutura regulatória adequada e criar condições para que todas as partes interessadas (sectores público e privado, sociedade civil e comunidades anfitriãs) colaborem para alcançar um desenvolvimento turístico inclusivo, beneficiando tanto o sector como um todo quanto as empresas e comunidades locais no destino. Por fim, o planeamento permite uma abordagem integrativa ao promover maior coerência entre as políticas e a estrutura institucional necessária para liberar o potencial do turismo, ao mesmo tempo em que identifica as inter-relações entre o turismo e outros sectores económicos (ONU Turismo, 2019; Edgell, 2019). Consequentemente, e em consonância com a ONU Turismo (2019), o planeamento turístico caracteriza-se por ser um processo global, integrativo e flexível, que promove a colaboração de todos os intervenientes através:

- A definição de uma visão geral clara e compartilhada para todas as partes interessadas.
- Maior atenção e ênfase no turismo dentro do próprio país ou destino, para garantir sua inclusão nos objectivos gerais da política e maior participação de todas as partes interessadas e comunidades anfitriãs no desenvolvimento do turismo.
- A definição de objectivos específicos a serem alcançados dentro de períodos de tempo específicos.
- As fases de implementação e ferramentas para avaliar a eficácia das políticas de turismo.
- Aproveitar as sinergias resultantes dos esforços combinados de todas as partes interessadas e seu progresso em direcção aos mesmos objectivos sob uma visão comum da política de turismo.

Além disso, ao desenvolver o planeamento estratégico, é essencial considerar alguns requisitos para garantir sua formulação e implementação adequadas, entre os quais se destacam (Valls, 2004):

- A identificação de oportunidades de mercado.
- A capacidade de atender melhor a essas necessidades identificadas do que outros destinos, por meio da combinação eficiente de recursos e da estruturação de produtos viáveis no destino.
- A identificação e definição de aspectos estratégicos essenciais para orientar o processo de planeamento.
- A participação de agentes públicos e privados comprometidos com a obtenção de consenso.
- A incorporação de valores e desejos, tanto individuais quanto institucionais, que se reflectem no planeamento.
- Estabelecer objectivos claros e definir prioridades que promovam o desenvolvimento desejável e o crescimento planeado.
- A formulação de políticas e planos de acção, acompanhada da capacidade de executar as iniciativas necessárias para atingir objectivos, supervisionar cada fase do processo de planeamento e gerenciar eficientemente quaisquer mudanças necessárias.
- A selecção e aplicação de instrumentos de gestão adequados ao contexto e às necessidades do destino.

O planeamento estratégico também oferece uma série de vantagens como (Edgell, 2019; Edgell e Swanson, 2019):

- Vínculo com as políticas de turismo: O planeamento estratégico do turismo está intimamente ligado às políticas de turismo, pois actua como um meio de reforçar e implementar os objectivos definidos por essas políticas em um território ou entidade.
- Abordagem organizada e de longo prazo: O planeamento estratégico é um processo que exige um esforço altamente organizado, baseado em uma abordagem racional e voltada para o futuro, a fim de garantir um desenvolvimento turístico sustentável e de longo prazo.
- Estruturação do processo em etapas: O planeamento estratégico do turismo é estruturado em várias etapas, começando com um inventário detalhado dos recursos e produtos turísticos de uma determinada área e concluindo com a formulação de um projecto preliminar que orientará o desenvolvimento futuro do destino.
- Incorporando uma abordagem de desenvolvimento sustentável: o planeamento estratégico ajuda a estabelecer as bases para o desenvolvimento sustentável ao equilibrar os objectivos económicos do turismo com a necessidade de preservar o ambiente natural e construído, além de promover melhorias na qualidade de vida dos moradores locais.
- Conservação de recursos: o planeamento estratégico promove a conservação de recursos essenciais nos quais se baseia o crescimento e o desenvolvimento do sector de turismo.
- Ênfase na qualidade e eficiência: o planeamento estratégico dá ênfase significativa à qualidade, eficiência e eficácia em todo o processo. Essa abordagem permite que as organizações de turismo otimizem suas operações e melhorem seu desempenho de marketing, contribuindo para o sucesso geral do destino.

Entretanto, esse processo apresenta desafios e limitações que podem dificultar seu design e implementação. Esses obstáculos podem surgir ao longo do processo e, em muitos casos, comprometer a eficácia dos planos. Os principais incluem (Valls, 2004):

- Altos custos: É necessário um investimento considerável de recursos de desenvolvedores públicos e privados.
- Diversidade de interesses: É necessária a harmonização dos interesses de todas as partes interessadas (população anfitriã, turistas (mais ou menos) recorrentes, proprietários, inquilinos e outras partes interessadas privadas e públicas). Diferenças nas prioridades e expectativas das diversas partes interessadas envolvidas podem dificultar a construção de consenso, o que, por sua vez, impede o estabelecimento de uma abordagem comum para a tomada de decisões.
- Contextos específicos do destino: As circunstâncias e especificidades de cada destino e empresa podem influenciar o planeamento estratégico de maneiras que distorcem os critérios de planeamento.
- Inércia e resistência à mudança.

Além disso, é relevante considerar os seguintes aspectos para garantir o sucesso do planeamento estratégico (Edgell, 2019; Valls, 2004):

- A vontade e aspiração de agentes, colectivos ou institucionais, de promover o desenvolvimento turístico de um destino.
- Sensibilizar as partes interessadas sobre a importância de chegar a um consenso, o que deve culminar na criação de um órgão facilitador que garanta o envolvimento de todas as partes.

- A presença de actores institucionais para promover legislação e regulamentações relacionadas ao turismo, programas de educação e treinamento, disponibilidade de recursos, estratégias de marketing e programas promocionais.
- O desenvolvimento, a operação e a gestão eficazes do turismo exigem certos elementos institucionais.
- O convite a especialistas para apresentarem documentos e estudos que sirvam de base sólida para discussão e tomada de decisões.
- O trabalho conjunto de especialistas e partes interessadas para avançar paralelamente na definição de objectivos de desenvolvimento estratégico, na implementação de acções operacionais e na identificação dos recursos necessários para atingir esses objectivos.
- A revisão contínua e colaborativa das conquistas.

Em suma, o planeamento estratégico para destinos turísticos é uma ferramenta fundamental para definir as condições gerais que promovam o desenvolvimento harmonioso e sustentável do território a longo prazo. Para sua implementação efectiva, é necessária uma análise detalhada das oportunidades e mercados disponíveis, e devem ser identificadas as vantagens competitivas que permitem ao destino satisfazer essas demandas de forma mais eficiente do que outros destinos (Edgell, 2019; Valls, 2004). Da mesma forma, é essencial envolver os actores públicos e privados, que desempenham um papel fundamental na facilitação do consenso necessário à tomada de decisões. A colaboração entre essas diversas partes interessadas é fundamental para garantir que as políticas e estratégias de turismo estejam alinhadas com os interesses e necessidades de todos os sectores envolvidos, promovendo um desenvolvimento turístico equilibrado e sustentável (ONU Turismo, 2019; Edgell, 2019). Essa cooperação permite a criação de um ambiente de confiança e colaboração que auxilia na implementação de planos e projectos turísticos, garantindo sua eficácia a longo prazo. O planeamento deve incluir o estabelecimento de objectivos claros visando ao crescimento equilibrado e sustentável, a formulação de políticas e acções concretas a serem seguidas e a selecção de instrumentos de gestão apropriados para implementar as iniciativas necessárias e garantir o monitoramento e o controle adequados do processo de desenvolvimento (Valls, 2004; ONU Turismo, 2019). Este processo se desenvolve em três fases, análise estratégica, formulação e implementação das estratégias, que são descritas nas seções seguintes do capítulo (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019; Navas López e Guerras Martín, 2023).

5.2. ANÁLISE ESTRATÉGICA DE DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

A análise estratégica visa compreender o cenário em que o destino turístico se desenvolve, avaliando tanto sua situação interna quanto as condições do ambiente em que está inserido (Valls, 2004). Os vários actores envolvidos no desenvolvimento de um destino turístico sustentável devem estabelecer em conjunto a direcção futura do destino. Isto é alcançado através da formulação da visão, missão, objectivos estratégicos e valores fundamentais que orientam a gestão e evolução do destino (Edgel, 2019; Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019).

5.2.1. ORIENTAÇÃO AO FUTURO DA EMPRESA

Visão

A visão reflecte a percepção actual do que o destino turístico sustentável será ou deverá ser no futuro (Edgel, 2019; Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019). É um instrumento que estabelece a situação futura desejada para um destino turístico,

indicando assim a orienta33o mais geral e de longo prazo (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Nesse sentido, a vis3o responde 3s perguntas: como seremos? como dever3amos ser? e o que queremos ser no futuro? ou, em outras palavras, estabelece o prop3sito estrat3gico ou projecto b3sico do destino tur3stico (Edgel, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Essa situa33o desejada, sendo uma representa33o do futuro, deve reflectir uma s3rie de caracter3sticas principais: ser um desafio significativo, manter estabilidade ao longo do tempo e ser valiosa o suficiente para merecer o esfor3o e o comprometimento da equipe para alcan33-la. Essas caracter3sticas garantem que o destino tur3stico seja alcan33vel, enquanto inspira e mobiliza todos os actores envolvidos em direc33o a um prop3sito comum e duradouro (Edgel, 2019; Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019). Portanto, a vis3o deve ser caracterizada por ser eficaz, clara, concisa, desafiadora e inspiradora, entre outras qualidades (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023), al3m de reflectir um profundo conhecimento e compreens3o do destino ou 3rea e dos planos desejados para o futuro desenvolvimento e promo33o das actividades tur3sticas (Edgel, 2019).

Miss3o

A miss3o reflecte a identidade e a personalidade do destino tur3stico, tanto agora quanto no futuro, oferecendo uma vis3o geral de seu prop3sito e objectivos. Desta forma, a vis3o constitui a raz3o de ser do destino tur3stico e a justificativa da sua exist3ncia (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Nessa linha, a miss3o responde 3s perguntas: qual 3 a ess3ncia do nosso neg3cio? o que queremos que seja? A formula33o da miss3o fornece uma refer3ncia v3lida tanto para os actores envolvidos quanto para os grupos de interesse, pois reflecte os valores e interesses de todos os participantes (Edgel, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Em suma, a miss3o define as 3reas nas quais o destino tur3stico opera actualmente ou poder3 operar no futuro, destacando as capacidades essenciais que o caracterizam ou que tem potencial para desenvolver. Al3m disso, integra os valores, cren3as, filosofia e princ3pios fundamentais que sustentam o projecto do destino tur3stico e que regem as rela33es com os diferentes grupos de interesse (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023).

Objectivos estrat3gicos

Objectivos estrat3gicos s3o as ac33es concretas, reais e pr3ticas que orientam uma organiza33o ou destino tur3stico para alcan3ar sua vis3o e miss3o (Edgel, 2019). A diverg3ncia entre o futuro desejado (vis3o) e a realidade da organiza33o ou destino tur3stico exige que os actores envolvidos decomponham a vis3o e a miss3o em ac33es mais concretas e menos ambiciosas (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Assim, os objectivos estrat3gicos respondem 3 pergunta: Como nos tornaremos o que queremos ser? Eles estabelecem os resultados espec3ficos que pretendemos alcan3ar no curto e m3dio prazo. Para garantir sua efic3cia, a formula33o dos objectivos deve incluir caracter3sticas mensur3veis, uma escala que permita avaliar seu progresso, o n3vel desejado a ser alcan3ado e um prazo definido para sua consecua33o (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023).

Valores

Os valores de uma empresa constituem os princ3pios, cren3as, padr3es e compromissos que orientam suas ac33es para atingir sua vis3o e miss3o. Assim, enquanto a vis3o e a miss3o marcam o caminho a seguir, os valores determinam como desejamos caminhar em direc33o a eles. A formula33o de valores deve ser

coerente tanto com a vis3o quanto com a miss3o, pois estas s3o as directrizes gerais de actuac3o para alcançá-los. Nesse sentido, os valores podem, por vezes, ser incluídos como parte da miss3o (Navas López e Guerras Martín, 2023). Portanto, os valores representam 1) as directrizes de actuac3o que buscam influenciar o comportamento dos membros da organizac3o na forma como ela desenvolve a actividade turística e 2) a maneira como ela se relaciona com seus stakeholders, especificamente em: Sustentabilidade ou responsabilidade social e ética empresarial. Sustentabilidade refere-se à capacidade de uma organizac3o ou destino turístico alcançar sucesso e permanecer viável a longo prazo, levando em considerac3o os contextos económico, social e ambiental em que opera. A ética empresarial, por outro lado, refere-se aos princípios e fundamentos morais que regem as relac3es de uma empresa com diferentes agentes sociais ou grupos de interesse.

5.2.2. ANÁLISE ESTRATÉGICA

Uma vez formulada a vis3o, miss3o, objectivos e valores do destino turístico sustentável, é necessário conhecer 1) sua situac3o em relac3o a si mesmo (análise interna), o que permite conhecer os recursos e a estrutura que o destino turístico possui para detetar seus pontos fortes e fracos e, 2) a situac3o em relac3o às condições do ambiente (análise externa), permitindo conhecer as ameaças e oportunidades que o ambiente oferece (Edgel, 2019; Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019).

Análise interna

O objectivo da análise interna é identificar e avaliar os recursos e capacidades que caracterizam o destino turístico, abrangendo tanto o produto ou oferta turística quanto a estrutura organizacional da comunidade que impacta seu desenvolvimento. Desta forma, através desta análise pretendemos identificar os pontos fortes e fracos do destino (Edgel, 2019; Navas López e Guerras Martín, 2023). Cabe destacar que a gestão de recursos e capacidades no sector turístico apresenta algumas diferenças em relac3o aos demais sectores como (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019):

- Localizac3o estratégica: destinos turísticos sustentáveis devem estar localizados o mais próximo possível dos recursos naturais, culturais ou de infra-estrutura que os caracterizam/definem.
- Gest3o de Recursos Humanos: A gest3o estratégica de recursos humanos é essencial para o sucesso de um destino turístico sustentável.
- Estrutura de custos e recursos intangíveis: Alta estrutura de custos e recursos intangíveis, como imagem, reputac3o, relacionamentos com clientes ou prestadores de serviços, s3o fontes importantes de vantagem competitiva.
- Aproveitamento de recursos externos: A capacidade de aproveitar recursos disponíveis em seu ambiente, como investimentos, alianças estratégicas, tecnologias inovadoras e conhecimento especializado, é essencial para o sucesso do sector de turismo.

A seguir, est3o alguns aspectos adicionais a serem considerados na análise interna do destino turístico sustentável (Edgel, 2019; Patterson, 2015; Valls, 2004).

- Recursos:
 - Tangíveis: Físicos, financeiros, etc.
 - Intangíveis: Tecnologia dos promotores do destino turístico, recursos organizacionais do destino turístico, capital humano disponível para o destino turístico, infra-estrutura, acesso ao destino turístico, qualidade, disponibilidade e distribuic3o de informac3es para os visitantes sobre o destino, plano de contingência para emergências, etc.

- Capacidades:
 - Conhecimento, habilidades, tecnologias, relacionamentos...
 - Capacidade de chegar a consenso sobre o modelo de gest3o de destino, arquitectura de interiores, reputa3o, ativos, inova3o, etc.
- Grupos de interesse.
- Valores de destino:
 - Cultura corporativa e organizacional.
 - Modelos.
 - Princ3pios de sustentabilidade.
 - Princ3pios da hospitalidade.
- Portf3lio de produtos:
 - Enraizando.
 - Estrutura e coordena3o dentro de cada produto e entre os diferentes produtos que comp3em o destino.
 - Design arquitect3nico e urbano.
 - Paisagem urbana, passarelas, sinaliza3o, ...
 - Rela3o entre produtos e mercados.
 - Autenticidade.
 - Atra3o.
 - Oferta tur3stica especializada.
 - Novas ofertas tur3sticas.
 - Ciclo de vida do destino tur3stico.
 - Ciclo do cliente.
 - Rentabilidade.
- Visitantes:
 - Informa3o3es sobre os visitantes do destino tur3stico.
 - Informa3o3es sobre a comunidade anfitri3.
 - Segmentos de mercado existentes.
- Ambiente natural do destino:
 - Espa3o geogr3fico onde se desenvolve a actividade tur3stica.
 - O impacto das mudan3as clim3ticas anteriores e projectadas que podem afectar o destino tur3stico.
 - Comportamentos e atitudes dos moradores em rela3o ao turismo.
 - Cultura da comunidade anfitri3 em rela3o 3 experi3ncia tur3stica.
 - Divulga3o da cultura patrimonial do destino tur3stico.
- Actores envolvidos na actividade tur3stica:
 - Acomoda3o, espa3os para reuni3es, transporte, actividades e entretenimento, servi3os de buffet, recrea3o ao ar livre, servi3os para visitantes e compras.
 - Promotores e gestores de turismo.

An3lise externa

O objectivo da an3lise externa 3 identificar e avaliar os factores externos que impactam as decis3es e os resultados do destino tur3stico. Esses factores s3o caracterizados pelo baixo n3vel de controle que as organiza3o3es t3m sobre eles, embora ainda possam influenciar significativamente a estrat3gia do destino. Por meio de uma an3lise detalhada do ambiente, 3 poss3vel reconhecer tanto as oportunidades quanto as amea3as que podem surgir, permitindo que a organiza3o responda de forma adequada e proativa 3s suas influ3ncias, sejam elas positivas ou negativas (Edgel, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Em linhas gerais, na an3lise do entorno distinguem-se dois n3veis: 1) o entorno geral, que refere-se ao entorno externo que envolve a empresa e 2) o entorno espec3fico, que se refere 3 parte do entorno mais pr3xima de sua actividade (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Vale

ressaltar, neste ponto, que o ambiente do sector turístico apresenta algumas diferenças em relaça3o aos demais sectores e que devem ser consideradas (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019):

- Recursos turísticos: Os destinos turísticos apresentam um alto nível de interacça3o entre os diferentes actores da actividade turística.
- Sector Público: A administraça3o pública desempenha um papel importante na actividade turística, seja fornecendo infra-estrutura pública que apoie o desenvolvimento de destinos turísticos ou impulsionando os recursos turísticos por meio do planeamento e da promoça3o de destinos turísticos sustentáveis. Consequentemente, a administraça3o pública torna-se um grupo de partes interessadas particularmente relevante.
- Gest3o estratéfica de destinos turísticos sustentáveis: A gest3o estratéfica de destinos turísticos sustentáveis deve considerar, por um lado, as expectativas dos turistas, seus desejos, suas necessidades e cargas emocionais e, por outro, a gest3o da qualidade, entendida como melhoria contínua e satisfaça3o do cliente.

Abaixo est3o alguns aspectos adicionais a serem considerados dentro do ambiente geral e específico na análise externa de um destino turístico sustentável (Edgel, 2019; Patterson, 2015; Valls, 2004):

Análise geral ou ambiental

- Factores económicos.
- Factores sociais.
- Factores geopolíticos.
- Factores tecnológicos.
- Factores demográficos.
- Factores ambientais.
- Factores legislativos.
- Factores culturais.

Análise específica ou análise do sector onde o destino compete

- Concorrentes.
- Fornecedores.
- Consumidores turistas nacionais e estrangeiros.
- Cidad3os.
- Associaça3es sectoriais.
- Grupos de press3o.
- Administraça3es locais, regionais, nacionais e internacionais.
- Instituiça3es reguladoras internacionais.
- Outras partes interessadas: organizaça3es vizinhas de gest3o de destinos, agências de turismo locais e nacionais, agências de desenvolvimento económico, ambientais e de transporte, etc.
- Contexto do sector turístico: Origem da demanda, receita, desenvolvimento da oferta, preferências do consumidor, segurança e outros indicadores em níveis local/nacional e internacional.

Uma vez obtidas as informaça3es derivadas da análise interna e externa, os dados sobre os pontos fortes e fracos internos do destino, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente, s3o integrados. Este processo permite identificar e delimitar a capacidade do destino de oferecer, de forma diferenciada ou única, experiências turísticas que o posicionem melhor que outros destinos de integraça3o e conhecimento (Valls, 2004):

- Posi33o competitiva em rela33o a produtos e mercados, capacidades 3nicas do destino, barreiras de entrada e sa3da no sector, mudan3a de demanda, destinos substitutos ou complementares, p3blico-alvo e segmentos.
- As caracter3sticas que definem o destino em rela33o a outros destinos.

Essa an3lise competitiva leva 3 defini33o do conceito de neg3cio em que o destino tur3stico actua, permitindo identificar as principais 3reas onde o destino tem maior probabilidade de sucesso. A partir dessa an3lise, podem ser estabelecidas estrat3gias mais precisas e focadas que maximizem tanto os recursos dispon3veis quanto as oportunidades para se posicionar favoravelmente no mercado (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Valls, 2004).

5.3. AS VANTAGENS COMPETITIVAS E A ESTRAT3GIA DOS DESTINOS TUR3STICOS SUSTENT3VEIS

Ap3s a realiza33o da an3lise estrat3gica, as partes interessadas envolvidas no destino tur3stico sustent3vel devem projectar, formular e escolher as estrat3gias competitivas mais adequadas para alcan3ar os objectivos estabelecidos, com base nos resultados obtidos ap3s a an3lise (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Nesta fase, s3o tomadas decis3es estrat3gicas para estabelecer e consolidar a vantagem competitiva do destino tur3stico sustent3vel, com base tanto nos recursos e compet3ncias do destino quanto na posi33o do destino em rela33o ao seu ambiente, e para identificar a melhor estrat3gia para competir (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Valls, 2004).

5.3.1. VANTAGEM COMPETITIVA

A vantagem competitiva 3 definida como aqueles recursos ou capacidades distintivas que d3o ao destino tur3stico uma posi33o relativa superior em rela33o aos seus concorrentes (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Essas caracter3sticas distintivas na concep33o de um modelo de destino tur3stico sustent3vel, como atributos essenciais, tecnologias avan3adas, know-how, compet3ncias essenciais e recursos ou qualidades 3nicas do destino, facilitam a diferencia33o no mercado (Valls, 2004). Este posicionamento n3o s3o contribui para atrair um maior volume de visitantes, como tamb3m permite que os destinos alcancem um desempenho superior e uma vantagem competitiva sustentada. No entanto, para que estas caracter3sticas distintivas sejam consideradas vantagens competitivas, devem 1) estar relacionadas com um factor-chave de sucesso no mercado, 2) ser suficientemente valiosas para realmente fazerem a diferen3a e 3) ser sustent3veis face 3s mudan3as no ambiente e 3s ac33es da concorr3ncia, embora, a longo prazo, nenhuma delas seja considerada inatac3vel (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). A vantagem competitiva torna-se, assim, um factor-chave para garantir a sustentabilidade e o sucesso do destino num ambiente altamente competitivo.

As vantagens competitivas, para al3m de serem criadas, precisam de ser mantidas ao longo do tempo. Isso significa que elas n3o s3o permanentes ou est3ticas ao longo do tempo, mas est3o sujeitas a din3micas internas e externas de mudan3a (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Neste sentido, numa perspectiva externa, as organiza33es devem demonstrar a capacidade de identificar as mudan3as no ambiente, e uma capacidade de resposta que lhes permita n3o s3o adaptarem-se de forma r3pida e flex3vel, mas tamb3m anteciparem-se aos seus concorrentes na explora33o de oportunidades. Numa perspectiva interna, a forma como uma organiza33o emprega e explora os seus recursos e

capacidades representa a base mais sólida para a criação de vantagens competitivas (Navas López e Guerras Martín, 2023). Assim, Hill et al., (2020) consideram que as possibilidades de manutenção da vantagem competitiva (sustentabilidade) dependem 1) das barreiras à imitação que dificultam a reprodução da vantagem competitiva pelos concorrentes, entre as quais se destacam a ambiguidade causal, a protecção do conhecimento, a experiência acumulada, a posse de activos únicos ou a cultura organizacional; 2) da capacidade dos concorrentes imitarem a vantagem competitiva e 3) as vantagens competitivas tendem a ser mais efémeras em sectores caracterizados por um elevado grau de dinamismo. Por sua vez, Gallego Águeda e Casanueva Rocha (2019) identificam três processos-chave que podem contribuir para a preservação da vantagem competitiva ao longo do tempo, particularmente no sector do turismo.

- Vantagens dos pioneiros: concentração de recursos, aquisição de recursos financeiros pelo monopólio, prestígio e reputação, ser o primeiro a realizar economias de escala e de aprendizagem.
- Barreiras aos concorrentes (mecanismos de isolamento):
 - Identificação: ocultação da vantagem competitiva.
 - Incentivo: Dissuasão (ameaça, compromisso de desempenho, fama...) ou antecipação através da ocupação de nichos (muitos produtos, capacidade, patentes...).
 - Diagnóstico: Ambiguidade causal e imitação incerta.
 - Aquisição de recursos: Compra (mobilidade) ou replicação.
- Recursos estratégicos: únicos, dinâmicos e não imitáveis.

Uma vez que os destinos turísticos sustentáveis tenham conseguido consolidar uma vantagem competitiva a longo prazo, é essencial que tomem decisões estratégicas sobre como manter e explorar essa vantagem de forma contínua, ou seja, a estratégia (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019). Assim, a estratégia refere-se à interacção da empresa com o seu ambiente e às acções que desenvolve para atingir objectivos e/ou melhorar o seu desempenho através da utilização racional dos recursos (Navas López, e Guerras Martín, 2023). O processo de tomada de decisão sobre a estratégia deve ser realizado considerando a orientação futura, os factores condicionantes do ambiente do destino turístico, a influência das partes interessadas, a provisão e exploração dos recursos e capacidades do destino turístico (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019). É também necessário ter em conta a complexidade inerente ao processo de tomada de decisão no sector do turismo, devido às suas características específicas, tais como os horizontes temporais mais longos, a multiplicidade de factores internos e externos a considerar, o grande número de actores envolvidos e o elevado nível de incerteza (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019). Finalmente, e do ponto de vista estratégico, há uma série de elementos que fazem parte da estratégia e que servem para ajudar no processo de tomada de decisão, bem como para delimitar a situação estratégica (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019; Valls, 2004):

- O âmbito do produto/mercado: Delimitação do campo de acção abrangido pela definição da estratégia.
- Capacidades distintivas: Conjunto de recursos (materiais, financeiros, humanos...) e capacidades necessárias para desenvolver a estratégia seleccionada.
- Vantagens competitivas: Características que podem/devem ser desenvolvidas para alcançar uma posição vantajosa em relação aos rivais e concorrentes.
- Sinergia: O efeito combinado de vários fenómenos é maior do que a soma dos seus efeitos individuais. A nível estratégico, a procura de sinergias consiste em explorar os benefícios derivados da utilização conjunta de

recursos-chave, maximizando as interac33es entre v3rias actividades e promovendo a colabora33o entre diferentes 3reas ou partes da organiza33o. Desta forma, a combina33o de diferentes elementos pode gerar vantagens competitivas e uma rentabilidade superior 3 que se obteria com cada ac33o isolada.

5.3.2. ESTRAT3GIA COMPETITIVA

A estrat3gia competitiva 3 o meio pelo qual uma empresa obt3m uma vantagem competitiva. 3 definida como a forma como uma organiza33o se posiciona em rela33o aos seus concorrentes, com o objectivo de obter um desempenho superior e consolidar a sua posi33o no mercado (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). De acordo com esta conceptualiza33o, Porter (2010) considera a estrat3gia como um conjunto de ac33es defensivas ou ofensivas destinadas a estabelecer uma posi33o competitiva s3lida e sustent3vel dentro de uma 3ndustria. Estas ac33es procuram abordar eficazmente as cinco for3as competitivas, garantindo assim um desempenho superior e um excelente retorno do investimento para a empresa. Por outras palavras, a estrat3gia competitiva 3 a ac33o desenvolvida pela organiza33o com o objectivo de obter uma vantagem competitiva (Navas L3pez, e Guerras Mart3n, 2023). Porter (2010) prop3e tr3s estrat3gias gen3ricas que permitem alcan3ar e manter a vantagem competitiva: estrat3gia de lideran3a de custos, estrat3gia de lideran3a de diferencia33o e estrat3gia de enfoque. No entanto, devido 3 natureza dos destinos tur3sticos sustent3veis, apenas as duas primeiras ser3o descritas.

Estrat3gia de lideran3a de custos

Esta estrat3gia baseia-se na identifica33o e desenvolvimento de uma vantagem competitiva atrav3s da presta33o de servi3os tur3sticos a um custo inferior ao dos concorrentes. O principal objectivo 3 oferecer pre3os mais baixos que os concorrentes, o que permite capturar uma maior quota de mercado e aumentar a base de clientes (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019). Para alcan3ar a vantagem competitiva de custo, v3rios factores podem contribuir significativamente para a sua obten33o, entre eles est3o: As economias de escala, o efeito experi3ncia/aprendizagem, a inova33o tecnol3gica, a localiza33o favor3vel, a concep33o de processos, a concep33o de servi3os/produtos, a gest3o estrat3gica da cadeia de abastecimento, o ajustamento da capacidade de produ33o, a efici3ncia organizacional (Navas L3pez, e Guerras Mart3n, 2023; Porter, 2010). No dom3nio do turismo, os factores de custo mais comuns s3o a utiliza33o eficiente dos recursos, a incorpora33o de tecnologias e processos adequados para reduzir os custos em rela33o aos concorrentes e/ou para reduzir os n3veis de servi3o (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019).

Esta estrat3gia, para ser eficaz, deve ser adaptada a certos factores estruturais do sector e 3 recomendada quando os clientes s3o particularmente sens3veis ao pre3o, a concorr3ncia de pre3os 3 intensa, o produto 3 normalizado e oferecido por v3rios fornecedores (pouca diferencia33o), os novos operadores querem ganhar quota de mercado reduzindo os pre3os, a vantagem de custo baseia-se no efeito de experi3ncia (Gallego 3gueda e Casanueva Rocha, 2019; Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Como vantagem competitiva, a vantagem de custo e, portanto, a estrat3gia de lideran3a de custo tamb3m deve ser mantida ao longo do tempo. Para tal, 3 essencial conhecer e analisar as barreiras 3 imita33o que podem surgir da escassez de certas fontes de custo (efeito de experi3ncia, tecnologia, etc.), da dificuldade de acesso a certos factores de custo (localiza33o 3nica, redes de distribui33o fechadas, acordos preferenciais, etc.) ou da sua imita33o. Por 3ltimo, esta estrat3gia n3o est3 isenta de riscos que podem comprometer a vantagem

competitiva obtida. Estes riscos incluem: Atenção constante aos custos, utilização excessiva do efeito de experiência, imitação por parte dos concorrentes, inflação de custos devido a factores de produção, alterações na procura, redução da qualidade, etc. (Navas López, e Guerras Martín, 2023).

Estrat3gia de lideran3a de diferen3ia33o

Esta estrat3gia baseia-se na identifica33o e desenvolvimento de uma vantagem competitiva atrav3s da presta33o de servi33os turísticos que s3o percecionados como 3nicos (Gallego Agueda e Casanueva Rocha, 2019). Os elementos sobre os quais a vantagem de diferen3ia33o pode ser construída s3o os seguintes (Navas López e Guerras Martín, 2023):

- Características observáveis do produto relevantes para a decis3o do cliente/utilizador, tais como o tamanho, a forma, a cor, o peso, o design, o material, a tecnologia do produto/servi3o; desempenho do produto/servi3o em termos de fiabilidade, seguran3a, consist3ncia, durabilidade...; complementos ao produto principal, tais como servi33os pós-venda, acess3rios, disponibilidade, financiamento...
- Características de mercado que derivam da capacidade de uma empresa se adaptar melhor à diversidade das necessidades e prefer3ncias dos consumidores. Neste sentido, os factores intangíveis, tais como as percep33es sociais, emocionais, psicol3gicas e est3ticas, desempenham um papel crucial na escolha do cliente, uma vez que est3o intrinsecamente associados aos produtos ou servi33os. Estes aspectos t3m uma influ3ncia significativa na actividade turística, devido à estreita liga33o entre as expectativas e os gostos dos clientes e a sua experi3ncia de lazer. Neste contexto, os elementos emocionais e subjetivos desempenham um papel crucial, pois geram uma liga33o profunda entre o turista e o servi3o que est3 prestes a adquirir (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019).
- As características da empresa que fabrica um produto ou presta um servi3o est3o intimamente relacionadas com a forma como concebe e conduz a sua actividade, bem como com a sua interac33o com os clientes. Estas características incluem aspectos como a identidade corporativa, o estilo, os valores fundamentais, a reputa33o e o prestígio, bem como a popularidade ou credibilidade das pessoas que lhe est3o associadas.
- Outras variáveis que actuam como instrumentos estrat3gicos para a constru33o de uma forte vantagem competitiva diferenciadora s3o o tempo, a responsabilidade social e a sustentabilidade.

A este respeito, os crit3rios de responsabilidade social e de sustentabilidade est3o a tornar-se cada vez mais importantes como factores de diferen3ia33o e como fonte de vantagem competitiva. Os clientes est3o dispostos a pagar um pr3mio por produtos e servi33os oferecidos por empresas que demonstrem um compromisso com a protec33o do ambiente, o respeito pelos direitos humanos e a promo33o de pr3ticas responsáveis. A diferen3ia33o, neste contexto, pode estar associada ao produto, ao processo de fabrico e à pr3pria empresa (Navas López e Guerras Martín, 2023). Esse cen3rio refor3a a import3ncia da incorpora33o de estrat3gias sustentáveis e socialmente responsáveis como base essencial na proposta de valor do neg3cio.

Os crit3rios para estabelecer uma estrat3gia baseada na diferen3ia33o no domínio da actividade turística est3o relacionados com os recursos existentes, o valor da experi3ncia adquirida, a localiza33o do destino, a atractividade dos produtos turísticos, a for3a dos parceiros e das alian3as. Em particular, podem centrar-se na exclusividade, na especializa33o, no pre3o mais elevado, na ocupa33o extensiva, na complementaridade com outros destinos turísticos, etc. (Valls, 2004).

Além das condiç3es acima mencionadas, a diferenciaç3o dos produtos é particularmente adequada quando est3o presentes as seguintes circunstâncias (Navas López e Guerras Martín, 2023):

- A diferenciaç3o do produto torna-se mais importante quando os clientes atribuem uma importância especial à qualidade ou utilizam o produto como um meio de diferenciaç3o social.
- Poucos concorrentes optam pelo mesmo critério de diferenciaç3o, caso contrário é difícil para o cliente identificar e apreciar o produto como único ou distintivo.
- As características distintivas s3o muito difíceis de imitar, especialmente de forma rápida e econ3mica.
- Quando a evoluç3o tecnológica é rápida e os produtos est3o constantemente a ser actualizados, a diferenciaç3o através da inovaç3o torna-se a única opç3o viável para competir com êxito.

Finalmente, no que se refere à estratégia de lideranç3a por diferenciaç3o, é importante ter em conta que esta decis3o estratégica pode limitar a quota de mercado, uma vez que a percepç3o de exclusividade entra frequentemente em conflito com a possibilidade de alcançar uma quota de mercado elevada. Em contrapartida, esta estratégia de diferenciaç3o cria uma barreira à entrada de novos concorrentes, graças à fidelidade que os clientes desenvolvem em relaç3o à marca. Esta fidelidade reduz a sensibilidade aos preços, o que significa que os clientes est3o dispostos a pagar mais por produtos ou serviç3os. Como resultado, os baixos custos deixam de ser um factor primordial e a proposta de valor centrada na exclusividade, na qualidade e na experiênç3a torna-se o elemento diferenciador (Navas López, e Guerras Martín, 2023).

5.4. ESTRATÉGIA DE IMPLEMENTAÇ3O EM DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

5.4.1. AVALIAÇ3O DAS ESTRATÉGIAS

O processo de tomada de decis3o sobre a escolha da estratégia a adoptar é fundamental, uma vez que os compromissos estratégicos s3o assumidos a longo prazo e implicam grandes esforç3os e investimentos em recursos. Neste sentido, estas escolhas representam decis3es estratégicas que comprometem os recursos do destino a longo prazo. Além disso, estas decis3es distinguem-se pela sua elevada complexidade e natureza irreversível, sendo profundamente influenciadas pelos elevados níveis de incerteza que s3o inerentes ao sector do turismo (Gallego Águeda e Casanueva Rocha, 2019). Para avaliar as diferentes alternativas estratégicas, Johnson e Scholes (1996) prop3em três critérios:

- Adequaç3o (Alcança os objectivos e as vantagens competitivas?), que analisa em que medida cada uma das opç3es estratégicas está alinhada com a análise estratégica. Os instrumentos utilizados s3o a análise SWOT, a cadeia de valor, a análise sectorial, a análise de Porter, os recursos e as capacidades...
- Aceitabilidade (As opç3es s3o aceitáveis para as partes interessadas?), que considera o impacto social, econ3mico e ambiental e a viabilidade da estratégia para as diferentes partes interessadas. Os instrumentos utilizados s3o a avaliaç3o do desempenho (VAL, TIR, análise custo-benefício, etc.), a avaliaç3o do risco (nível de solvabilidade, endividamento, liquidez, análise de sensibilidade), a avaliaç3o da reacç3o das partes interessadas, etc.

- Viabilidade (A estrat3gia pode ser implementada?), que examina se os recursos e as capacidades dispon3veis permitem a implementa33o efectiva da estrat3gia. Os instrumentos utilizados s3o a viabilidade financeira (cash-flow, break-even point, etc.), o acesso aos recursos, os aspectos organizacionais (cultura, valores, in3rcia, resist3ncia 3 mudan3a, etc.) e a capacidade de implementar a estrat3gia (cultura, valores, in3rcia, resist3ncia 3 mudan3a, etc.).

Por conseguinte, o processo de avalia33o da estrat3gia, juntamente com os crit3rios, 3 uma ferramenta fundamental para seleccionar uma estrat3gia que permita a um destino tur3stico sustent3vel alcan3ar e manter uma vantagem competitiva sustent3vel (Figura 5.1.) (Valls, 2004).

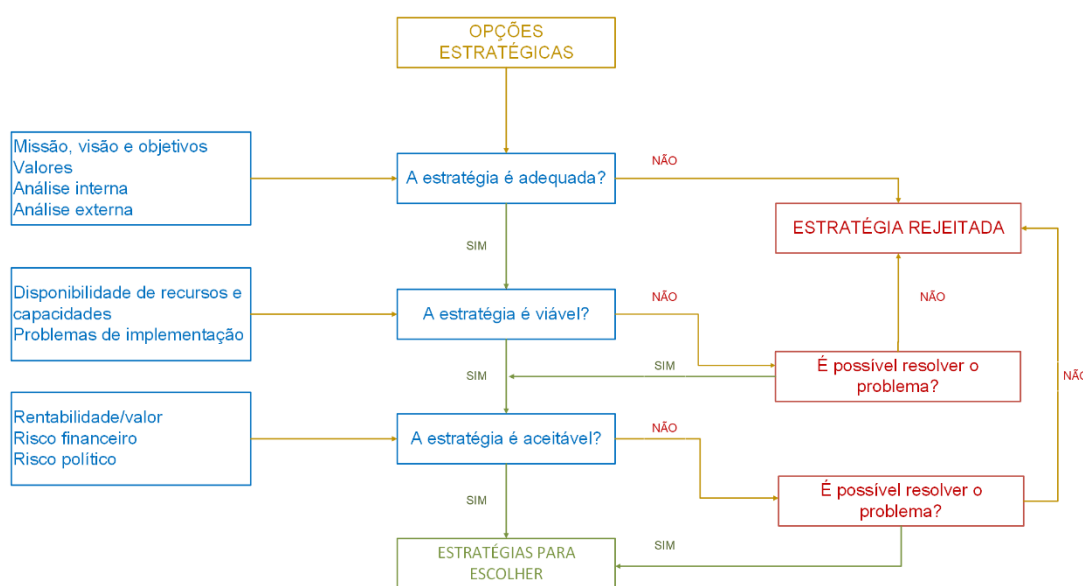


Figura 5.1. Processo de avalia33o da estrat3gia. Fonte: Navas L3pez e Guerras Mart3n (2023)

5.4.2.IMPLEMENTA33O DAS ESTRAT3GIAS

A implementa33o da estrat3gia refere-se ao conjunto de ac33es e decis3es necess3rias para executar eficazmente uma estrat3gia, garantindo assim o cumprimento da miss3o e dos objectivos estrat3gicos previamente estabelecidos (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Assim, nesta fase, determina-se a implementa33o da estrat3gia e, para tal, 3 necess3rio considerar as inter-rela33es entre as diferentes ac33es e pol3ticas que se pretendem levar a cabo. Neste sentido, o ajuste adequado da estrutura organizacional 3 vital para o bom funcionamento da estrat3gia (Valls, 2004). Assim, Porter (2010) distingue tr3s tipos de 'fit': a compatibilidade simples, que se refere ao ajuste entre cada uma das actividades e a estrat3gia global e que permite a compreens3o da estrat3gia a todos os n3veis; a potencia33o das actividades entre si, que se refere 3 cria33o de sinergias na utiliza33o de cada uma delas; e a optimiza33o do esfor3o, que se refere 3 sua concretiza33o como resultado da intensifica33o dos elementos fundamentais da estrat3gia. Nesta linha, Navas L3pez e Guerras Mart3n (2023) prop3em que deve existir uma adequa33o estrat3gica e organizacional. Enquanto a primeira se refere 3 coer3ncia necess3ria entre o ambiente, as caracter3sticas pr3prias da empresa (recursos e capacidades) e os objectivos estrat3gicos e a pr3pria estrat3gia, a

segunda 3 a coer3ncia entre a estrat3gia seleccionada e as caracter3sticas organizacionais que definem a organiza33o/destino tur3stico.

Devido 3 necessidade de adaptar a estrat3gia a todos os n3veis, um dos riscos a que os destinos tur3sticos sustent3veis est3o expostos 3 a dificuldade de gerir a participa33o e o envolvimento de um grande n3mero de intervenientes. Isto implica a necessidade de definir claramente as responsabilidades de cada um dos intervenientes, numa perspectiva estrat3gica, funcional e operacional, a fim de alcan3ar a maior harmonia poss3vel entre eles. Para atingir este objectivo, 3 essencial sensibilizar todos os actores desde o in3cio do processo, com o objectivo de estabelecer um planeamento sustent3vel consensual e garantir o compromisso de agir em conjunto (Valls, 2004). Outro aspecto a considerar s3o as taxas de crescimento do sector do turismo no quadro da sustentabilidade em destinos com elevada press3o tur3stica. Neste contexto, a regulamentaa3o legislativa deve considerar aspectos como os limites quantitativos de crescimento da oferta de alojamento tur3stico (indicadores: demografia, emprego, consumo de 3gua e energia, produ33o de res3duos, etc.), a distribui33o territorial da oferta tur3stica (munic3pios, zonas), os crit3rios de delimitaa3o de novas 3reas de desenvolvimento tur3stico e os crit3rios de cria33o e expuls3o de terrenos para o desenvolvimento tur3stico (Valls, 2004).

O ajustamento estrat3gico durante a fase de implementaa3o pode envolver modifica33es tanto a n3vel organizacional como estrat3gico (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). No caso dos destinos tur3sticos sustent3veis, a gest3o da mudan3a deve ser abordada a partir de tr3s abordagens principais (Valls, 2004):

- A dos agentes e recursos humanos do destino que desejam se organizar de forma diferente.
- A de modificar os processos que a mudan3a exige, respondendo a uma nova orienta33o sustent3vel. Isso envolve adaptar e integrar pr3ticas que promovam a sustentabilidade em todos os aspectos do destino tur3stico.
- A exist3ncia de uma lideran3a s3lida que represente os valores e as aspira33es, tanto pessoais como institucionais, do destino e que, ao mesmo tempo, oriente o processo de mudan3a.

A implementaa3o da estrat3gia constitui, portanto, um factor essencial para o sucesso da empresa e, ao mesmo tempo, um desafio complexo de gerir, devido ao grande n3mero de factores envolvidos no processo (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023). Para atingir este objectivo, 3 poss3vel desenhar suportes e mecanismos que facilitem o ajuste em destinos tur3sticos sustent3veis, como o apoio organizacional, o observat3rio tur3stico e o balanced scorecard (Valls, 2004).

Apoio organizacional

O apoio organizacional prepara o destino tur3stico sustent3vel para ajustar a estrutura 3 estrat3gia escolhida (Navas L3pez e Guerras Mart3n, 2023; Valls, 2004). Para atingir o mais alto grau de alinhamento, 3 essencial ter uma entidade coordenadora nos n3veis estrat3gico e operacional que facilite a implementaa3o da estrat3gia em todos os n3veis. Do ponto de vista estrat3gico, o agente coordenador 3 composto por todos os actores envolvidos, suas sensibilidades e valores, que apoiam e impulsionam o mecanismo de ajuste, garantindo o alinhamento efectivo de interesses e objectivos ao longo do processo. Por meio de uma plataforma p3blico-privada, s3o estabelecidas as bases para a coopera33o entre todos os stakeholders do destino tur3stico com o objectivo de chegar a um consenso e liderar o modelo de desenvolvimento sustent3vel, bem como o caminho para alcan33-lo. As tarefas desta plataforma s3o (Valls, 2004):

- Promover o consenso entre todas as partes interessadas econ3micas, sociais, pol3ticas, culturais e ecol3gicas, tanto p3blicas quanto privadas.
- Actuar como catalisador de valores colectivos sustent3veis.
- Estabelecer as linhas de ac33o e o modelo de desenvolvemento sustent3vel do destino.
- Definir as 3reas e os cr3terios de ac33o.
- Promover e fomentar rela33es com outros sectores e incentivar sinergias.

Do ponto de vista operacional, o agente coordenador 3 respons3vel por implementar o modelo de desenvolvemento sustent3vel por meio do planeamento de recursos econ3micos e financeiros, da cria33o e organiza33o de produtos tur3sticos e ofertas de destinos, marketing, comunica33o e gest3o de marca, e da promo33o de outras pol3ticas relacionadas a recursos humanos, tecnologia, log3stica e planeamento urbano. Tudo isso a partir de uma abordagem integrativa e estrat3gica (Valls, 2004).

Finalmente, 3 importante destacar um dos ajustes mais complexos de resolver: a coordena33o entre os sectores p3blico e privado. Essa colabora33o 3 interessante para garantir a implementa33o eficaz das estrat3gias, mas muitas vezes 3 dificultada por conflitos de interesse entre os dois sectores (Valls, 2004).

Observat3rio de turismo

O observat3rio do turismo 3 um suporte de coordena33o indispens3vel para o planeamento e a implementa33o sustent3veis. 3 um instrumento que fornece informa33es e an3lises sobre a evolu33o do mercado com o objectivo de proporcionar estabilidade e independ3ncia e servir como recurso no processo de tomada de decisa3o do destino. Em particular, o observat3rio do turismo desempenha um papel fundamental na colecta de informa33es de diversas fontes, como organiza33es, institui33es e universidades. Al3m disso, produz relat3rios baseados em dados propriet3rios, apresentados de forma acess3vel, facilitando a tomada de decisa3es e o planeamento estrat3gico no sector de turismo. Entre eles est3o os relat3rios de macro turismo, cujo objectivo 3 apresentar informa33es sobre o sector; Relat3rios sobre a evolu33o qualitativa e quantitativa do mercado, cujo objectivo 3 apresentar informa33es relativas ao mercado (oferta, procura, marketing do destino e comunica33o tur3stica; estudos espec3ficos e indicadores de gest3o (econ3micos, sociais e ambientais) (Valls, 2004).

Balanced Scorecard em destinos tur3sticos sustent3veis

O balanced scorecard 3 uma ferramenta de gest3o estrat3gica que permite 3s organiza33es traduzir a sua estrat3gia em ac33es mais concretas e mensur3veis. A inter-rela33o de todas as vari3veis actuantes envolvidas permite uma vis3o abrangente (Kaplan e Norton, 2001; Valls, 2004). Neste contexto, o balanced scorecard permite tanto dar suporte 3 implementa33o de uma estrat3gia de destino tur3stico sustent3vel como facilitar aos agentes p3blicos e privados o acompanhamento da estrat3gia (Valls, 2004). Nesse sentido, institui33es p3blicas e privadas t3m desenvolvido modelos de dashboards que t3m por objectivo reunir e agregar informa33es relevantes para o desenvolvemento de destinos tur3sticos em rela33o aos aspectos ambientais e sociais. Nessa linha, Valls (2004) apresenta uma descri33o detalhada do balanced scorecard dos destinos tur3sticos sustent3veis, destacando as principais perspectivas e indicadores relevantes para gerir e avaliar o desempenho de forma abrangente e alinhada aos princ3pios da sustentabilidade.

O balanced scorecard, de acordo com a proposta de Valls (2004) sobre destinos tur3sticos sustent3veis, est3 estruturado nas seguintes perspectivas anal3ticas: Infra-estruturas e recursos, actividades e processos, rela33es (residentes, turistas e organiza33es), resultados em termos de sustentabilidade econ3mica, resultados em

termos de sustentabilidade social e resultados em termos de sustentabilidade ambiental. Essas perspectivas est3o associadas a vari3veis cr3ticas de desempenho, bem como a um sistema de indicadores integrados de gest3o que servem para estabelecer um modelo de monitoramento da implementa3o e controle da estrat3gia desenvolvida. A seguir, descreve-se o modelo de balanced scorecard para destinos tur3sticos sustent3veis proposto por Valls (2004), com as perspectivas, vari3veis cr3ticas dessa dimens3o e indicadores.

Infra-estruturas e recursos

- Capacidade de investimento: Gastos p3blicos em turismo e investimentos em infra-estrutura e em fins ambientais.
- Instrumentos fiscais e econ3micos: N3mero de taxas e impostos aplicados para fins ambientais; n3mero de subs3dios atribuídos a boas pr3ticas ambientais, forma3o ou cria3o de emprego; n3mero de incorpora3es de cr3terios ambientais na selec3o de projectos cofinanciados, etc.
- Desenvolvimento de infra-estrutura: N3mero de melhorias em acessibilidade e conectividade; n3mero de melhorias nos instrumentos supranacionais de planeamento do uso do solo; n3mero de instala3es p3blicas em 3reas naturais protegidas; n3mero de melhorias na classifica3o e qualifica3o urbana, etc.
- Desenvolvimento de legisla3o e regulamenta3o: N3mero de disposi3es relativas a elementos de press3o sobre o ambiente local; n3mero de inspec3es e controles de conformidade com a legisla3o ambiental; n3mero de disposi3es relativas 3 forma3o, investimentos e reinvestimentos, etc.
- Treinamento de recursos humanos: N3vel de treinamento, valor alocado para treinamento, etc.
- Motiva3o dos recursos humanos: N3vel de satisfa3o no trabalho, taxa de rotatividade, etc.
- Desempenho de Recursos Humanos: Índice de Produtividade.

Actividades e processos

- Planeamento tur3stico: Índice de planeamento tur3stico; grau de consenso entre os sectores p3blico e privado no planeamento.
- Desenvolvimento de estrat3gias de marketing: Grau de coordena3o em marketing e vendas; reconhecimento da marca do destino; índice de fidelidade de turistas e visitantes, etc.
- Qualidade do processo: Índice de qualidade do processo; N3mero de certifica3es de qualidade obtidas; n3mero de sistemas de gest3o da qualidade implementados; ISO 9000, etc.
- Valoriza3o de recursos: N3mero de recursos tur3sticos potenciais; n3mero de elementos naturais, patrim3nio arquitect3nico e arqueol3gico, e estradas e pousadas revalorizadas.
- Desenvolvimento e inova3o de produtos e servi3os: Quantidade de novos produtos e servi3os no destino; recursos alocados 3 pesquisa e desenvolvimento de produtos, servi3os e processos; recursos alocados ao desenvolvimento de novas tecnologias; etc.
- Gest3o de processos com implica3es ambientais: N3mero de hot3is e parques de campismo com sistemas de gest3o ambiental; res3duos urbanos recuperados (kg); insumos materiais na usina municipal de reciclagem; n3mero de membros de associa3es dedicadas 3 protec3o ambiental e 3 melhoria social; gastos com protec3o ambiental/PIB municipal; n3mero de sistemas de gest3o ambiental implementados; colecta selectiva de lixo; n3mero de elementos do patrim3nio arquitect3nico e arqueol3gico

(protegidos, em risco); número de estradas protegidas e paradas de descanso; número de riscos ambientais previstos nos planos de prevenção; número de espécies da flora e da fauna em perigo de extinção, etc.

- Atributos do destino: Índice de segurança, autenticidade e exclusividade do destino.

Relaçõs: Residentes, turistas e organizaçõs

- Satisfaçã dos habitantes da área: Grau de satisfaçã.
- Satisfaçã do turista e do visitante: Grau de satisfaçã dos turistas e visitantes com o destino e a experiênciã turísticã; capacidade de carga turísticã; etc.
- Satisfaçã de organizaçõs púlicas e privadas: Grau de satisfaçã de operadores turísticos, fornecedores e agentes de destino; grau de satisfaçã das organizaçõs púlicas; etc.
- Cooperaçã, integraçã e participaçã: Número de associaçõs novas e existentes; número de campanhas de consciencializaçã social; número de iniciativas para aquisiçã e protecçã de áreas de interesse natural; valor destinado a campanhas de consciencializaçã social; etc.
- Participaçã de instituiçõs púlicas: Percentual de participaçã de instituiçõs púlicas nos investimentos previstos.

Resultados: Sustentabilidade económicã

- Estrutura económicã: Distribuiçã da populaçã activa e empregada (gênero, idade, sectores); distribuiçã de empresas locais por sector; capacidade de suporte económicã; etc.
- Impacto económicã da actividade turísticã: PIB gerado directã e indirectãmente pelo turismo do destino; número de sectores revitalizados pelos efeitos do turismo; etc.
- Estrutura da demanda turísticã: Número de turistas por origem; estadia média por turista; despesa média por turista; etc.
- Estrutura da oferta turísticã: Número de estabelecimentos por subsectores turísticos; número de empresas de turismo (nã orientadas para alojamento); número de locais de alojamento turísticã regulamentados e nã regulamentados; rácios da oferta turísticã em funçã da superfície e da populaçã residente; etc.
- Nível de preçõs: Índice de nível de preçõs e preçõs turísticos.
- Rentabilidade económicã: Taxa de retorno dos investimentos púlicos e privados para o desenvolvimento do destino.
- Diversificaçã/especializaçã: Número de novos negócios de turismo.
- Sazonalidade: Taxa média de ocupaçã por temporada.
- Competitividade do destino: Posiçã competitiva do destino turísticã; índice de excelênciã turísticã; etc.

Resultados: Sustentabilidade social

- Nível de rendimento da populaçã: Rendimento familiar disponívã e variaçã anual.
- Qualidade de vida dos habitantes: Extensã de vias alternativas de acessibilidade (zonas pedonais, ciclovias, etc.); populaçã com instalaçõs/serviçõs X inferiores a X metros e com densidade entre X e Y habitantes/hectare: Capacidade de carga sociocultural; parâmetros de conforto climáticã (temperatura, humidade, ventos, etc.); qualidade do abastecimento urbano de água; recursos hídricos naturais per capita; populaçã sem tratamento de águas residuais; populaçã exposta a níveis de ruído ambiente acima do valor de referênciã; superfície das zonas verdes/habitante; intensidade média de tráfego das principais vias de comunicaçã; extensã de ruas arborizadas; consumo de água e energia por

- habitante; n3mero de abrigos clim3ticos no destino; densidade da rede de transportes p3blicos entre os munic3pios do destino; etc.
- Integra33o e coes3o social: Grau de integra33o e coes3o social no destino; estrutura populacional de acordo com o local de nascimento; etc.
- Equidade social: n3vel de equidade na popula33o; 3ndice RNB de rendimentos desiguais; etc.
- Equil3brio populacional: Grau de equil3brio populacional; taxa de crescimento da popula33o residente; 3ndice de envelhecimento; 3ndice de depend3ncia; popula33o recenseada total; densidade populacional; pir3mide populacional; imposto de turismo/residente; etc.
- Educa33o: Acesso 3 educa33o para a popula33o-alvo.
- Sa3de: Acesso aos servi3os de sa3de para a popula33o-alvo; taxa de mortalidade infantil; esperan3a de vida 3 nascen3a; etc.
- M3o de obra: N3mero de postos de trabalho criados; taxa de desemprego na zona; etc.
- Seguran3a: Grau de percep33o de seguran3a do cidad3o; n3mero de atos criminosos; n3mero de acidentes rodovi3rios; etc.

Resultados: Sustentabilidade ambiental

- Patrim3nio natural e diversidade: Superf3cie agr3cola; n3mero de quintas e casas rurais; qualidade da 3gua do mar; abastecimento municipal de 3gua; percentagem de 3rea costeira artificial; 3rea ocupada por vegeta33o clim3tica; 3rea florestal ardida; etc.
- Urbanismo, planeamento e constru33o: Habita33o desocupada/ocupada; n3mero de resid3ncias secund3rias/primeiras resid3ncias; n3mero de casas constru3das com crit3rios sustent3veis; 3rea repovoada para fins de conserva33o ambiental; capacidade de carga ambiental; 3rea protegida de acordo com o tipo de protec33o; etc.
- Paisagens: Grau de conserva33o paisag3stica das unidades ambientais; zonas de exposi33o ao ru3do acima do valor de refer3ncia; Etc.
- Atmosfera: N3veis de poluentes atmosf3ricos; quilogramas por poluente/n3mero de residentes; estimativa das emiss3es causadas pela frequ3ncia tur3stica; etc.
- Energia: Volume e varia33o hom3loga da energia consumida em fun33o da utiliza33o; percentagem de energia n3o renov3vel/consumo total; consumo total anual de energia; consumo total de energia/PIB mundial; produ33o anual de energias renov3veis sustent3veis/n3mero de residentes; superf3cie de aqu3feros costeiros polu3dos e salinizados; volume e varia33o da 3gua consumida; consumo total de 3gua/PIB municipal; origem da 3gua pot3vel consumida; sobre-explora33o dos aqu3feros; 3gua tratada utilizada; perdas de 3gua com a rede; n3mero de po3os contaminados; 3guas residuais descarregadas no dom3nio hidr3ulico p3blico ou no mar; n3mero de esta33es de tratamento por tipo e capacidade; volume de 3gua tratada; volume de 3gua reutilizada/3gua tratada total; indicadores de qualidade da 3gua; n3mero de pontos de descarga, tipo de tratamento na costa e leitos dos rios; etc.
- Gera33o de res3duos: Res3duos s3lidos urbanos/n3mero de moradores; produ33o total de res3duos/PIB municipal; volume e varia33o anual dos res3duos gerados por tipo; produ33o de res3duos per capita; Volume de lamas geradas pelas esta33es de tratamento de 3guas residuais; etc.
- Patrim3nio cultural e hist3rico: N3mero de estradas e pousadas actuais, n3mero de actividades populares festivas e tradicionais; grau de utiliza33o da l3ngua materna da popula33o total; n3mero de elementos do patrim3nio arquitect3nico e arqueol3gico actuais; etc.

Em suma, o balanced scorecard para destinos turísticos sustentáveis é uma ferramenta estratégica que utiliza indicadores de diferentes dimensões, proporcionando uma visão global do destino ou organização turística. Esta abordagem facilita a avaliação de desempenho, integrando aspectos económicos, sociais, ambientais e culturais, fundamentais para a sustentabilidade, e permite uma melhor tomada de decisão alinhada com os objectivos estratégicos do destino (Valls, 2004).

RESUMO DO CAPÍTULO

Este capítulo centra-se na gestão da estratégia empresarial em destinos turísticos sustentáveis, enfatizando a adopção de uma abordagem estratégica para promover práticas responsáveis que favoreçam tanto o crescimento económico como a conservação ambiental e o bem-estar social. Assim, o planeamento estratégico de destinos turísticos sustentáveis apresenta-se como uma ferramenta fundamental para promover o desenvolvimento e a gestão de um turismo sustentável e competitivo. Este processo inclui a colaboração entre os intervenientes públicos e privados e as comunidades locais, estabelecendo políticas e estratégias para criar emprego, preservar a natureza e promover o bem-estar social.

O planeamento estratégico é um processo sistemático e estruturado que permite a uma organização definir o seu rumo a longo prazo, alocar eficientemente os recursos disponíveis e estabelecer as acções necessárias para atingir as suas metas e objectivos, adaptando-se a um ambiente dinâmico e respondendo tanto às exigências do mercado como às expectativas dos stakeholders. Este processo divide-se em três fases, análise estratégica, formulação e implementação da estratégia, e permite o desenvolvimento de um processo de planeamento estratégico coerente, integrado e eficaz, visando o crescimento e sustentabilidade do destino turístico.

A análise estratégica dos destinos turísticos sustentáveis define e analisa o contexto em que os destinos turísticos sustentáveis orientam a sua estratégia, considerando a sua projecção futura através da formulação da visão, missão e objectivos estratégicos, bem como da análise externa e interna. Nesta fase, são recolhidas informações fundamentais sobre as características fundamentais do destino, os valores e aspirações da zona, as competências existentes e os compromissos com o ambiente. Além disso, é essencial avaliar a capacidade dos intervenientes públicos, privados e da sociedade civil para chegarem a um consenso sobre um modelo de desenvolvimento sustentável que garanta um crescimento equilibrado e a viabilidade a longo prazo do destino.

A formulação da estratégia consiste em desenhar e formular estratégias competitivas com base nos objectivos propostos e no contexto estabelecido pela análise realizada. Nesta fase, portanto, estabelece-se o modelo de 'negócio' do destino, considerando a capacidade da sua oferta, as oportunidades presentes no mercado para proporcionar experiências únicas aos visitantes, os objectivos e como competir de acordo com as vantagens existentes. Além disso, determina-se a forma de competir, considerando as vantagens competitivas existentes, selecciona-se a especificidade e o segmento de consumo mais adequado à oferta e identificam-se as chaves do sucesso em cada mercado específico. Por fim, configura-se a posição desejada para o destino, bem como as estratégias necessárias para alcançá-la e mantê-la a longo prazo.

A implementação da estratégia em destinos turísticos sustentáveis consiste em conceber e implementar políticas e acções abrangentes que permitam alcançar os objectivos estabelecidos. Para o seu sucesso, é fundamental ajustar a estrutura organizacional e gerir a participação dos actores envolvidos, garantindo o

compromisso e a colabora33o entre os sectores p3blico e privado. Al3m disso, mecanismos como o observat3rio do turismo e o balanced scorecard s3o utilizados para monitorizar a implementa33o, avaliando o desempenho em termos de sustentabilidade econ3mica, social e ambiental, permitindo um acompanhamento eficaz e o ajustamento das estrat3gias, se necess3rio.

QUEST3ES DE COMPREENS3O

1. Quais as vantagens de realizar um plano estrat3gico para destinos tur3sticos sustent3veis?
2. A partir de uma experi3ncia pessoal adquirida durante a visita a um destino tur3stico, quais seriam as propostas mais eficazes para promover a sustentabilidade nas actividades tur3sticas desse destino?
3. Que indicadores adicionais poderiam ser incluídos no balanced scorecard?

BIBLIOGRAFIA

- Edgell Sr, D. L. (2019). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429318122>
- Edgell, S., D.L., e Swanson, J. R. (2019). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow* (3rd ed.). Routledge.
- Gallego Águeda, M. Á, y Casanueva Rocha, C. (2019). *Direcci3n estrat3gica de organizaciones tur3sticas* (2nd ed.). Ediciones Pir3mide.
- Hill, C. W. L.; Schilling, M. A.; e Jones, G. R. (2020): *Strategic management: An integrated approach. Theory and cases* (13º ed.). Cengage Learning.
- Johnson, G, e Scholes, K. (1996). *Direcci3n estrat3gica. An3lisis de la estrategia de las organizaciones*. Prentice Hall.
- Norton, D. P., e Kaplan, R. S. (2001). *C3mo utilizar el cuadro de mando integral para implantar y gestionar su estrategia*. Harvard Business School Publishing.
- Navas L3pez, J. E., e Guerras Mart3n, L. A. (2023). *Fundamentos de direcci3n estrat3gica de la empresa* (3rd ed.). Civitas.
- ONU Tourism (2019). *Position paper on tourism policy and strategic planning*.
- Patterson, C. (2015). *Sustainable tourism: Business development, operations and management*. Human Kinetics.
- Porter, M. (2010). *Ventaja competitiva: creaci3n y sostenimiento de un rendimiento superior*. Ediciones Pir3mide.
- Valls, J. F. (2004). *Gesti3n de destinos tur3sticos sostenibles*. Gest3n 2000.

EXPLORE MAIS: VÍDEO RESUMO DO CAPÍTULO 5

Para reforçar os principais conceitos abordados no capítulo 5, convidamo-lo a digitalizar o seguinte código QR. No vídeo você encontrará um resumo visual que complementa o conteúdo do capítulo 5, destacando os seus pontos principais.



6. TECNOLOGIA E TURISMO SUSTENTÁVEL

Objectivos do capítulo

- Conhecer e compreender a relação entre tecnologias e turismo sustentável
- Reconhecer o potencial da tecnologia ao serviço do turismo sustentável
- Entenda como os destinos podem usar a tecnologia para o desenvolvimento sustentável do turismo
- Explore como a tecnologia pode ser usada para uma gestão sustentável

6.1. TECNOLOGIA E TURISMO SUSTENTÁVEL

O avanço das tecnologias, particularmente das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), gerou uma mudança de paradigma no sector do turismo, impulsionando a competitividade e melhorando as experiências nos destinos, além de reestruturar e redefinir profundamente o funcionamento do sistema turístico a nível global (Ali e Frew, 2013; Goya, 2024). Nesse sentido, a integração das TIC com a actividade turística abre um leque de possibilidades para enriquecer a experiência dos viajantes, melhorar os processos operacionais do sector e promover o desenvolvimento de práticas sustentáveis (Buhalis; 2003; Goya, 2024). Esse cenário tecnológico redefine a actividade turística como uma experiência sem atrito, imersiva e sustentável, impulsionada pela convergência de tecnologias avançadas como blockchain, que permite transações seguras e transparentes, e inteligência artificial, que oferece experiências imersivas de destinos e actividades (Goya, 2024).

As TIC são um conjunto de ferramentas e aplicações concebidas para a gestão, o tratamento e a transmissão de informações. Estes incluem aplicações de telefonia móvel, acesso à Internet, voz sem fio sobre redes de dados, Sistemas de Informação Geográfica (SIG), Sistemas de Posicionamento Global (GPS), serviços baseados em localização, tecnologias de convergência (integração de dados, voz e média), rádio digital e aplicações sob demanda. Estas aplicações são suportadas por produtos tecnológicos que facilitam o seu funcionamento e operacionalidade, tais como computadores pessoais, servidores de Internet, telemóveis, cabos de transmissão, satélites e dispositivos periféricos como ecrãs, impressoras e scanners. A adição destes equipamentos, produtos de software, serviços e suportes de TIC facilitou a adopção de novos métodos para melhorar a eficiência dos processos actuais, enquanto oferece novas formas de realizar essas mesmas funções. No domínio do turismo, enquanto esta tecnologia oferece aplicações ilimitadas em áreas como o marketing, a gestão da relação com o cliente, a administração das operações diárias, bem como a selecção, o desenvolvimento e a supervisão da utilização dos destinos turísticos, na perspectiva da gestão empresarial no sector do turismo, a utilização das TIC influencia o processamento da informação, a evolução das exigências dos consumidores, fornecedores e comunidades virtuais (Ali e Frew, 2013; Buhalis, 2003). A seguir, detalha-se cada uma delas:

Tratamento da informação

A utilização das TIC, e especificamente da Internet das Coisas (IoT), provocou uma profunda transformação na recolha, armazenamento, distribuição, processamento e gestão da informação no sector do turismo (Ali e Frew, 2013). A IoT é entendida como

uma rede integrada de objectos físicos ('coisas') que incorporam sensores, software e outras tecnologias que facilitam a ligação e a troca de dados com outros dispositivos e sistemas através da Internet. Este desenvolvimento tecnológico permite a disponibilização de informação de forma atempada, adequada e precisa, indo ao encontro das necessidades dos turistas que exigem informação de maior qualidade, mais rápida e mais fiável. Esta capacidade de recolher e processar dados funciona como um mecanismo para colmatar a lacuna de informação, fornecendo respostas mais eficazes que melhoram a experiência do utilizador (Ali e Frew, 2013). Além disso, do ponto de vista empresarial, a tecnologia permite a implementação de ferramentas que facilitam a comunicação, o marketing e a promoção das actividades turísticas junto de potenciais turistas, bem como a abertura de novos canais de distribuição (Buhalis e O'Connor 2005).

Alterações nas exigências dos consumidores

A tecnologia capacitou significativamente os consumidores, facilitando o seu processo de tomada de decisão. Neste sentido, através de diferentes plataformas, os consumidores têm acesso a uma grande quantidade de informação, permitindo-lhes comparar preços e ofertas de produtos ou pacotes turísticos, bem como personalizá-los e adaptá-los às suas necessidades específicas. Por sua vez, com a utilização das TIC, o processo de tomada de decisão é menos arriscado, menos incerto e ajuda a melhorar a qualidade da experiência, fornecendo uma grande quantidade de informações sobre organizações turísticas, destinos, empresas e os próprios utilizadores. Do ponto de vista empresarial, as TIC e a IoT optimizaram a capacidade das organizações de turismo para recolher informações sobre os seus clientes através de interacções mais frequentes e de tempos de comunicação mais curtos. Isto traduz-se em tempos de resposta mais rápidos e serviços mais eficientes. Neste contexto, a web consolida-se como uma ferramenta estratégica para as empresas, atuando como um pólo de atração de informação e uma plataforma para a geração de serviços. Por meio de ferramentas como wikis, fóruns e redes sociais, os próprios utilizadores contribuem activamente para a criação de conteúdos, promovendo a abertura, a partilha e a colaboração. Esta dinâmica não só enriquece a oferta de informação disponível, como também impulsiona a inovação e a personalização dos serviços, integrando as perspectivas e necessidades dos consumidores em tempo real (Ali e Frew, 2013).

Fornecedores

As TIC influenciaram as relações com os fornecedores, especialmente nos processos de distribuição e comercialização. No que respeita à distribuição, o papel dos intermediários na cadeia de valor do turismo diminuiu consideravelmente ou foi mesmo eliminado. Esta reconfiguração favorece a adopção de uma abordagem mais directa na sua interacção com os consumidores, oferecendo experiências mais criativas, dotando-as de características melhoradas e distribuindo o produto directamente aos consumidores. Além disso, a utilização das TIC permite que as pequenas e médias empresas concorram com as empresas de maior dimensão, ao poderem distribuir, comercializar e promover os seus produtos em linha. Em termos de marketing, o marketing em linha tornou-se a norma no sector do turismo, com a Internet a desempenhar um papel fundamental como ferramenta promocional e como principal canal de distribuição na indústria. Isto permitiu aos prestadores de serviços turísticos comunicar directamente com consumidores localizados em diferentes regiões, abriu novas oportunidades para o desenvolvimento de produtos inovadores, ofereceu amplas possibilidades de diferenciação de preços e melhorou a interligação de elementos dispersos. Também facilitou uma maior variedade de escolhas de produtos, promovendo uma oferta mais diversificada e adaptada às necessidades dos viajantes (Ali e Frew, 2013).

Comunidades virtuais

As comunidades virtuais s3o elementos essenciais na actividade turística, uma vez que servem de plataformas de intercâmbio e comunicaç3o, tanto entre os próprios clientes como entre estes e os residentes locais. Estas comunidades (Facebook, X, Instagram, TikTok...) facilitam a criaç3o de ligaç3es, a troca de experiências e a divulgaç3o de recomendaç3es, o que enriquece a experiências do viajante e promove um maior conhecimento e compreens3o dos destinos turísticos. Da mesma forma, as organizaç3es de turismo utilizam estas plataformas para compreender melhor o comportamento e as motivaç3es dos consumidores, ajudando a posicionar melhor os seus produtos, a oferecer serviços personalizados, a responder às reclamaç3es dos clientes e a determinar o que gostam e o que n3o gostam (Ali e Frew, 2013).

6.2. TECNOLOGIA E DESTINOS TURÍSTICOS SUSTENTÁVEIS

Os destinos turísticos s3o considerados sustentáveis quando conseguem equilibrar adequadamente os aspectos ambientais, econ3micos e socioculturais (Edgell, 2019; Valls, 2004). Gerir um destino turístico sustentável implica um desafio considerável para os gestores, que devem ser capazes de criar destinos competitivos que n3o só atraiam mais turistas, mas também ofereçam produtos atractivos e inovadores, disponham de infra-estruturas e serviços adequados e proporcionem experiências excepcionais e memoráveis aos visitantes. Nesta perspectiva, o aspecto essencial na gest3o de destinos sustentáveis é tomar as decis3es corretas, tanto no que diz respeito à afectaç3o de recursos como para assegurar a implementaç3o de práticas sustentáveis, tais como a criaç3o de emprego, a preservaç3o da natureza, a protecç3o do patrim3nio e o respeito pelos valores culturais. Para atingir este objectivo, é essencial ter acesso a informaç3es precisas, actualizadas e concisas para planear o turismo sustentável e promover o seu desenvolvimento. Além disso, é essencial fomentar a cooperaç3o entre as partes interessadas, estabelecer mecanismos que facilitem a recolha e a incorporaç3o dos seus pontos de vista no processo de desenvolvimento do turismo e dispor de estratégias para garantir e manter a satisfaç3o do turista (Ali e Frew, 2013; Edgell, 2019). Neste contexto, a tecnologia desempenha um papel especial neste processo, oferecendo soluç3es para a gest3o da informaç3o, a satisfaç3o dos turistas, a interpretaç3o dos recursos, a criaç3o de parcerias, a participaç3o da comunidade e a eficiências energética, permitindo assim uma gest3o mais eficiente e sustentável dos destinos. Por outro lado, a utilizaç3o da tecnologia no turismo torna-se uma valiosa ferramenta de gest3o da informaç3o para os gestores de destinos turísticos sustentáveis, uma vez que permite 1) a recolha de informaç3o sobre as experiências e actividades turísticas dos visitantes, como fonte de informaç3o; e 2) a organizaç3o, armazenamento, distribuic3o e análise da informaç3o relevante, o que facilita uma melhor tomada de decis3es no contexto do turismo sustentável. No entanto, os gestores de destinos turísticos sustentáveis também enfrentam desafios com o desenvolvimento da tecnologia, quer pela dificuldade em aceder e gerir a informaç3o obtida, quer pelo risco de sobrecarga de informaç3o (Ali e Frew, 2013). A seguir, apresenta-se um esboço de como a tecnologia pode ser utilizada em destinos turísticos sustentáveis.

A tecnologia facilita o acesso, o armazenamento e a análise de informaç3o relevante, permitindo aos gestores tomar decis3es informadas e estratégicas. Através de métodos robustos de monitorizaç3o e análise de dados, é possível recolher informaç3o sobre aspectos como indicadores ambientais, percursos utilizados pelos turistas, sua frequências de utilizaç3o, horários e padr3es de comportamento em relaç3o ao tempo, espaç3o e locais visitados. Esta informaç3o é essencial para um processo de tomada de decis3o mais adequado e sustentável na gest3o dos destinos

turísticos (Ali e Frew, 2013; El-Gayar e Fritz 2006). Neste sentido, o desenvolvemento de tecnoloxías em destinos turísticos sustentábeis, tais como sistemas de información de gestión ambiental, sistemas de información geográfica, sistemas de posicionamento global e sistemas de gestión de destinos, é esencial para a recolla e análise de datos relevantes. Estas ferramentas permiten non só obter información rigorosa e actualizada, mas tamén transformá-la em coñecemento aplicábel, facilitando a tomada de decisións estratégicas que favoreçam una gestión mais eficiente e sustentábel dos destinos turísticos (Ali e Frew, 2013; PNUMA, 2005).

A tecnoloxía contribuí para a satisfacción do turista ao mellorar a experiencia do visitante através da personalización dos servizos, do acceso à información em tempo real e da creación de interaccións mais ágeis e eficazes (Ali e Frew, 2013). Neste sentido, a satisfacción do turista é un elemento relevante para o desenvolvemento do turismo sustentábel, una vez que a manutención da satisfacción do turista non só incentiva o seu regreso ao destino, como tamén tem un impacto directo no ambiente económico do local (UNWTO, 2005). Da mesma forma, a satisfacción do turista tamén depende, em grande medida, da obtención de informacións exactas e completas (Buhais e O'Connor, 2005). Neste sentido, os turistas esperan un acceso ubíquo a información personalizada através de dispositivos como telemóveis e computadores portáteis. No entanto, o exceso de información na Internet, muitas veces desorganizada, pode gerar confusão e dificultar a tomada de decisións. Para mellorar a experiencia do turista, as organizacións de gestión de destinos podem utilizar tecnoloxías como os servizos baseados na localización, os sistemas de transporte intelixentes, o turismo virtual, os sistemas de gestión de destinos e os sistemas de posicionamento global para fornecer informacións precisas e actualizadas em tempo real (Ali e Frew, 2013).

A tecnoloxía ajuda a potenciar a interpretación dos destinos turísticos, un proceso educativo que procura revelar os significados e as relacións de un territorio, contribuíndo para a educación da comunidade, o orgullo local e o sentido de lugar (Ali e Frew, 2013). A través de diversas ferramentas dixitais, valores, cultura e historia podem ser transmitidos, o que non só atrai turistas, mas tamén contribuí para a educación da comunidade local. Além disso, esta divulgación tecnolóxica reforça o orgullo local e o sentimento de pertencenza dos residentes, promovendo a sua identidade e valores num contexto global. A interpretación, un aspecto relevante do turismo sustentábel, fornece aos turistas informacións sobre a importancia de un destino, enriquecendo a sua experiencia ao fomentar una atitude positiva em relación à conservación, preservación, historia, cultura e paisagem do local (Ali e Frew, 2013; Mason, 2020). Os métodos para alcanzar a interpretación do destino inclúem a educación, artefactos, medios de comunicación, sinalización, guías turísticos treinados, mapas e experiencias em primeira máo (Mason, 2020). Assim, tecnoloxías como os servizos baseados na localización, o turismo virtual e os sistemas de gestão de destinos facilitan a interpretación de un destino, fornecendo aos turistas informacións mais completas e accesíbeis antes e durante a sua visita, além de contribuírem para a protección e conservación do ambiente (Ali e Frew, 2013).

A tecnoloxía promove a cooperación e a colaboración entre as diferentes partes interessadas envolvidas na gestão de un destino turístico sustentábel (Ali e Frew, 2013). Nesta linha, Bramwell e Lane (2000) destacan que a parceria e a colaboración entre os intervenientes no destino turístico 1) facilitan a consciencialización e sensibilización para a importancia dos recursos naturais e socioculturais; 2) permiten o desenvolvemento de una abordagem integradora do planeamento turístico e da formulación de políticas; 3) contribúem para una distribución mais equitativa dos custos e beneficios, bem como para a aplicación de políticas que geram resultados mais justos para todas as partes interessadas; 4) promovem a participación das partes interessadas para un proceso de tomada de decisións mais capacitado, o

reforço das capacidades e o fomento de um sentido de propriedade e responsabilidade entre os envolvidos no destino turístico sustentável. Desta forma, tecnologias como o sistema de gestão de destinos turísticos servem as partes interessadas como uma ferramenta para uma melhor gestão da comunicação e incentivam uma maior cooperação na oferta de produtos e serviços turísticos (Buhalis e O'Connor, 2005).

As tecnologias facilitam a participação da comunidade, promovendo a inclusão das comunidades de acolhimento no processo de tomada de decisões através da integração de ferramentas de comunicação e plataformas colaborativas (Ali e Frew, 2013; UNWTO, 2005). Neste sentido, tecnologias como a simulação computacional, os sistemas de informação geográfica (SIG) e a informática comunitária podem ajudar a envolver as comunidades locais no processo de tomada de decisões. Estas ferramentas não só melhoram a participação da comunidade local, como também contribuem para uma gestão do turismo mais sustentável e equitativa, favorecendo um equilíbrio entre o desenvolvimento económico, a conservação ambiental e o bem-estar social (Ali e Frew, 2013).

A tecnologia contribui para a adopção e a aplicação de práticas sustentáveis através do controlo e da gestão eficaz do consumo de energia, dos transportes e de outros recursos essenciais. Neste contexto, os gestores de destinos turísticos sustentáveis devem ser capazes de adoptar estratégias e políticas de gestão sólidas destinadas a reduzir o impacto ambiental da actividade turística. Para tal, tecnologias como as calculadoras de carbono, os sistemas de transporte inteligentes e os sistemas de informação geográfica podem ajudar a medir e controlar o impacto energético e as emissões, apoiando a transição para um turismo mais sustentável (Ali e Frew, 2013).

6.2.1. TECNOLOGIAS NO TURISMO SUSTENTÁVEL

O uso das tecnologias, especialmente das TIC, tem um grande potencial para ser empregue na gestão do turismo sustentável, facilitando a implementação de práticas que promovam a conservação ambiental, a eficiência dos recursos e o desenvolvimento equilibrado dos destinos turísticos (Goya, 2024). De seguida, apresentam-se algumas tecnologias que podem desempenhar um papel fundamental na melhoria das práticas no âmbito do turismo sustentável (Ali e Frew, 2013).

Simulação por computador

A modelação através da simulação é uma ferramenta baseada nas TIC com o objectivo de gerir as necessidades de informação dos destinos e contribuir para a sua sustentabilidade. Neste contexto, os modelos de informação são ferramentas valiosas para o planeamento e gestão do turismo numa perspectiva ambiental, pois permitem antecipar e analisar o impacto das actividades turísticas no ambiente físico, facilitando a tomada de decisões sustentáveis (Ali e Frew, 2013). Deste modo, a simulação tem a vantagem de poder recriar cenários reais de situações demasiado complexas para serem observadas directamente ou analisadas através de métodos matemáticos tradicionais. Isto permite uma melhor compreensão dos potenciais impactos de várias práticas turísticas, possibilitando a tomada de decisões informadas com base em dados realistas e sustentáveis (Ali e Frew, 2013). Nesta linha, Lawson, (2006) propõe quatro formas de realizar uma simulação informática do planeamento e gestão do turismo baseado na natureza:

- Os modelos de simulação podem ser utilizados para descrever as condições de utilização dos visitantes que são intrinsecamente difíceis de observar: A simulação em computador pode ser utilizada para modelar o comportamento dos visitantes em áreas protegidas, onde a observação directa é complexa

devido à sua grande dimens3o e aos múltiplos pontos de acesso. Esta ferramenta permite a recriaç3o e análise de padrões de utilizaç3o turística (informaç3es sobre a utilizaç3o pelos visitantes recolhidas em pontos de passagem, áreas de estacionamento, centros de visitantes, etc.), fornecendo dados valiosos para gerir mais eficazmente os fluxos de visitantes e minimizar os impactos nas áreas naturais protegidas.

- Os modelos de simulaç3o podem ser utilizados para monitorizar o estado de variáveis indicadoras ‘difíceis de medir’: os gestores de destinos podem utilizar esta ferramenta para desenvolver planos de gest3o que redirecionem a carga turística de zonas de utilizaç3o intensiva para zonas de utilizaç3o limitada. Os gestores de destinos podem utilizar esta ferramenta para desenvolver planos de gest3o que redirecionem a carga turística de áreas de utilizaç3o intensiva para áreas de utilizaç3o limitada, o que lhes permite compreender melhor a forma como os turistas distribuem o seu tempo, espaço e actividades durante as férias, facilitando o planeamento de estratégias que promovam um turismo mais equilibrado e sustentável.
- Os modelos de simulaç3o podem ser utilizados para testar a eficácia de práticas de gest3o alternativas através da simulaç3o de cenários que visam facilitar a melhor tomada de decis3es: Esta ferramenta permite abordar várias quest3es, como a capacidade de carga dos destinos, bem como incentivar o envolvimento e a participaç3o das comunidades locais. Desta forma, permite uma abordagem mais inclusiva e colaborativa da gest3o do turismo, promovendo soluç3es mais sustentáveis e adaptadas às necessidades de todas as partes interessadas.
- Os dados dos modelos de simulaç3o podem ser utilizados para orientar a concepç3o de uma investigaç3o mais realista sobre as atitudes do público relativamente à gest3o dos visitantes e à utilizaç3o das áreas naturais protegidas pelos visitantes.

Sistema de gest3o de destinos

O Sistema de Gest3o de Destinos (SGD) é uma infra-estrutura tecnológica abrangente concebida para centralizar, organizar e distribuir uma vasta gama de serviços e produtos turísticos numa regi3o específica através de vários canais e plataformas digitais (Horan e Frew, 2007). Este sistema fornece soluç3es de ponta a ponta através da integraç3o de tecnologias como portais Web, intranets, sistemas de reserva, serviços ao cliente e outras ferramentas digitais. Desta forma, contribui para o marketing, a promoç3o e a gest3o eficientes do destino, facilita a coordenaç3o entre as partes interessadas, fomenta a criaç3o de ferramentas de divulgaç3o de informaç3o sobre práticas sustentáveis e promove a concepç3o de estratégias orientadas para o mercado, reforçando assim a competitividade e a sustentabilidade do destino (Ali e Frew, 2013). Em particular, os sistemas de gest3o de destinos s3o caracterizados por (Ali e Frew, 2013):

- Prestar apoio às actividades das organizaç3es responsáveis pelo planeamento e desenvolvimento estratégico de destinos turísticos sustentáveis, contribuindo para reforçar a vantagem competitiva de um destino com a integraç3o das TIC e a utilizaç3o da Internet.
- Apoiar as áreas de marketing e promoç3o do destino, uma vez que facilita o acesso a informaç3o detalhada sobre as actividades e a diversidade de produtos oferecidos pelo destino. Isto contribui para a atracç3o dos segmentos de mercado mais adequados, aumenta o número de visitantes e garante a disponibilidade de dados completos e actualizados. Tudo isto permite aos destinos consolidar uma presença sólida e eficaz tanto online como nos mercados turísticos, optimizando a sua visibilidade e competitividade.

- Providencia apoio à gest3o de destinos ao atender às necessidades de informa3o das partes interessadas, melhorar a satisfa3o dos clientes e posicionar o destino como uma entidade integrada. Isto permite apresentar uma oferta coesa e estrat3gica, em vez de a fragmentar numa s3rie de produtos e servi3os independentes.
- Contribuir para o desenvolvimento do turismo sustent3vel atrav3s da promo3o de pr3ticas de gest3o sustent3vel dos recursos naturais, econ3micos e socioculturais de um destino. Tal inclui, por exemplo, o refor3o dos benef3cios socioculturais atrav3s da partilha de informa3es sobre a cultura, os costumes e a hist3ria do destino, promovendo assim uma melhor compreens3o entre os turistas e a comunidade local; incorporar guias para turistas sobre como se comportar de forma sustent3vel em seu site, oferecendo recomenda3es para poupar energia, reduzir a pegada de carbono e otimizar o uso da 3gua; sensibilizar os turistas para o destino antes da sua visita, fornecendo-lhes informa3es relevantes sobre transportes, seguran3a, eventos, cultura, hist3ria e costumes locais; o Cria3o de um sistema de informa3o comunit3rio para promover a coes3o social e a sensibiliza3o da comunidade para o seu papel na tomada de decis3es em mat3ria de turismo.

Sistema de Informa3o de Gest3o Ambiental

O Sistema de Informa3o de Gest3o Ambiental (SIGMA) 3 um conjunto de ferramentas de informa3o que suportam o sistema de gest3o ambiental (PNUA, 2000). Assim, este sistema recolhe, analisa e comunica sistematicamente dados relacionados com as pr3ticas ambientais de uma empresa, permitindo-lhe monitorizar, otimizar e melhorar continuamente os seus processos de gest3o ambiental (BTI Consulting Group, 2001). Em particular, o sistema de informa3o para gest3o ambiental 3 caracterizado por (Ali e Frew, 2013; PNUA, 2000):

- A coordena3o de actividades como o rastreio de res3duos, o controlo de emiss3es, a programa3o de tarefas, a gest3o de licenciamento e documenta3o, a realiza3o de an3lises custo-benef3cio e a selec3o de materiais alternativos 3 uma fun3o essencial de um sistema de gest3o ambiental.
- Prestar apoio como ferramenta de sistema de informa3o para a gest3o de dados, atrav3s da recolha de informa3o relacionada com o desempenho, facilitando a media3o de desempenho e a melhoria de processos atrav3s da utiliza3o das TIC. Isso inclui a implementa3o de sistemas de aquisi3o de dados em tempo real, bancos de dados, sistemas de informa3o geogr3fica, bem como ferramentas de business intelligence, intelig3ncia computacional e integra3o de sistemas corporativos, permitindo an3lises mais profundas e tomadas de decis3o mais informadas e eficientes.
- Dar suporte ao sistema interno de gest3o ambiental da empresa e atender às necessidades de portabilidade dos diversos stakeholders.

A implementa3o de um sistema de informa3o para a gest3o ambiental tem um impacto directo na actividade tur3stica sustent3vel. Este tipo de sistema facilita a gest3o eficiente dos recursos naturais e promove pr3ticas respons3veis tanto entre os turistas como entre os intervenientes na actividade tur3stica. O sistema permite monitorizar o impacto das actividades tur3sticas atrav3s da integra3o de dados ambientais em tempo real, facilitando a tomada de decis3es informadas para reduzir a pegada ecol3gica e promover a conserva3o. Ao mesmo tempo, incentiva a adop3o de estrat3gias sustent3veis no planeamento e opera3o do destino tur3stico (Ali e Frew, 2013; El-Gayar e Fritz, 2006). A seguir, s3o descritas algumas

tecnologias em sistemas de informação para gestão ambiental que são utilizadas na adopção de práticas sustentáveis na actividade turística (Ali e Frew, 2013; El-Gayar e Fritz, 2006):

- Monitorização e cumprimento da legislação e regulamentação ambiental: Bases de dados legais e ambientais sobre saúde e segurança; Sistemas de auditoria.
- Gestão de energia e prevenção da poluição (redução de resíduos, emissões e eficiência nos processos existentes): Contabilização dos custos ambientais, gestão de resíduos, rastreio de emissões.
- Ecoeficiência: Métricas de desempenho de negócios, balanced scorecards, processamento analítico on-line e ferramentas de consulta.
- Gestão de Produtos: Análise do ciclo de vida do produto, previsão de impacto, integração da cadeia de abastecimento.
- Consideração do impacto a longo prazo da empresa e as implicações do triplo resultado: Modelação de sistemas em larga escala, simulação, partilha de informação com as partes interessadas e o público.

Sistemas de Informação Geográfica

O Sistema de Informação Geográfica (SIG) é um conjunto de ferramentas computacionais cujo objectivo é recolher, armazenar, recuperar, mapear, analisar, transformar e visualizar dados espaciais e não espaciais do espaço geográfico (Ali e Frew, 2013; Chancellor e Cole, 2008). No domínio do turismo, este sistema facilita a tomada de decisão através da integração de consultas e análises estatísticas de bases de dados, com o objectivo de visualizar e representar dados geográficos, contribuindo para o planeamento e gestão eficientes dos destinos turísticos (Ali e Frew, 2013). Entre as suas aplicações, incluem-se: Analisar diferentes cenários para prever resultados conforme diversas variáveis, realizar auditorias dos recursos e condições turísticas, identificar locais potenciais para novos desenvolvimentos, elaborar modelos preditivos, segmentar mercados, examinar a relação espacial entre o uso dos recursos e a distância percorrida, encontrar rotas de viagem alternativas, identificar zonas afectadas ou danificadas por catástrofes naturais e controlar a poluição e avaliar os efeitos das mudanças climáticas (Lee e Graefe, 2004).

Os SIG são também valiosos para a tomada de decisões relacionadas com a sustentabilidade social, uma vez que facilitam a consulta pública e promovem a participação da comunidade nos processos de planeamento e desenvolvimento do turismo sustentável. Isso permite que as necessidades e opiniões da comunidade local sejam integradas, garantindo que o desenvolvimento do turismo seja inclusivo e benéfico para todos os actores envolvidos (Ali e Frew, 2013). Neste sentido, como indicam Chancellor e Cole (2008) e Ali e Frew (2013), este sistema contribui para a sustentabilidade através da:

- Integração e gerenciamento de dados de várias fontes: ajuda a consolidar informações de várias fontes, garantindo que a sustentabilidade seja um factor central no processo de tomada de decisão. Esta integração facilita uma visão mais completa e coerente para enfrentar os desafios do turismo sustentável.
- A identificação, monitorização e medição de indicadores: Os indicadores destinados a avaliar o turismo sustentável podem ser actualizados de forma ágil, fornecendo informações mais precisas e oportunas. Isto melhora tanto a análise como a tomada de decisões, permitindo a implementação de estratégias mais eficazes para a gestão sustentável dos destinos turísticos.
- A elaboração de um inventário de recursos em uma área seleccionada para desenvolvimento: Ajuda a avaliar a adequação de áreas específicas para o desenvolvimento turístico, identificando aquelas que são adequadas para

projectos, aquelas que precisam de protec33o e aquelas que enfrentam problemas. Al3m disso, delimita o 3mbito das 3reas afectadas, incluindo a comunidade local; acompanha as altera33es na utiliza33o dos solos e nas suas capacidades; e sensibiliza as partes interessadas para as externalidades e os potenciais impactos das suas decis33es.

- Visualiza33o de 3reas antes e depois dos desenvolvimentos propostos: Facilita a cria33o de simula33es que permitem 3 comunidade anfitri3 e desenvolvedores observar os poss3veis resultados dos projectos propostos e como eles poderiam transformar a 3rea ao longo do tempo. Isso tamb3m abre a possibilidade de avaliar e considerar alternativas mais sustent3veis ou adequadas.

Software especializado

O sector do turismo disp3e de software especializado concebido para mitigar os efeitos negativos associados ao turismo (Ali e Frew, 2013). Entre eles encontram-se (Ali e Frew, 2013):

- O software de an3lise de impacto econ3mico facilita a cria33o de modelos e estimativas de impactos econ3micos, gerando relat3rios detalhados e acess3veis que mostram como o dinheiro derivado do turismo entra num destino e contribui para gerar mais receita. Isto n3o s3o melhora a transpar3ncia, como tamb3m refor3a a sustentabilidade e a viabilidade econ3mica do turismo no destino.
- A gest3o da informa33o clim3tica facilita a previs3o e o planeamento dos efeitos das altera33es meteorol3gicas, clim3ticas e oce3nicas na actividade tur3stica. Os dados gerados podem ser partilhados com as empresas locais, refor3ando as suas estrat3gias de planeamento e resposta 3s altera33es das condi33es meteorol3gicas.

Tecnologia m3vel

Os dispositivos de comunica33o m3vel desempenham um papel importante no desenvolvimento do turismo sustent3vel, permitindo aos turistas aceder a informa33es r3pidas, flex3veis e convenientes. Ao mesmo tempo, permitem que os servi3os tur3sticos sejam personalizados de acordo com as necessidades individuais dos viajantes, o que melhora sua experi3ncia e incentiva pr3ticas mais sustent3veis, facilitando a gest3o eficiente dos recursos tur3sticos (Ali e Frew, 2013). Nesta linha, existem duas ferramentas baseadas nas TIC, servi3os baseados na localiza33o e sistemas de transporte inteligentes, que melhoram a experi3ncia do turista, promovem a sustentabilidade e facilitam a mobilidade nos destinos tur3sticos (Ali e Frew, 2013):

- Servi3os baseados em localiza33o s3o aqueles que usam a localiza33o do dispositivo m3vel do turista para fornecer informa33es personalizadas e em tempo real sobre servi3os pr3ximos, como a localiza33o de pessoas, objectos e lugares; a descoberta de rotas; a busca por objectos pr3ximos (restaurantes, atra33es tur3sticas, hot3is e outras op33es relevantes); e informa33es sobre as condi33es de viagem, como actualiza33es de tr3nsito. Estes servi3os permitem aos turistas tomar decis33es enquanto exploram um destino, otimizando a sua experi3ncia e reduzindo a necessidade de recursos impressos, contribuindo para a sustentabilidade.
- Sistemas de transporte inteligentes s3o aqueles que empregam tecnologias avan3adas, como GPS e sistemas de gest3o de tr3fego, para otimizar o fluxo de pessoas e ve3culos dentro de um destino tur3stico. Estes sistemas oferecem informa33o em tempo real sobre o tr3fego, os itiner3rios mais

eficientes e os transportes p3blicos dispon3veis, melhorando a mobilidade dos turistas. Ao reduzir o tempo de viagem, evitar o congestionamento e promover uma utiliza33o mais eficiente dos transportes, estes sistemas contribuem tanto para pr3ticas de turismo sustent3veis como para uma experi3ncia tur3stica mais agrad3vel e eficiente.

Inform3tica comunit3ria

A inform3tica comunit3ria 3 uma ferramenta baseada nas TIC que ajuda a promover a participa33o das comunidades de acolhimento nas decis3es que as afectam atr3s do desenvolvimento pessoal, social, cultural ou econ3mico. Nesse sentido, a computa33o comunit3ria 3 caracterizada por melhorar a vida dos moradores, fortalecer as capacidades locais e permitir que as comunidades descubram e aproveitem seu potencial (Ali e Frew, 2013). Al3m disso, a inform3tica comunit3ria facilita processos como a participa33o democr3tica, o desenvolvimento do capital social, o empoderamento de grupos marginalizados, o fortalecimento da identidade comunit3ria e a promo33o do desenvolvimento econ3mico sustent3vel (Milne et al., 2005). Consequentemente, a inform3tica comunit3ria apoia o crescimento e a coes3o das comunidades de acolhimento, promovendo a participa33o activa dos seus membros nas decis3es que as afectam. Esta ferramenta baseada nas TIC facilita a gest3o comunit3ria, promove um turismo mais inclusivo e equitativo e contribui para o desenvolvimento de pr3ticas sustent3veis. Al3m disso, ajuda a melhorar o bem-estar da popula33o local, garantindo que os benef3cios do turismo sejam distribu3dos de forma justa e que as comunidades de acolhimento possam alavancar os seus recursos e capacidades para impulsionar o seu desenvolvimento econ3mico e social (Ali e Frew, 2013).

Turismo virtual

O turismo virtual refere-se a uma experi3ncia tur3stica que ocorre em um ambiente digital, que actua como um substituto para a experi3ncia real de viajar fisicamente para um destino (Ali e Frew, 2013). Atr3s de tecnologias como a realidade virtual (VR) e a realidade aumentada (AR), os utilizadores podem explorar locais remotos, monumentos hist3ricos ou paisagens naturais sem terem de se deslocar fisicamente. Neste sentido, a realidade virtual pode desempenhar um papel fundamental na gest3o do turismo sustent3vel, especialmente em situa33es onde o turismo tradicional pode ter um impacto negativo, como 1) em destinos com excesso de capacidade, vulner3veis ou em risco de o ser devido ao turismo de massas, permitindo aos turistas explorar virtualmente sem contribuir para a deteriora33o do local; 2) sensibilizar os turistas para as caracter3sticas e o contexto de um destino antes da sua visita, promovendo um comportamento respons3vel e respeitoso; 3) como substituto de actividades tur3sticas socialmente inaceit3veis ou nocivas (ca3a ou turismo sexual), oferecendo uma alternativa 3tica e respons3vel; 4) para turistas interessados em actividades perigosas (escalada ou esqui em alto mar), permitindo-lhes gozar dessas experi3ncias de forma segura e virtual, sem se expor aos riscos inerentes; e 5) para 3reas onde o turismo ou destinos est3o em decl3nio, promovendo o local sem comprometer a sua integridade (Goyal, 2024; Swarbrooke 1999). Esta modalidade permite vivenciar destinos tur3sticos de forma imersiva, a partir do conforto de uma casa, al3m de ser uma ferramenta para promover lugares ou oferecer alternativas sustent3veis ao turismo tradicional (Ali e Frew, 2013; Goyal, 2024). Com a realidade aumentada, os turistas experimentam aventuras imersivas de 360 graus, onde as barreiras tradicionais de espa3o e tempo s3o superadas. Segundo Goyal, (2024) a realidade aumentada permite 1) a possibilidade de explorar destinos remotos, viajar para tempos hist3ricos ou mergulhar em mundos fant3sticos, tudo sem a necessidade de viajar fisicamente; 2) participar em rituais culturais, celebra33es e tradi33es locais, fomentando a consciencializa33o e compreens3o das diferentes culturas; 3) oferecer experi3ncias emocionantes, como excurs3es virtuais,

desportos intensos e encontros com criaturas raras para quem busca aventura; 4) viagens para pessoas com problemas de mobilidade.

Redes sociais

O avanço das TIC e o desenvolvimento da Internet oferece aos consumidores não apenas o acesso à informação, mas também a possibilidade de criar conteúdos e participar activamente em conversas em torno a esses conteúdos. Entre eles encontram-se as redes sociais X, Instagram e TikTok; as wikis como a Wikipedia; blogs, podcasts e espaços para partilhar conteúdo como o YouTube, entre outros. Este fenómeno é uma ferramenta valiosa que pode ajudar a promover o turismo sustentável ao dar voz às comunidades anfitriãs e ao fornecer informações aos turistas sobre o destino e o seu contexto cultural, social e ambiental. Além disso, para as organizações turísticas, as redes sociais constituem um meio eficaz para trocar informações com outras entidades e com as comunidades locais, facilitando a implementação de práticas empresariais sustentáveis na indústria (Ali e Frew, 2013).

Identificação por radiofrequência (RFID)

A identificação por radiofrequência, ou tecnologia RFID, é uma tecnologia que utiliza ondas de rádio para identificar objectos de forma única, permitindo que centenas deles sejam lidos simultaneamente. No domínio do turismo, esta tecnologia oferece uma vasta gama de aplicações, incluindo sistemas de localização e controlo, sistemas de pagamento sem contacto e fornecimento de informações. Esta tecnologia tem um grande potencial para contribuir para o desenvolvimento do turismo sustentável, facilitando o controlo de mercadorias ao longo da cadeia de abastecimento, enfrentando desafios relacionados com o consumo responsável e a rastreabilidade dos produtos. Da mesma forma, os turistas podem beneficiar desta tecnologia para tornar as transações mais rápidas e fáceis no seu destino, bem como para aceder a informações relevantes de forma eficiente, melhorando assim a sua experiência de viagem (Ali e Frew, 2013).

6.3. TECNOLOGIA E GESTÃO SUSTENTÁVEL

A tecnologia desempenha um papel significativo na actividade turística, uma vez que facilita tanto a sustentabilidade como a eficiência da cadeia de oferta turística e, conseqüentemente, no destino turístico sustentável. Nesse sentido, ferramentas tecnológicas como sistemas de gestão de destinos, sistemas de gestão baseados na web, simulação, sistemas de informação para gestão ambiental, software especializado, inteligência artificial ou telefonia móvel podem ajudar na coordenação, transparência e colaboração entre os diferentes actores da cadeia. Isto permite, por um lado, melhorar o modelo económico de desenvolvimento turístico e, por outro, minimizar os impactos ambientais, promover a confiança dos consumidores e responder à crescente procura de práticas responsáveis e sustentáveis. Abaixo estão alguns aspectos da cadeia de suprimentos de um destino turístico sustentável e como o uso da tecnologia pode contribuir significativamente para a sustentabilidade e eficiência dessa cadeia de suprimentos.

Colaboração e integração dos agentes envolvidos

Como foi indicado na secção anterior, a actividade turística destaca-se pela diversidade e quantidade de actores que participam no seu desenvolvimento e operação (Valls, 2004). Os agentes que fazem parte do destino turístico tomam decisões de forma independente em áreas como preços e alocação de recursos. No entanto, essas decisões podem repercutir directamente nos ganhos e resultados dos demais membros, devido à interconexão inerente a estas redes. Dada a diversidade

de elementos e componentes que articulam os pacotes turísticos, é esencial promover a colabora33o entre fornecedores, concorrentes e consumidores. Assim, a tecnologia ajuda a construir um modelo de turismo mais sustentável, pois permite superar a fragmenta33o inerente ao sector por meio da colabora33o entre seus diversos actores (Ali e Frew, 2013; Song, 2012).

Esta colabora33o de todos os agentes (fornecedores, consumidores e concorrentes) resulta na integra33o dos processos de actividade turística, o que, por sua vez, promove uma maior competitividade no sector (Song, 2012). Esta abordagem colaborativa permite uma resposta mais rápida e flexível à evolu33o da dinâmica do mercado no quadro dos princípios da sustentabilidade. A colabora33o pode manifestar-se na troca de informa333es e na integra33o de processos, ajudando na tomada de decis33es conjuntas no planeamento estratéxico do destino turístico, na previs33o, concep333o e/ou distribui333o de produtos turísticos (Ali e Frew, 2013). Em suma, as tecnologias podem facilitar a integra33o dos fornecedores na cadeia de abastecimento do turismo, o que, por sua vez, melhora a competitividade, a flexibilidade e a capacidade de resposta. Além disso, o uso adequado da tecnologia contribui para a redu333o de desperdícios, otimizando recursos e promovendo práticas mais sustentáveis dentro do sector.

Previs33o e planeamento da demanda

A previs33o da demanda é um aspecto significativo no planeamento da demanda futura do destino turístico. Para obter uma estimativa da demanda precisa, é essencial que haja um intercâmbio harmonioso de informa333es e colabora33o entre os diferentes intervenientes (Zhang et al., 2009). Esta colabora33o permite uma vis33o mais clara e precisa das tendências do mercado, contribuindo para uma melhor tomada de decis33o e otimiza333o de recursos na cadeia de abastecimento do turismo. Desta forma, a tecnologia é uma grande aliada por 1) ajudar a projectar modelos preditivos mais precisos para estimar a demanda, 2) fornecer sistemas de apoio para facilitar e desenvolver esses processos e 3) ser um meio útil de partilha de informa333es entre as partes interessadas (Ali e Frew, 2013). Portanto, o uso da tecnologia facilita a melhoria das previs333es, pois permite maior precis33o e garante um fluxo de informa333es mais eficiente entre os agentes do destino turístico.

Transparência na cadeia de abastecimento

A satisfa333o dos turistas com o destino turístico implica muitas vezes fornecer informa333es sobre a origem dos produtos turísticos que recebem. Ou seja, isso inclui detalhes sobre os materiais, recursos e processos usados em toda a cadeia de abastecimento do destino. Nesta situa333o, as tecnologias, e especificamente as tecnologias baseadas na Web, podem ser uma ferramenta valiosa para ajudar os fornecedores a ter uma vis33o completa da cadeia de abastecimento, facilitar a tomada de decis333es informadas e melhorar a colabora33o (Ali e Frew, 2013). Estas ferramentas tecnológicas contribuem 1) para a troca fluida de informa333es e 2) para alcan33ar uma vantagem competitiva sustentável através da tecnologia. Nesta linha, a utiliza333o de tecnologias permite que a informa333o seja estabelecida e partilhada de forma mais fluida para uma tomada de decis33o mais rápida e precisa, o que se traduz numa otimiza333o da cadeia de abastecimento. Essa troca de informa333es pode ser orientada para a demanda, que se refere à troca de informa333es relacionadas a vendas, perfis de clientes e gest33o de relacionamento com clientes e fornecedores, que se refere aos níveis de estoque. Por sua vez, a colabora33o informativa entre todos os agentes envolvidos na cadeia de oferta turística pode ajudar o destino a obter uma vantagem competitiva. Neste sentido, a integra333o tecnológica proporciona uma vantagem competitiva ao melhorar a eficiênci33a da cadeia de abastecimento e permitir uma resposta mais rápida, flexível e sustentável, contribuindo para a melhoria do desempenho organizacional (Ali e Frew, 2013). O

sucesso da integra33o tecnol3gica depende de uma s3rie de factores, como organizacionais, funcionais e tecnol3gicos, bem como de mecanismos internos de integra33o e difus3o entre os agentes envolvidos na cadeia de suprimentos (Ali e Frew, 2013; Ranganathan et al., 2011). Seguem-se alguns exemplos da utiliza33o de tecnologias na cadeia de abastecimento (Ali e Frew, 2013).

- A simula33o fornece informa33es valiosas que permitem uma an3lise detalhada das actividades dos parceiros da cadeia de suprimentos na cadeia para determinar impactos ambientais, inefici3ncias e lacunas na cadeia, e como a energia pode ser economizada.
- As tecnologias de rastreamento, como etiquetas RFID, s3o usadas para obter informa33es sobre a origem de seus produtos, como eles passam pela cadeia de suprimentos e medir sua pegada ambiental. Esta ferramenta permite, em suma, acompanhar a sustentabilidade tanto dos agentes no processo como a sustentabilidade dos recursos utilizados.
- Os servi3os em nuvem permitem o acesso remoto, em qualquer lugar e a qualquer momento, a software, armazenamento de arquivos e processamento de dados atrav3s da Internet, sem a necessidade de se conectar a um computador pessoal ou servidor local. Isto permite que a informa33o seja partilhada e gerida de forma eficiente e sustent3vel. A rede estabelecida com estes servi3os contribui para a constru33o e fortalecimento de rela33es, redes e comunidades que podem transformar as cadeias de abastecimento do turismo e potenciar o desenvolvimento econ3mico ao n3vel do destino. Esses sistemas incluem planeamento antecipado e planeamento de recursos empresariais.
- Software especializado fornece uma vis3o geral da cadeia de abastecimento e ajuda a gerenciar a demanda e a oferta. Estes tipos de ferramentas funcionam como sistemas de apoio 3 tomada de decis3o atrav3s da an3lise de cen3rios ou para visualizar as diferentes rela33es com fornecedores e considerar os impactos dessas rela33es para a empresa e para o consumidor. Ao oferecer dados precisos e em tempo real, um software especializado otimiza a tomada de decis3es estrat3gicas, melhorando a efici3ncia operacional e contribuindo para uma gest3o mais sustent3vel e competitiva no sector do turismo.

As TIC s3o tamb3m um instrumento inestim3vel para dar maior visibilidade 3s quest3es de sustentabilidade, ajudando a melhorar a sensibiliza33o dos consumidores e promovendo uma maior procura de produtos e servi3os que respeitem os princ3pios da sustentabilidade. Estas ferramentas digitais facilitam tanto o acesso 3 informa33o sobre as pr3ticas respons3veis das empresas de turismo como a interac33o directa com os consumidores, contribuindo para uma tomada de decis3o mais informada e respons3vel.

RESUMO DO CAP3TULO

O avan3o das Tecnologias da Informa33o e Comunica33o (TIC) transformou o sector do turismo, melhorando a competitividade e as experi3ncias dos viajantes e facilitando pr3ticas sustent3veis. O uso de tecnologias como blockchain e intelig3ncia artificial facilitou experi3ncias imersivas e transa33es seguras, a Internet das Coisas (IoT), que colecta e processa dados para melhorar a experi3ncia do usu3rio, melhorou a gest3o da informa33o. Por sua vez, tamb3m capacitaram os consumidores, oferecendo-lhes mais acesso 3 informa33o, facilitando a personaliza33o dos servi3os. As TIC reconfiguraram a rela33o com os agentes envolvidos, permitindo a comercializa33o directa e reduzindo a interven33o de

intermediários. Por último, as comunidades virtuais têm favorecido a interacção entre clientes e destinos, enriquecendo a experiéncia do turista.

Os destinos turísticos sustentáveis procuram equilibrar os aspectos ambientais, económicos e socioculturais, o que representa um desafio para os gestores, que devem criar destinos atractivos, competitivos e com produtos inovadores. A chave para uma gestão eficaz destes destinos é tomar decisi3es informadas sobre a utilizaç3o dos recursos e a implementaç3o de práticas sustentáveis, como a preservaç3o da natureza e a protecç3o do patrim3nio cultural. Neste contexto, a tecnologia desempenha um papel crucial, facilitando a recolha, análise e divulgaç3o de informaç3o relevante. Ferramentas como sistemas de informaç3o para gestão ambiental, sistemas de informaç3o geográfica, software especializado, tecnologia móvel ou computaç3o comunitária, permitem otimizar a tomada de decisi3es e melhorar a experiéncia do turista. Tudo isto promove a cooperaç3o entre os actores envolvidos, a participaç3o das comunidades de acolhimento e práticas de gestão sustentável, contribuindo para um turismo mais eficiente e amigo do ambiente.

A tecnologia desempenha um papel fundamental na sustentabilidade e eficiéncia dos destinos turísticos sustentáveis e, em particular, na sua cadeia de abastecimento, favorecendo a coordenaç3o e a colaboraç3o entre os vários intervenientes no destino. Nesse sentido, ferramentas tecnológicas como sistemas de gestão de destinos, inteligéncia artificial e telefonia móvel melhoram processos, contribuindo para a competitividade do sector e reduzindo impactos ambientais, sociais e económicos. Nessa linha, a tecnologia facilita a previs3o de demanda por meio de modelos preditivos e da troca fluida de informaç3es entre os agentes, auxiliando na tomada de decisi3o e alocaç3o de recursos. Por outro lado, as tecnologias baseadas na Internet promovem a transparéncia na cadeia de abastecimento, permitindo aos consumidores conhecer a origem e os processos dos produtos turísticos. A utilizaç3o de simulaç3o, RFID e serviços na nuvem permite medir os impactos ambientais e gerir a informaç3o de forma eficiente, promovendo uma maior sustentabilidade. As TIC também aumentam a sensibilizaç3o dos consumidores para práticas responsáveis, contribuindo para uma procura mais informada e sustentável.

QUEST3ES DE COMPREENS3O

1. Como as preferéncias dos consumidores e o comportamento turístico mudaram nos últimos anos com a adopç3o de novas tecnologias?
2. Existem exemplos de destinos turísticos que tomaram medidas significativas para reduzir o consumo de energia relacionado com o turismo? Quais foram essas medidas?
3. Que tecnologias s3o relevantes para o desenvolvimento do modelo turístico na sua área?

BIBLIOGRAFIA

- Ali, A., e Frew, A. (2013). *Information and communication technologies for sustainable tourism*. Routledge.
- BTI Consulting Group. (2001). *Market opportunities in the environmental management information systems market*. The BTI Consulting Group.
- Bramwell, B. e Lane, B. (2000). Collaboration and partnerships in tourism planning. En B. Bramwell, y B. Lane (eds.). *Tourism collaboration and partnerships: politics, practice and sustainability* (pp. 1-19). Channel View Publications.
- Buhalis, D. (2003). *e-Tourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. Financial Times Prentice Hall.

- Buhalis, D. e O'Connor, P. (2005). Information communication technology – revolutionizing tourism. En D. Buhalis y C. Costa (eds.), *Tourism management dynamics: trends, management* (pp. 7-16), Routledge.
- Chancellor, C., e Cole, S. (2008). Using geographic information system to visualize travel patterns and market research data. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), 341-354.
- Edgell Sr, D. L. (2019). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429318122>
- El-Gayar, O., e Fritz, B. D. (2006). Environmental management information systems (EMIS) for sustainable development: a conceptual overview. *Communications of the Association for Information Systems*, 17(1), 34. <https://doi.org/10.17705/1CAIS.01734>
- Goyal, J. (2024). Enhancing tourism through information communication technology. En A. Sharma (ed.), *International Handbook of Skill, Education, Learning, and Research Development in Tourism and Hospitality* (pp. 1-8). Springer Nature Singapore.
- Horan, P. e Frew, A. J. (2007). Destination eMetrics. En Frew, J.A. (ed.). *Proceedings of the travel distribution summit*, Europe Research Conference 2007 (pp. 25-44). Axon Imprint. <https://doi.org/10.21427/D7177K>
- Lawson, S. R. (2006). Computer simulation as a tool for planning and management of visitor use in protected natural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 600-617. <https://doi.org/10.2167/jost625.0>
- Lee, B., e Graefe, A. (2004). *GIS: a tool to locate new park and recreation services*. CABI Digital Library.
- Mason, P. (2020). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge.
- Milne, S., Speidel, U., Goodman, T., e Clark, V. (2005). Tourism, ICT and regional economic development: The case of kiwitrails. En *Information and Communication Technologies in Tourism 2005* (pp. 114-124). Springer.
- Ranganathan, C., Teo, T. S., e Dhaliwal, J. (2011). Web-enabled supply chain management: Key antecedents and performance impacts. *International Journal of Information Management*, 31(6), 533-545. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2011.02.004>
- OMT. (2005). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook - Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos Guía práctica (Versión española)*, UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284408382>
- PNUMA (2000). Creación de un sistema de información sobre la gestión medioambiental (EMIS). Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- PNUMA (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. United Nations World Tourism Organization.
- Song, H. (2012). *Tourism supply chain management*. Routledge.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. CABI Publishing Series. <https://doi.org/10.1079/9780851993140.0000>

Valls, J. F. (2004). *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Gestión 2000.

Zhang, X., Song, H., e Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism management*, 30(3), 345-358. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>

EXPLORE MAIS: VÍDEO DE RESUMO DO CAPÍTULO 6

Para reforçar os principais conceitos abordados no capítulo 6, convidamo-lo a digitalizar o seguinte código QR. No vídeo você encontrará um resumo visual que complementa o conteúdo do capítulo 6, destacando os seus pontos principais.



