

7.3.6 Modelos e planeamento turístico (D1.5)

A dimensão D1.5 inclui cinco variáveis sobre o modelo turístico apropriado para a região e a sua adequabilidade e implementação à realidade do território. Na análise das respostas verifica-se a existência de uma significativa heterogeneidade dos dados por variável (Quadro 36).

Todos os grupos de *stakeholders* apresentam um nível de satisfação bastante moderado, tanto com a adequabilidade do modelo de planeamento turístico (média de 2,74), como a sua implementação (média de 2,86), e apenas os grupos GR e PL apresentam uma avaliação média superior a três nas duas variáveis.

Quadro 36 | Concordância e indicações sobre o modelo de desenvolvimento turístico da RAA

D1.5 - Modelos e planeamento turístico		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ									
11.6	O modelo de desenv. turístico da RAA definido nos instrumentos de planeamento da região é bastante adequado	2,56	2,85	2,59	2,87	2,42	2,94	3,26	3,03	2,74	0,85	**
11.7	As entidades responsáveis pela gestão turística na RAA têm vindo a implementar o modelo definido no POTRAA	2,76	2,75	2,91	3,09	2,50	2,50	3,11	3,07	2,86	0,79	
11.8	O desenv. do turismo na RAA deve privilegiar a garantia da sustentabilidade ambiental, sociocultural e económica	4,73	4,53	4,63	4,60	4,66	4,77	4,50	4,58	4,64	0,54	
11.9	O modelo de desenv. tur. para a RAA deve ser integrado e estritamente interligado c/ outros ambientes e setores	4,40	4,36	4,48	4,48	4,63	4,64	4,60	4,42	4,49	0,69	
11.20	A RAA deve promover o desenv. turístico essencialmente nas ilhas com maior potencial turístico	3,25	3,50	3,42	3,63	3,03	3,23	3,45	3,21	3,33	1,29	

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

Realça-se também a elevada concordância com a necessidade do modelo de desenvolvimento turístico ter como base o paradigma da sustentabilidade (média de 4,64) e de se garantir a interligação com outros setores (média de 4,49). Como se verifica na figura 80, existe uma grande concentração dos dados destas variáveis (Q11.8 e Q11.9), que apresentam valores de desvio padrão inferiores a 0,7.

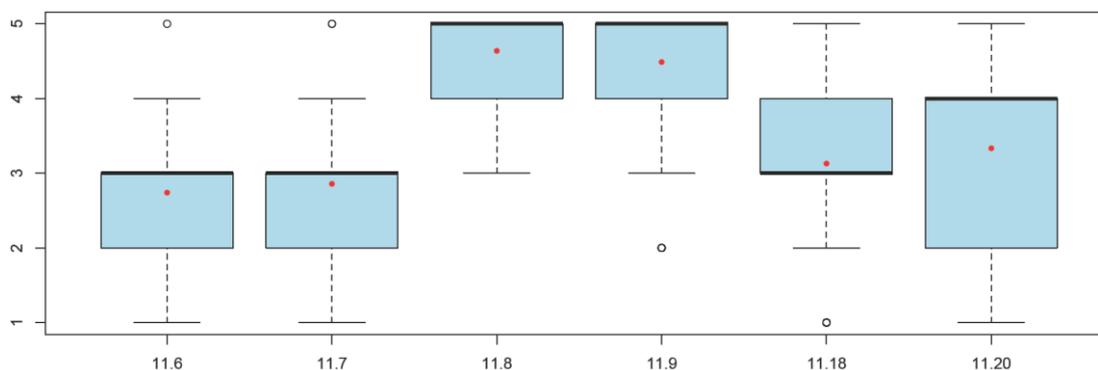
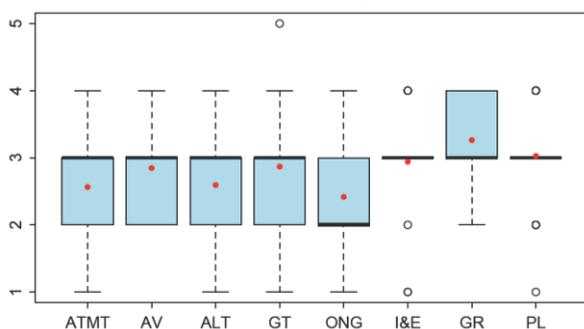


Figura 80 | Concordância e indicações sobre o modelo de desenvolvimento turístico da RAA

Na primeira variável (Q11.6), sobre a adequabilidade do modelo de planeamento turístico da região, destaca-se ainda a existência de diferenças estatísticas significativas entre os grupos ONG e GR. Mais uma vez essa diferença decorre essencialmente do grupo GR apresentar um nível de satisfação significativamente superior aos restantes (Figura 81).

Quanto à opinião sobre se a RAA deve promover o desenvolvimento turístico essencialmente nas ilhas com maior potencial turístico (Q11.20), verifica-se uma dispersão significativa, com um desvio padrão de 1,29 e os dados a estenderem-se por toda a escala de avaliação, em quase todos os grupos de *stakeholders* (Figura 81). Apesar desta dispersão de respostas, as opiniões pendem mais para se concentrarem os esforços de desenvolvimento turístico nas ilhas com maior potencial, em detrimento de se promover um desenvolvimento mais equitativo entre os diversos espaços constituintes da região.

Q11.6 - O modelo de desenvolvimento turístico da RAA definido nos instrumentos de planeamento da região é bastante adequado



Q11.20 - A RAA deve promover o desenvolvimento turístico essencialmente nas ilhas com maior potencial turístico

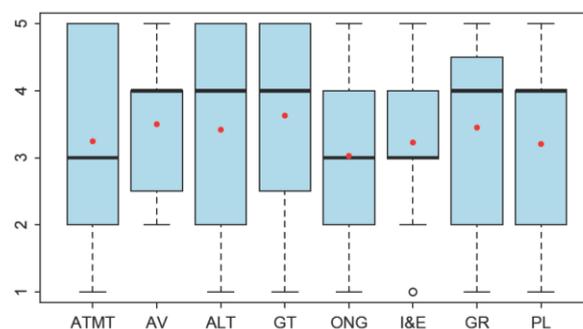


Figura 81 | Modelo de desenvolvimento turístico e privilegiar o turismo nas ilhas com maior potencial

7.3.7 Gestão turística (D1.6)

O grau de satisfação com a política e gestão turística e com a monitorização da atividade é relativamente baixo, com a média dos grupos de *stakeholders* a variar entre 2,32 e 3,65 (Quadro 37).

Quadro 37 | Satisfação com a gestão e monitorização da atividade turística

D1.6 – Gestão turística		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{X}	σ									
10.20	Política e gestão turística	2,38	3,00	2,32	2,63	2,35	2,65	3,65	2,95	2,60	0,93	***
10.26	Monitorização da atividade turística	2,64	2,69	2,83	2,70	2,41	2,65	2,89	2,73	2,70	0,85	

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito

No que se refere à política e gestão turística (Q10.20) verifica-se uma diferença estatisticamente significativa entre o grupo GR com a maioria dos outros grupos: ATMT, ALT, GT, ONG e I&E. Esta diferença ocorre porque o grupo GR atribui uma avaliação significativamente mais elevada que os outros grupos (3,65 de média e 4 de mediana), o que é compreensível pois muitos dos inquiridos deste grupo estão ligados diretamente à política e gestão turística (Figura 82).

Apesar de menos pronunciada, também se verifica uma avaliação superior pelo grupo GR, no que se refere à satisfação com a monitorização da atividade turística (Q10.26). Nesta variável, a mediana é 3 para todos os grupos de *stakeholders* e, excetuando o grupo GR, a distribuição é assimétrica negativa, com um peso significativo dos que expressam uma opinião de muito insatisfeito, e nulo ou residual da avaliação muito satisfeito.

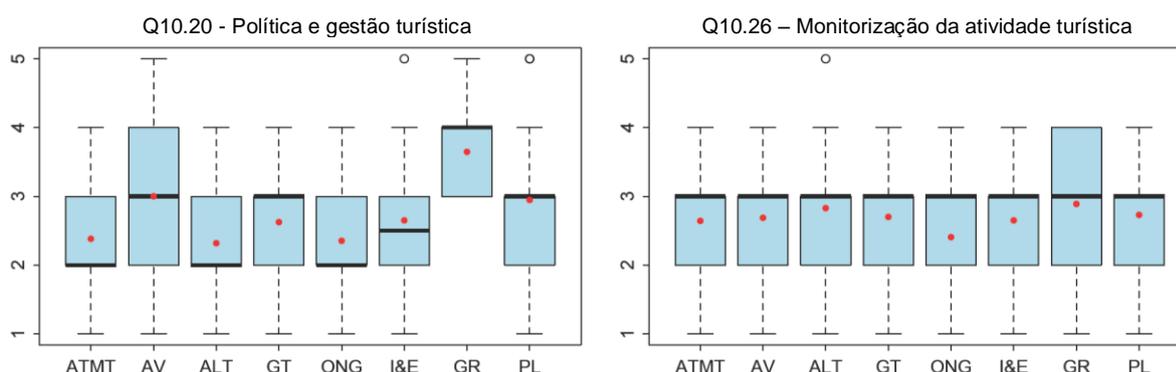


Figura 82 | Satisfação com a gestão e monitorização da atividade turística

Também pela análise das questões 11.10 e 11.18 se conclui que os diversos *stakeholders* do turismo não apresentam grandes níveis de satisfação em relação à gestão turística na região, com médias de 2,91 na primeira variável e 3,13 na segunda (Quadro 38).

Quadro 38 | Grau de concordância com questões associadas à gestão turística

D1.6 – Gestão turística		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{X}	σ									
11.10	A gestão do turismo tem sido muito adequada para proporcionar o desenvolvimento sustentado da RAA	2,74	3,31	2,84	3,12	2,31	2,79	3,79	3,08	2,91	0,99	***
11.18	O investimento turístico na RAA está a ser direcionado para os seus produtos e mercados estratégicos	2,98	3,21	3,03	3,34	2,78	3,26	3,89	3,13	3,13	0,95	**
11.19	A RAA deve reforçar significativamente o investimento no turismo	4,43	4,19	4,33	4,33	3,69	4,05	4,25	4,10	4,21	0,79	**

ρ (*p-value*): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

Mais uma vez se destaca o grupo GR por apresentar uma avaliação significativamente mais elevada nas duas questões diretamente relacionadas com a gestão turística (Figura 83). Na questão 11.10 verificam-se diferenças estatisticamente significativas entre o grupo GR com os ATMT, ALT e ONG e entre o ONG e o PL, e na questão 11.18 entre o GR e os ATMT, ALT e ONG.

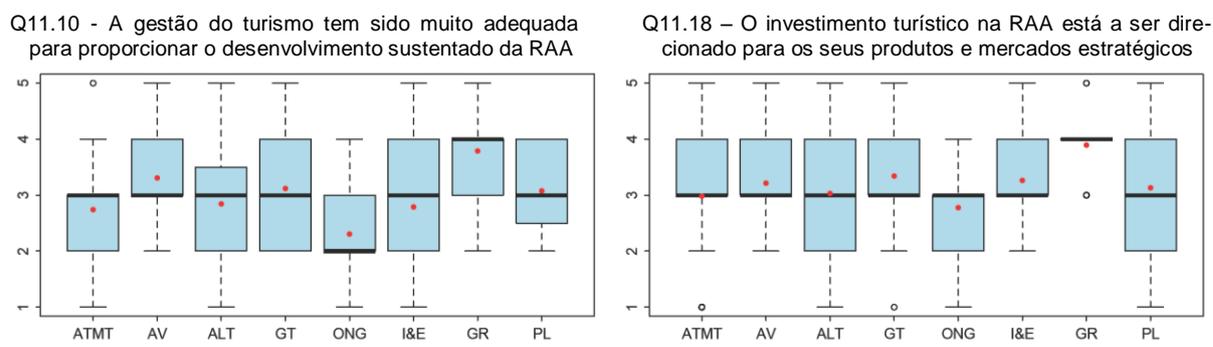


Figura 83 | Grau de concordância com questões associadas à gestão turística

Na questão 11.19 também existem diferenças significativas entre grupos, mas neste caso é o grupo ONG que se destaca, sendo o que apresenta uma concordância menos acentuada sobre a necessidade de reforçar significativamente o investimento no turismo (Figura 84). As diferenças significativas são assim entre o grupo ONG com o ATMT e o ALT.

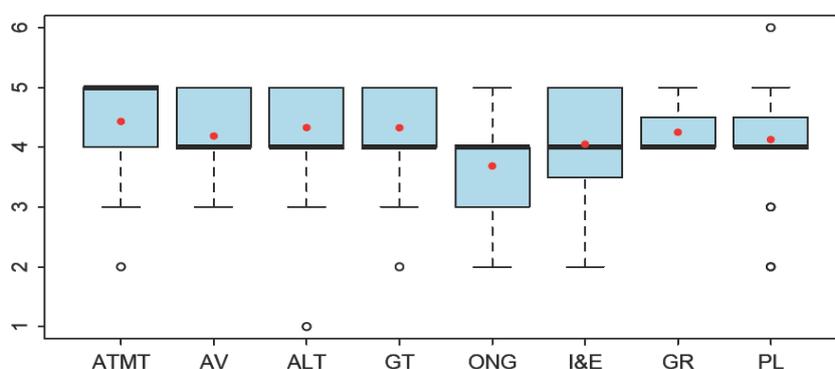


Figura 84 | Necessidade em reforçar significativamente o investimento no turismo (Q11.19)

Quanto à satisfação com o contributo para o desenvolvimento turístico dos Açores das diversas entidades com papel direto ou indireto na gestão turística da região, a mediana é 3 em todas as variáveis e a média varia entre o 2,48 e o 3,34, correspondendo essencialmente à avaliação nem satisfeito nem insatisfeito (Quadro 39 e figura 85).

Quadro 39 | Satisfação com o contributo das entidades para o desenvolvimento do turismo na RAA

D1.6 – Gestão turística		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA		
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ	p								
13.1	Governo Nacional	2,39	2,50	2,41	2,52	2,47	2,83	2,63	2,43	2,48	0,87	
13.2	Governo Regional	3,02	3,60	3,06	3,36	3,11	3,24	3,94	3,61	3,27	0,97	**
13.3	Direção Regional de Turismo	2,86	3,44	2,90	3,19	2,69	3,24	3,61	3,53	3,09	1,07	**
13.4	Poder local	2,47	3,00	2,60	2,90	2,94	3,10	3,00	3,54	2,87	0,97	**
13.5	Associação de Turismo dos Açores	3,00	3,06	3,05	3,27	2,86	3,79	3,59	3,46	3,18	1,02	**
13.6	Associações e grupos de cidadãos	2,66	2,80	2,88	3,08	3,03	3,17	3,06	3,00	2,93	0,81	
13.7	Empresas de serviços turísticos	3,21	3,67	3,30	3,48	3,24	3,33	3,39	3,41	3,34	0,78	

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito

Considerando a totalidade das respostas, o menor nível de satisfação é com o Governo Nacional (média de 2,48) e o maior é para com as empresas de serviços turísticos (3,34), seguido do Governo Regional (3,27). É curiosa a reduzida dispersão dos dados na questão referente à satisfação com o contributo das associações e grupos de cidadãos para o desenvolvimento do turismo (Q13.6). Excluindo uma série de *outliers*⁷³, a avaliação atribuída é de 3 - nem satisfeito nem insatisfeito. A justificação para esta avaliação e a sua reduzida dispersão não é óbvia, mas poderá resultar do facto de não ser comum a inclusão das associações e grupos de cidadãos na gestão turística, levando os inquiridos a optarem por uma resposta neutra.

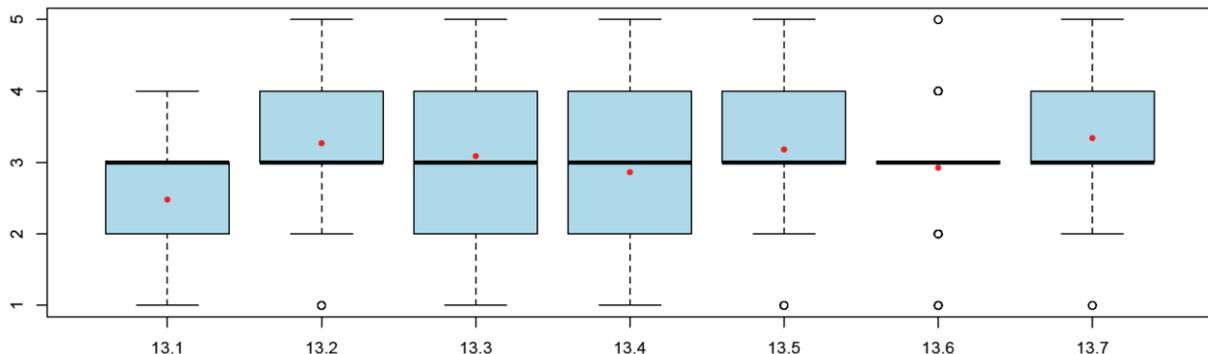


Figura 85 | Satisfação com o contributo das entidades para o desenvolvimento do turismo na RAA

⁷³ Foram considerados como *outliers* os elementos que estejam depois de $Q3+1,5*AIQ$ ou $Q1-1,5*AIQ$ ($Q1$ = quartil inferior; $Q3$ = quartil superior; AIQ = amplitude interquartis)

Em quatro das variáveis verificam-se diferenças estatisticamente significativas entre os seguintes grupos de *stakeholders*:

- ▶ Q13.2 – Governo Regional: GR com ATMT e com ALT;
- ▶ Q13.3 – DRT: PL com ONG;
- ▶ Q13.4 – Poder local: PL com ATMT e ALT;
- ▶ Q13.5 – ATA: ONG com I&E.

Mais uma vez se confirma que os grupos de *stakeholders* geralmente avaliam mais positivamente as variáveis em que estão diretamente envolvidos. Nas questões Q13.2 e Q13.3 é o grupo GR que faz uma avaliação mais elevada e na Q13.4 é o PL (Figura 86).

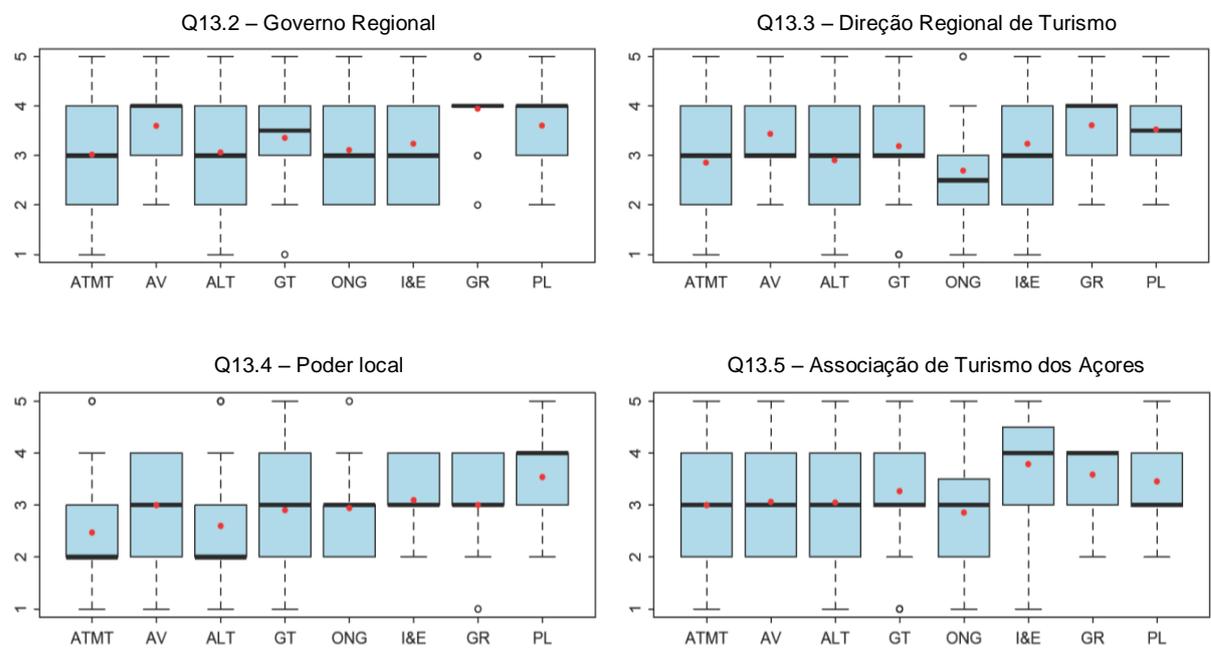


Figura 86 | Contributo das entidades para o desenvolvimento do turismo – variáveis com diferenças estatísticas significativas

7.3.8 Informação e promoção turística (D1.7)

O nível global de satisfação dos *stakeholders* com a promoção e informação turística é relativamente neutro, com a mediana a coincidir com 3 - nem satisfeito nem insatisfeito, para todas as variáveis e a média a situar-se entre 2,73 na questão 10.17 e 3,13 na 10.16 (Quadro 40).

O grupo GR destaca-se novamente por ter um nível de satisfação mais elevado em todas as variáveis, enquanto no outro extremo se encontra o grupo ONG, exceto na Q10.24.

Quadro 40 | Satisfação com a promoção e informação turística

D1.7 – Informação e promoção turística		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ									
10.14	Promoção institucional da RAA	2,98	3,31	2,88	3,02	2,82	3,36	3,80	3,33	3,09	0,99	**
10.15	Serviços de informação turística	2,95	3,13	2,98	3,17	2,71	3,05	3,50	3,18	3,04	0,87	
10.16	Informação turística disponível	3,02	3,25	3,19	3,24	2,83	3,05	3,55	3,13	3,13	0,89	
10.17	Sinalização turística	2,57	2,81	2,76	2,90	2,50	2,55	3,26	2,74	2,73	0,91	
10.24	Utilização das novas tecnologias	2,93	3,44	3,14	3,22	2,94	2,76	3,58	3,24	3,12	0,86	

ρ (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito

A variável com que o conjunto dos *stakeholders* apresenta menor nível de satisfação é a relativa à sinalização turística (Q10.17), sendo a única com a média inferior a 3 (Figura 87).

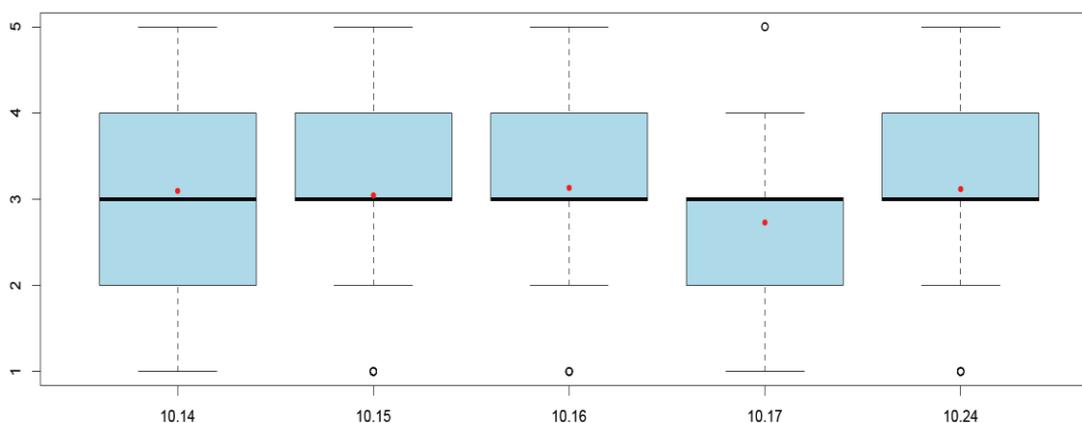


Figura 87 | Satisfação com a promoção e informação turística

A variável sobre a promoção institucional da atividade turística (Q10.14) é a que apresenta maior dispersão (0,99 de desvio padrão) e a única com diferenças estatísticas significativas entre o grupo GR com o ALT e ONG (Figura 88).

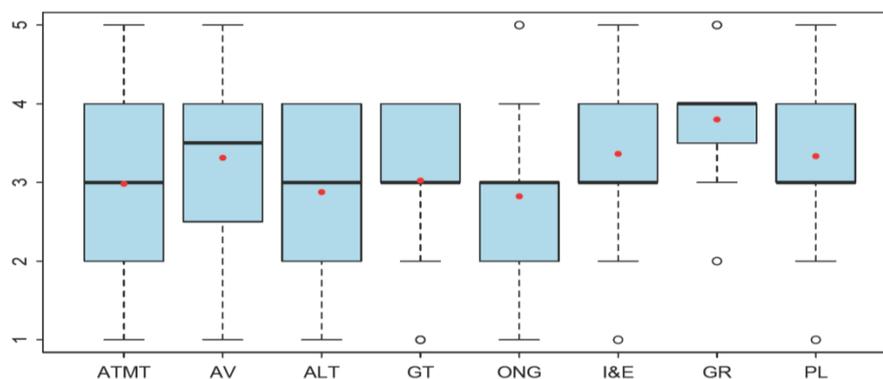


Figura 88 | Satisfação com a promoção institucional da RAA (Q10.14)

Quanto à necessidade de se apostar na promoção via internet e na melhoria da informação turística, todos os *stakeholders* consideram que é importante ou muito importante, sendo o grupo ALT o que atribui maior valor a esse fator (Quadro 41). Na posição oposta, o grupo AV é aquele que atribui menor importância na promoção neste meio de comunicação, provavelmente porque, como a internet veio tornar as ligações entre os clientes e os serviços finais mais facilitada, isso seja encarado pelo setor como prejudicial, já que veio diminuir a necessidade de se recorrer a intermediários como as próprias agências de viagem (Figura 89).

Quadro 41 | Grau de importância da aposta na promoção via internet e na melhoria da informação

D1.7 – Informação e promoção turística		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ								
14.07	Aposta na promoção via internet	4,58	3,93	4,64	4,33	4,39	4,58	4,63	4,29	4,46	0,71
14.08	Melhoria da informação turística	4,61	4,50	4,66	4,53	4,47	4,38	4,53	4,29	4,53	0,67

Escala de avaliação: 1-nada importante, 2-pouco importante, 3-médio, 4-importante, 5-muito importante

A distribuição das opiniões por grupo de *stakeholders* é bastante concentrada e homogênea na avaliação da questão Q14.8 – melhoria da informação turística, com uma pequena diferença no grupo PL que é o único em que a mediana corresponde a 4 (Figura 89).

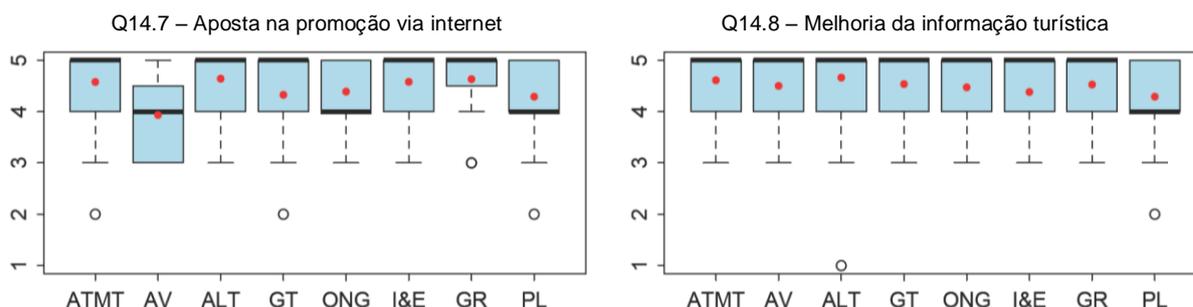


Figura 89 | Grau de importância da aposta na promoção via internet e na melhoria da informação

7.3.9 Sustentabilidade e responsabilidade (D1.8)

Na dimensão sobre a sustentabilidade e responsabilidade da atividade turística, a questão que apresenta um nível de concordância mais elevado e menor dispersão dos dados é a 11.8, com todos os *stakeholders* a considerarem que o desenvolvimento do turismo na RAA deve privilegiar a garantia da sustentabilidade ambiental, sociocultural e económica (4,64 de média). Existe igualmente um elevado nível de concordância e de concentração dos dados, sobre a necessidade de se promover um maior envolvimento da população e das empresas na gestão ambiental (Q20.6), com a média a situar-se entre os 4,23 do grupo GT e os 4,52 do I&E, e o desvio padrão apenas nos 0,66 (Quadro 42).

Quadro 42 | Grau de concordância com aspetos relacionados com a sustentabilidade e turismo responsável

D1.8 – Sustentabilidade / Responsabilidade		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA		<i>p</i>
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ									
11.3	O turismo tem contribuído para o desenv. local e para a melhoria da qualidade de vida das populações	4,02	4,00	4,16	4,00	3,53	3,86	4,35	3,67	3,95	0,78	***
11.4	O turismo tem contribuído para aumentar e melhorar as infraest. e equipamentos disponíveis para a população	3,75	3,75	3,96	3,86	3,67	3,86	4,15	3,72	3,83	0,79	
11.5	O desenv. turístico na RAA tem sido canalizado para todas as ilhas e contribuído para a coesão territorial	2,33	3,00	2,52	2,69	2,11	2,55	3,45	2,76	2,58	1,07	***
11.8	O desenv. do turismo na RAA deve privilegiar a garantia da sustentabilidade ambiental, sociocultural e económica	4,73	4,53	4,63	4,60	4,66	4,77	4,50	4,58	4,64	0,54	
11.10	A gestão do turismo tem sido muito adequada para proporcionar o desenvolvimento sustentado da RAA	2,74	3,31	2,84	3,12	2,31	2,79	3,79	3,08	2,91	0,99	***
11.11	Verifica-se uma boa integração dos empresários nos processos de decisão sobre o turismo	2,56	2,81	2,54	2,95	2,40	2,76	3,47	2,92	2,73	0,89	***
11.12	As populações participam nos processos de decisão relacionados com o desenvolvimento local	2,09	2,36	2,20	2,45	2,00	2,15	2,95	2,54	2,29	0,89	***
11.13	Os impactes negativos associados ao desenvolvimento turístico da região têm sido insignificantes	3,03	3,20	3,41	2,98	3,14	3,29	3,60	3,33	3,22	1,06	
20.6	É indispensável promover um maior envolvimento da população e das empresas na gestão ambiental	4,37	4,38	4,44	4,23	4,36	4,52	4,33	4,30	4,37	0,66	

p (*p-value*): *≤0,05; **≤0,01; ***≤0,001 || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

A variável seguinte com menor dispersão das opiniões é a 11.3, em que mais de 50% dos inquiridos a avaliam com 4, concordando que o turismo tem contribuído para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida das populações (Figura 90). A questão 11.4, também apresenta baixa dispersão dos dados (0,79 de desvio padrão), concordando os inquiridos que o turismo contribui para melhorar a oferta de infraestruturas e equipamentos disponíveis para a população local (3,83 de média).

Por outro lado, a maioria dos inquiridos (62%) discorda que os cidadãos estejam a ser integrados nos processos de decisão relacionados com o desenvolvimento local (Q11.12). Quanto à questão sobre a integração dos empresários nos processos de decisão do turismo (Q11.11), esta é mais satisfatória mas relativamente insuficiente (média 2,73).

Um número significativo dos inquiridos (45%) também discorda que o desenvolvimento turístico na RAA esteja a ser canalizado para todas as ilhas e a contribuir para a coesão territorial (Q11.5).

Quanto às variáveis 11.10 (a gestão do turismo tem sido muito adequada para proporcionar o desenvolvimento sustentado da RAA) e 11.13 (os impactes negativos associados ao desenvolvimento turístico da região têm sido insignificantes), apresentam uma distribuição muito semelhante e simétrica, com a média próxima do 3 - nem concordo nem discordo.

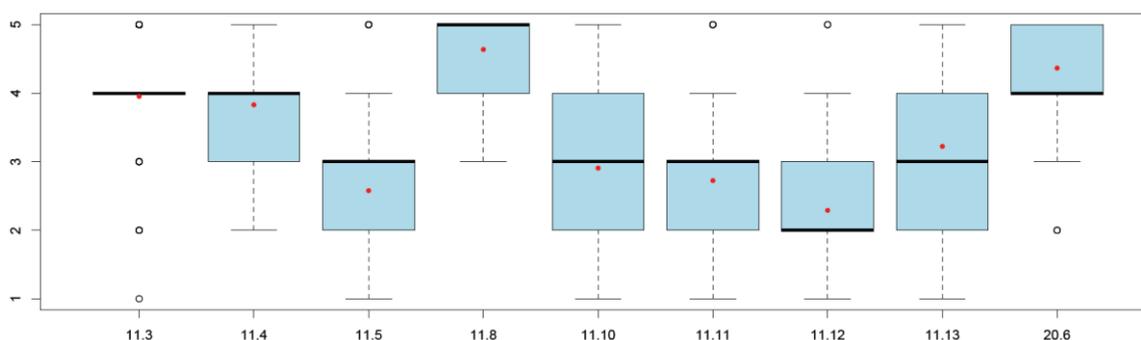
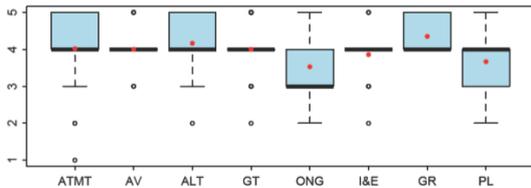


Figura 90 | Concordância com aspetos relacionados com a sustentabilidade e turismo responsável

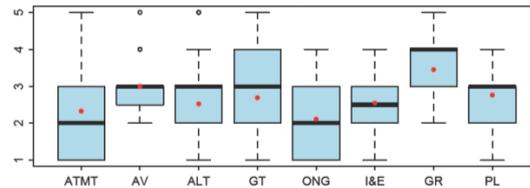
Na comparação da distribuição por *stakeholders* destaca-se o grupo ONG que atribui uma avaliação mais baixa a muitas das variáveis e o no outro extremo o grupo GR que, mais uma vez, é o que apresenta uma posição mais otimista. São cinco as variáveis com diferenças estatísticas significativas na comparação entre grupos (Figura 91):

- ▶ Q11.3 – ONG com ALT e GR. Destaca-se a avaliação mais baixa do grupo ONG e mais elevada do GR;
- ▶ Q11.5 – GR com ATMT, ALT e ONG. O grupo GR é o único com mediana de 4 e média acima de 3 e no outro extremo os grupos ATMT e ONG apresentam mediana de 2;
- ▶ Q11.10 – GR com ATMT, ALT, ONG e PL com ONG. Novamente o grupo GR é o único com mediana de 4 e no outro extremo encontra-se o ONG em que a mediana é de 2;
- ▶ Q11.11 – GR com ATMT, ALT e ONG. Também nesta variável a mediana no grupo GR é de 4 e o único com média acima de 3. Com a mediana igual a 2 e valores de média mais baixos encontram-se os grupos ALT e ONG;
- ▶ Q11.12 – GR com ATMT e ONG. Todos os grupos apresentam uma mediana de 2, com exceção do GR e do PL com mediana de 3, e apenas o GR apresenta uma média próxima de 3.

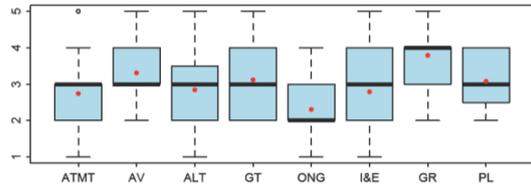
Q11.3 – O turismo tem contribuído para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida das populações



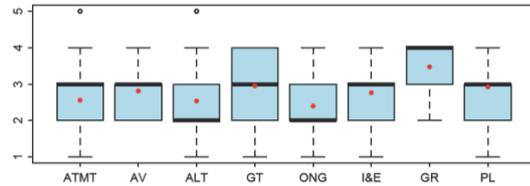
Q11.5 – O desenv. turístico na RAA tem sido canalizado para todas as ilhas e contribuído para a coesão territorial



Q11.10 – A gestão do turismo tem sido muito adequada para proporcionar o desenvolvimento sustentado da RAA



Q11.11 – Verifica-se uma boa integração dos empresários nos processos de decisão sobre o turismo



Q11.12 – As populações participam nos processos de decisão relacionados com o desenvolvimento local

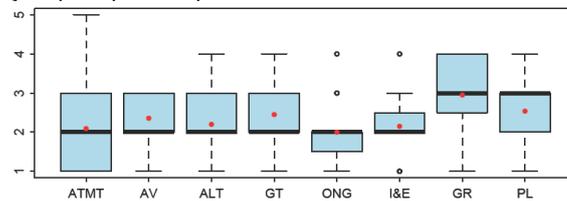


Figura 91 | Sustentabilidade e turismo responsável – variáveis com diferenças estatísticas significativas

Quanto ao grau de importância da implementação de iniciativas associadas ao turismo sustentável e responsável, os diversos grupos apresentam para todas as variáveis um elevado grau de concordância (média entre 4,05 e 4,42). Apesar de não se verificarem diferenças estatísticas significativas, também aqui se destaca o grupo GR por ser o que atribui avaliação mais elevada na maioria das variáveis (Quadro 43 e figura 92).

Quadro 43 | Grau de importância da implementação de iniciativas associadas ao turismo sustentável

D1.8 – Sustentabilidade / Responsabilidade	ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	
Q Questão / Variável	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	σ
14.1 Código de conduta e de boas práticas	4,34	4,25	4,31	4,14	4,25	4,30	4,47	4,05	4,26	0,94
14.2 Sistema de gestão da qualidade	4,39	4,33	4,14	4,21	4,39	4,35	4,47	4,26	4,29	0,88
14.3 Sistema de gestão ambiental	4,49	4,44	4,34	4,29	4,31	4,45	4,67	4,55	4,42	0,81
14.4 Selo de qualidade e gestão ambiental	4,28	4,29	4,13	4,35	4,28	4,24	4,68	4,34	4,29	0,91
14.5 Reforço do envolvimento da pop. local e dos agentes de turismo nos processos de decisão	4,32	3,94	4,16	4,26	4,29	4,00	4,53	4,03	4,20	0,92
14.6 Incrementar o turismo interno (inter-ilhas)	4,38	4,33	4,14	4,28	4,42	4,10	4,26	4,42	4,29	0,87

Escala de avaliação: 1-nada importante, 2-pouco importante, 3-médio, 4-importante, 5-muito importante

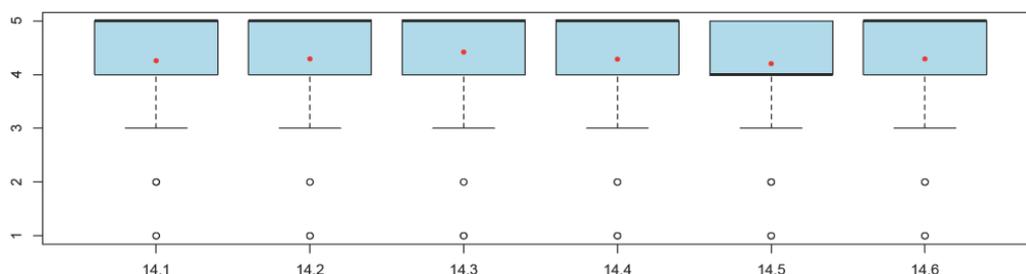


Figura 92 | Grau de importância da implementação de iniciativas associadas ao turismo sustentável

7.3.10 Qualidade e competitividade (D1.9)

A satisfação média com o nível de qualidade e competitividade dos serviços turísticos e qualificação dos recursos humanos na região é em geral modesta ou baixa e partilhada por todos os grupos de *stakeholders* menos o GR, que expressa um nível de satisfação significativamente mais elevado (Quadro 44).

Quadro 44 | Satisfação com a qualidade e competitividade dos serviços turísticos e recursos humanos

D1.9 - Qualidade e competitividade		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	σ	p
Q	Questão / Variável	\bar{X}	σ									
10.1	Qualidade dos serviços de alojamento	3,60	3,56	3,66	3,62	3,44	3,45	3,47	3,72	3,59	0,64	
10.3	Qualidade dos serviços de restauração	2,81	3,19	2,67	3,07	2,67	2,59	3,05	2,90	2,83	0,86	
10.6	Qualidade dos serviços de AT e MT	3,40	3,44	3,37	3,44	3,21	3,09	3,79	3,05	3,34	0,78	*
10.25	Relação qualidade / preço dos serviços	3,07	2,88	3,16	2,90	2,74	2,91	3,35	2,95	3,01	0,80	
10.13	Qualificação dos recursos humanos	2,72	2,81	2,48	2,86	2,47	2,41	2,65	2,82	2,65	0,83	
10.2	Preço dos serviços de alojamento	2,95	2,94	3,39	2,84	2,77	2,76	3,11	3,00	3,01	0,84	**
10.4	Preço dos serviços de restauração	2,90	3,06	2,91	3,12	3,03	2,81	3,21	2,74	2,95	0,79	
10.7	Preço dos serviços de AT e MT	3,41	3,07	3,34	3,19	2,97	3,05	3,39	2,81	3,19	0,73	***
10.18	Sistemas de incentivo ao setor	3,00	3,31	3,03	2,85	3,22	3,16	4,00	3,17	3,13	0,97	**
10.19	Regulamentação e legislação do setor	2,54	3,00	2,79	2,86	2,97	2,75	4,06	3,16	2,90	0,95	***
10.21	Grau de cooperação intersetorial	2,44	2,87	2,33	2,75	2,43	2,53	3,50	2,71	2,59	0,88	***
10.22	Competitividade do setor	2,91	3,19	2,73	2,85	2,45	2,84	3,29	2,78	2,82	0,83	*

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito

A qualidade dos serviços de alojamento destaca-se pela positiva, e embora apresente uma média inferior a 4 - satisfeito, esta é a única variável em que a mediana se situa no 4 e em que nenhum grupo de *stakeholders* apresenta uma avaliação média abaixo de 3 (Figura 93). Em todas as outras variáveis a moda e a mediana situa-se em 3 – nem satisfeito, nem insatisfeito.

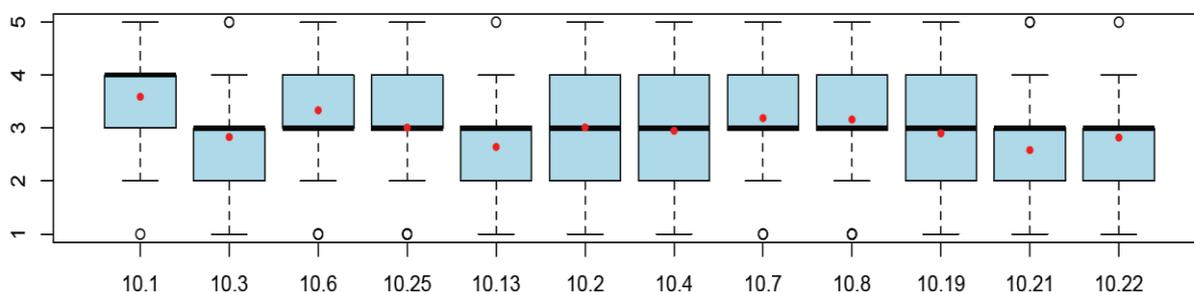


Figura 93 | Satisfação com a qualidade e competitividade dos serviços turísticos e recursos humanos

As variáveis avaliadas com menor nível de satisfação são a Q10.21 - grau de cooperação intersetorial (média de 2,59), a Q10.13 - qualificação dos recursos humanos (2,65), a Q10.22 - competitividade do setor (2,82), a Q10.3 - qualidade dos serviços de restauração

(2,83), a Q10.19 - regulamentação e legislação do setor (2,90) e a Q10.4 - preço dos serviços de restauração (2,95).

Em sete das 12 variáveis desta dimensão verificam-se diferenças estatísticas significativas entre grupos (Figura 94):

- ▶ Q10.6 – GR com PL. É curioso que na avaliação da qualidade dos serviços de ATMT a média da avaliação atribuída pelo grupo de *stakeholders* ATMT, não seja das mais elevadas, embora a mediana já o seja. Este é mesmo o grupo que apresenta maior dispersão de resultados e a existência de *outliers* na escala 1 (correspondendo apenas a duas ocorrências), condiciona o valor da média;
- ▶ Q10.2 – ALT com GT e ONG. Conforme se tem verificado em situações semelhantes em que as avaliações são mais positivas quando diretamente relacionadas com os grupos que as avaliam, neste caso são os *stakeholders* do ALT que apresentam uma avaliação mais satisfatória com o preço do alojamento;
- ▶ Q10.7 – PL com GR e ATMT. Tal como na variável anterior são os diretamente relacionados com a variável, ou seja, o grupo ATMT, que apresentam maior nível de satisfação com os preços dos serviços de AT e MT, sendo o único grupo em que a moda e a mediana são de 4;
- ▶ Q10.18 – GR com ATMT, ALT e GT. Destaca-se nitidamente o grupo GR com média, mediana e moda de 4, enquanto nos restantes grupos estes valores se situam em torno do 3. Sendo o sistema de incentivos ao setor da responsabilidade do Governo Regional é normal que este grupo avalie mais positivamente esta variável;
- ▶ Q10.19 – GR com ATMT, ALT, GT, ONG e I&E. A situação nesta variável é semelhante à anterior, com a principal diferença a resultar de uma avaliação relativamente mais baixa por parte do grupo ATMT. Também esta é uma variável (regulamentação e legislação do setor) dentro da competência do grupo GR;
- ▶ Q20.21 – GR com ATMT, ALT, ONG e I&E. O grau de cooperação intersectorial é a variável onde a generalidade dos *stakeholders* mostra ter menor satisfação, com exceção do grupo GR;
- ▶ Q10.22 – GR com ONG. Das variáveis com diferenças estatísticas significativas, esta é a que apresenta as menos pronunciadas, decorrendo essencialmente de uma avaliação relativamente mais baixa por parte do grupo ONG.

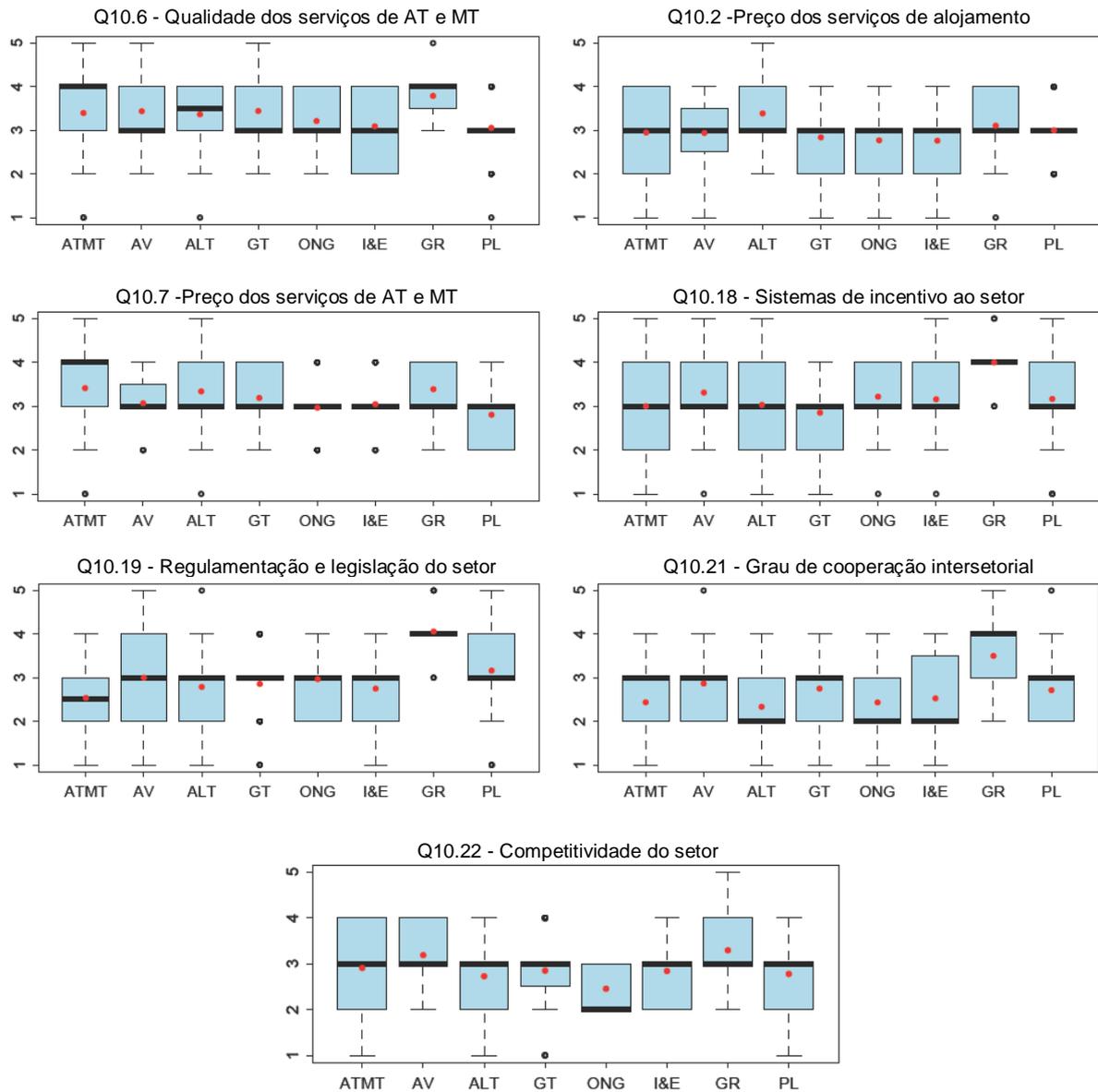


Figura 94 | Qualidade e competitividade – variáveis com diferenças estatísticas significativas

A informação obtida sobre a qualidade e competitividade do setor do turismo nas questões anteriores é validada pelas respostas às questões 11.14 a 11.17 (Quadro 45).

Quadro 45 | Satisfação com o nível de qualidade e competitividade dos serviços turísticos e do destino

D1.9 - Qualidade e competitividade		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	p
Q	Questão / Variável	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	σ	
11.14	A RAA salienta-se pela qualidade dos seus serviços turísticos	3,12	3,44	3,22	3,17	2,78	2,95	3,37	3,08	3,12	0,89
11.15	A RAA destaca-se pelo elevado valor que proporciona aos visitantes em termos de experiências e emoções	3,86	3,63	3,90	3,88	3,67	3,68	4,15	3,55	3,80	0,84
11.16	A RAA é atualmente um destino turístico competitivo à escala internacional	2,61	2,63	2,66	2,79	2,17	2,81	3,40	2,59	2,66	1,16 *
11.17	A RAA é um destino com grande potencial para melhorar a sua competitividade internacional	4,46	3,93	4,41	4,22	4,03	4,27	4,10	4,18	4,26	0,74

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

De facto, os inquiridos expressam a opinião de que a qualidade dos serviços turísticos (Q11.14) e o nível de competitividade do setor na região (Q11.16), em média, se situa entre um nível baixo a satisfatório, penalizando essencialmente a competitividade (Figura 103).

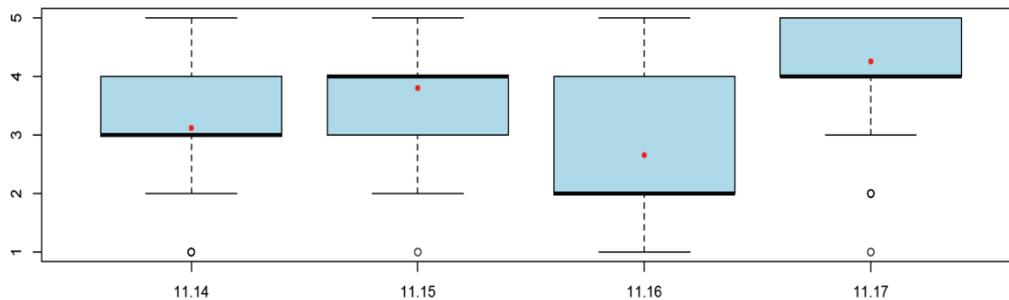


Figura 95 | Satisfação com o nível de qualidade e competitividade dos serviços turísticos e do destino

A variável referente à competitividade é também a que apresenta maior dispersão dos dados (1,16 de desvio padrão) e a única onde se registam diferenças estatísticas significativas, mas apenas entre o grupo GR e ONG (Figura 104). Nesta variável mais uma vez se destaca o grupo GR, que é o único que apresenta uma avaliação média superior a 3 (3,40).

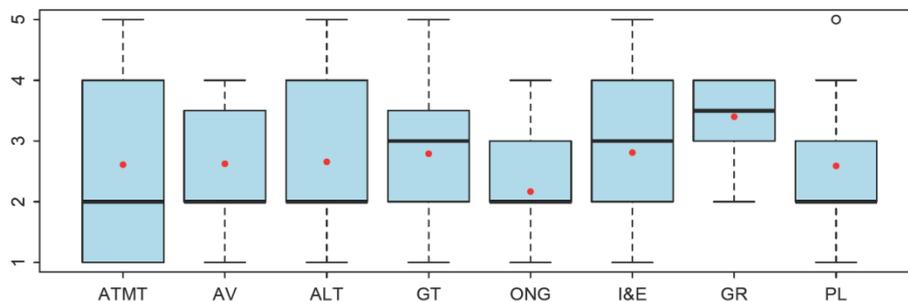


Figura 96 | A RAA é atualmente um destino turístico competitivo à escala internacional (Q11.16)

Uma conclusão importante que sobressai da análise dos dados sobre a potencialidade, qualidade e competitividade do setor do turismo, é que existe um hiato significativo entre a oferta dos serviços e as potencialidades do território, considerando os inquiridos que os serviços prestados estão aquém das potencialidades e do que o destino necessita para se diferenciar positivamente em termos de qualidade e competitividade. De facto, as variáveis relacionadas com as potencialidades do destino apresentam uma avaliação bastante mais positiva, como é o caso da Q11.15 - a RAA destaca-se pelo elevado valor que proporciona aos visitantes em termos de experiências e emoções (3,8 de média), e da Q11.17 - a RAA é um destino com grande potencial para melhorar a sua competitividade internacional (4,26 de média), sem diferenças significativas entre grupos.

Quanto ao grau de importância da implementação de iniciativas associadas à competitividade, nomeadamente a aposta na inovação e apoio ao empreendedorismo local, todos os *stakeholders* as consideram importantes ou muito importantes (Quadro 46).

Quadro 46 | Grau de importância da implementação de iniciativas associadas à competitividade

D1.8 – Sustentabilidade / Responsabilidade		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	
Q	Questão / Variável	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	σ	
14.9	Aposta na inovação	4,57	4,56	4,61	4,53	4,43	4,38	4,58	4,24	4,50	0,74
14.10	Apoio ao empreendedorismo local	4,69	4,44	4,59	4,52	4,47	4,25	4,63	4,34	4,53	0,68

Escala de avaliação: 1-nada importante, 2-pouco importante, 3-médio, 4-importante, 5-muito importante

O apoio ao empreendedorismo local (Q.14.10) é especialmente destacado pelo grupo ATMT, seguido pelo GR e o ALT, assim como a aposta na inovação, por todos os grupos, embora com menor expressão nos PL e I&E (Figura 97).

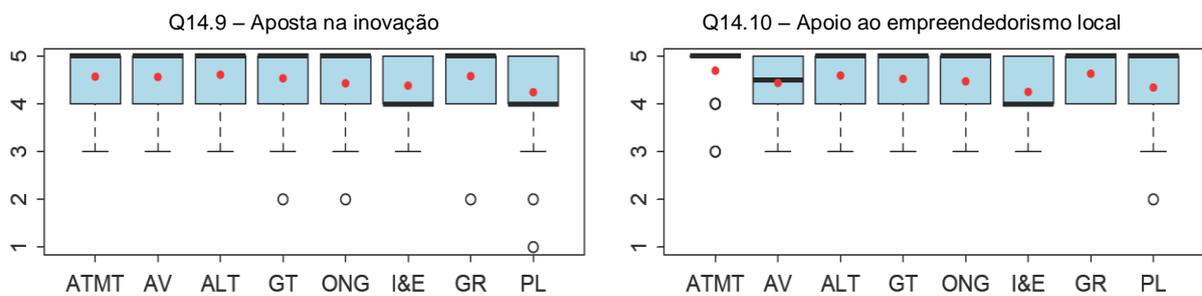


Figura 97 | Importância na aposta na inovação e no apoio ao empreendedorismo local

7.4 PERCEÇÃO DOS STAKEHOLDERS SOBRE O TURISMO NA NATUREZA NOS AÇORES

7.4.1 Considerações gerais

As 49 variáveis da terceira parte do questionário sobre o turismo na natureza (D2 – Turismo na natureza) foram agrupadas em seis dimensões:

- ▶ D2.1 - Oferta de produtos com base no TN: Questões 17.1 a 17.9, 19.10, 19.11, 19.12;
- ▶ D2.2 - Potencialidades dos produtos de TN: Questões **9.9**, 18.1 a 18.9;
- ▶ D2.3 - Importância do produto TN: Questões 19.1, 19.2, 19.13;
- ▶ D2.4 - Desenvolvimento e gestão TN: Questões 19.3, 19.4, **19.6**, 19.9;
- ▶ D2.5 - Sustentabilidade e gestão ambiental: Questões 19.5, **19.6**, 19.7, 19.8, 20.1 a 20.6, **20.8**;
- ▶ D2.6 - Medidas para desenvolver o TN: Questões 20.7, **20.8**, 20.9 a 20.17.

As questões 9.9, 19.6 e 20.8 (a negrito) fazem parte de dois agregados de variáveis. A questão 9.9 está repetida na dimensão D1.4.1 no subcapítulo anterior.

A distribuição por grupo de *stakeholders* (oito grupos) é a única variável independente considerada. Os dados são apresentados e analisados por agregados de variáveis.

7.4.2 Oferta de produtos com base no TN (D2.1)

Segundo os *stakeholders* do turismo, o estado da oferta dos diversos segmentos associados ao turismo na natureza, em 2011, era razoável, com a média entre os 2,87 para o ecoturismo e interpretação ambiental e os 3,60 para a observação de fauna marinha e terrestre. Este último produto corresponde mais especificamente à observação de cetáceos, que é atualmente o produto de turismo na natureza mais desenvolvido e melhor estruturado na região. Este é o único segmento em que a mediana e a moda correspondem a 4 – elevado (Quadro 47).

Embora o turismo na natureza seja identificado por todos os *stakeholders*, população local e turistas (SREA, 2007a, 2007b) como o principal produto e identidade do turismo dos Açores, a avaliação da oferta é relativamente modesta.

Quadro 47 | Estado da oferta dos produtos turísticos associados à natureza

D2.1 - Oferta de produtos com base no TN		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	σ	
17.1	Alojamento em espaço natural	3,13	3,38	3,37	3,50	3,34	3,00	3,39	3,33	3,31	0,85	
17.2	Ecoturismo e interpretação ambiental	2,74	3,06	2,78	3,08	2,83	2,81	3,17	2,86	2,87	0,86	
17.3	Descansar e relaxar na natureza	3,35	3,38	3,62	3,85	3,40	3,20	3,61	3,59	3,52	0,98	
17.4	Caça e pesca turística	3,33	2,67	3,20	3,03	2,74	3,24	3,24	3,19	3,12	0,97	
17.5	Observação de fauna marinha e terrestre	3,54	3,44	3,66	3,74	3,42	3,65	3,94	3,54	3,60	0,94	
17.6	Saúde e bem-estar na natureza	2,87	3,00	3,12	3,41	2,76	3,05	3,11	3,03	3,05	0,99	
17.7	<i>Touring</i> paisagístico (circuitos turísticos)	3,59	3,81	3,45	3,87	3,17	3,40	3,78	3,22	3,51	0,92	**
17.8	Turismo e desporto de aventura	3,13	3,19	3,09	3,49	2,94	3,16	3,39	3,12	3,17	0,88	
17.9	Turismo de experiências na natureza	3,23	3,38	3,24	3,56	2,91	3,25	3,33	3,18	3,25	0,96	

ρ (p-value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || Escala de avaliação: 1-muito baixo, 2-baixo, 3-médio, 4-elevado, 5-muito elevado

A variável com maior dispersão corresponde à Q17.6 - Saúde e bem-estar na natureza, com 0,99 de desvio padrão e uma distribuição simétrica (Figura 98).

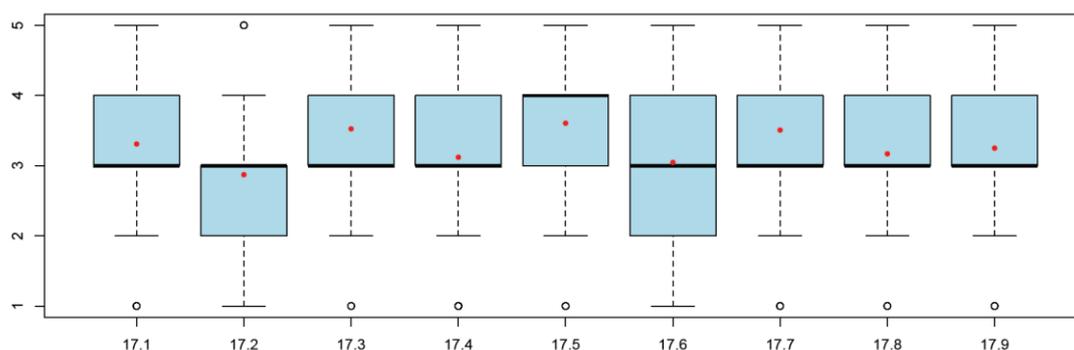
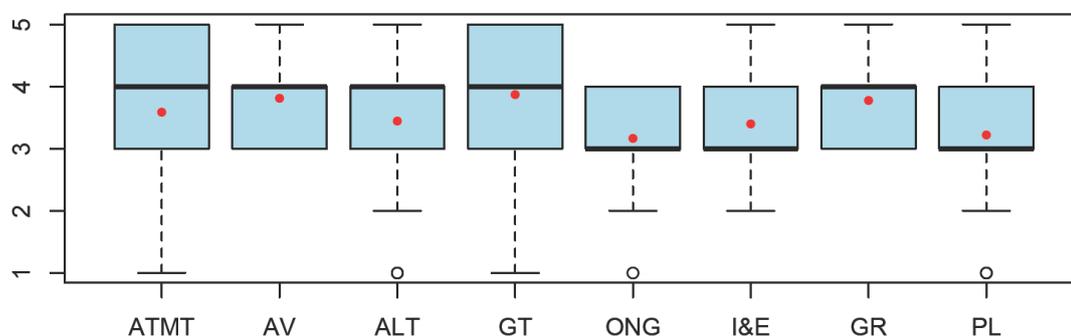


Figura 98 | Estado da oferta dos produtos turísticos associados à natureza

A Q17.7 – *Touring* paisagístico, é a única com diferenças estatísticas significativas, que ocorrem entre os grupos GT, com média mais elevada e o ONG, que apresenta uma elevada concentração dos dados entre 2 e 4 (Figura 99).

Figura 99 | Estado da oferta dos produtos turísticos associados à natureza - *Touring* paisagístico

A avaliação da oferta de serviços e condições para o turismo na natureza como razoável, pelos diversos grupos de *stakeholders*, é confirmada pelos dados das questões apresentadas no quadro 48.

Quadro 48 | Oferta de serviços e condições para o TN

D2.1 - Oferta de produtos com base no TN		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	p	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	σ		
19.10	A oferta de serviços associados ao TN na RAA ainda se encontra pouco organizada	3,52	3,56	3,70	3,55	3,69	3,85	3,24	3,47	3,59	0,90	
19.11	Na RAA existe uma ampla e variada oferta de rotas e itinerários adequados aos diversos nichos de turistas	2,86	3,00	3,02	2,97	2,49	2,75	3,33	3,06	2,92	*	
19.12	A rede atual de trilhos sinalizados e homologados na RAA apresenta uma grande diversidade e qualidade	3,09	3,31	3,47	3,56	3,14	2,78	3,88	3,39	3,32	1,01	**

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

A maioria dos inquiridos concorda que a oferta de serviços associados ao turismo na natureza na RAA ainda se encontra pouco organizada e a rede de trilhos sinalizados, que corresponde a uma das prioridades de ação das entidades locais no âmbito da oferta, é apenas avaliada entre o bom e o razoável (Figura 106). Já no que se refere à oferta de rotas e itinerários adequados aos diversos nichos de turistas (Q19.11), verifica-se uma distribuição simétrica e elevada dispersão das respostas.

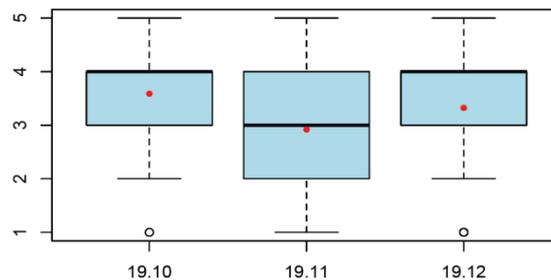
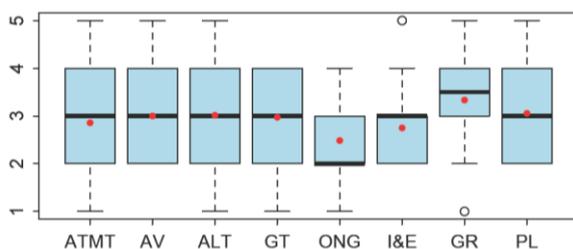


Figura 100 | Oferta de serviços e condições para o TN

Nas questões 19.11 e 19.12 ocorrem diferenças estatísticas significativas, na primeira entre o grupo GR e o ONG e na segunda entre o GR e o I&E (Figura 101). Mais uma vez as diferenças estão essencialmente associadas a uma avaliação mais positiva pelo grupo GR.

Q19.11 - Na RAA existe uma ampla e variada oferta de rotas e itinerários adequados aos diversos nichos de turistas



Q19.12 - A rede atual de trilhos sinalizados e homologados na RAA apresenta uma grande diversidade e qualidade

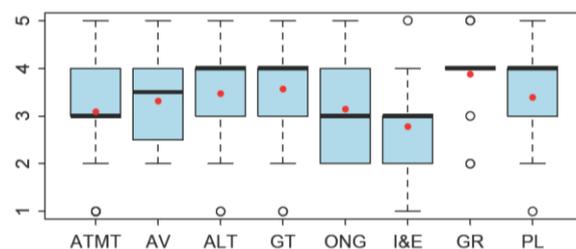


Figura 101 | Oferta de rotas, itinerários e trilhos para os diversos nichos de mercado de TN

7.4.3 Potencialidades dos produtos de TN (D2.2)

Na análise do potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza verifica-se que existe unanimidade entre os diversos *stakeholders*, que o classificam entre elevado e muito elevado em todos os segmentos, variando a média de 4,02 para a caça e pesca turística, até 4,47 para o turismo de experiências na natureza (Quadro 49). Em geral, o grupo que apresenta uma avaliação do potencial mais baixo é o AV e o mais elevado o I&E, mas a dispersão dos valores é relativamente baixa em todas as variáveis, com exceção da caça e pesca turística, e não se verificam diferenças estatísticas significativas entre os grupos (Figura 102).

Comparando a avaliação destas variáveis com a apresentada na questão 9.9, correspondendo ao potencial desenvolvimento do turismo na natureza na região (média de 4,50), confirma-se a coerência destas avaliações.

Quadro 49 | Potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza

D2.1 - Potencialidade de produtos de TN		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ								
9.9	Turismo na natureza	4,45	4,00	4,55	4,46	4,69	4,60	4,63	4,45	4,50	0,64
18.1	Alojamento em espaço natural	4,37	4,06	4,32	4,30	4,22	4,38	4,33	4,33	4,31	0,77
18.2	Ecoturismo e interpretação ambiental	4,44	4,13	4,38	4,26	4,44	4,65	4,56	4,32	4,39	0,70
18.3	Descansar e relaxar na natureza	4,52	4,19	4,56	4,40	4,39	4,38	4,50	4,32	4,44	0,76
18.4	Caça e pesca turística	3,87	3,81	4,16	4,10	3,94	4,00	3,88	4,19	4,02	0,99
18.5	Observação de fauna marinha e terrestre	4,38	4,31	4,43	4,26	4,33	4,71	4,39	4,41	4,39	0,78
18.6	Saúde e bem-estar na natureza	4,47	4,00	4,45	4,33	4,43	4,35	4,39	4,27	4,37	0,78
18.7	Touring paisagístico (circuitos turísticos)	3,95	4,19	4,32	4,03	4,08	4,60	4,22	4,25	4,17	0,93
18.8	Turismo e desporto de aventura	4,40	4,31	4,29	4,28	4,38	4,60	4,39	4,30	4,35	0,72
18.9	Turismo de experiências na natureza	4,46	4,38	4,48	4,38	4,57	4,70	4,44	4,38	4,47	0,75

Escala de avaliação: 1-muito baixo, 2-baixo, 3-médio, 4-elevado, 5-muito elevado

Com exceção das variáveis Q18.1 e Q18.4, em que a moda é de 4, nas restantes a moda corresponde a 5. Também a mediana apresenta o valor de 5 em mais de metade das variáveis: Q18.2, Q18.3, Q18.5, Q18.6 e Q18.9 (Figura 102).

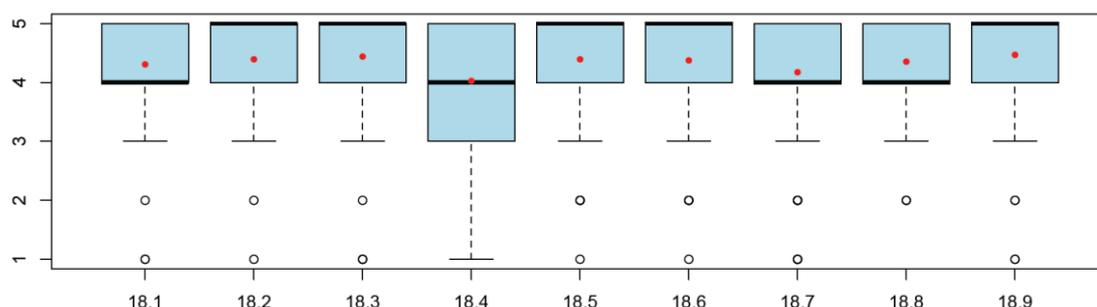


Figura 102 | Potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza

Estabelecendo a comparação da avaliação da oferta destes segmentos associados ao turismo na natureza (Q17.1 a Q17.9) com as suas potencialidades (Q18.1 a Q18.9), verifica-se uma grande discrepância, com os inquiridos a considerarem que as potencialidades de desenvolvimento são muito superiores ao estado da oferta (Figura 103).

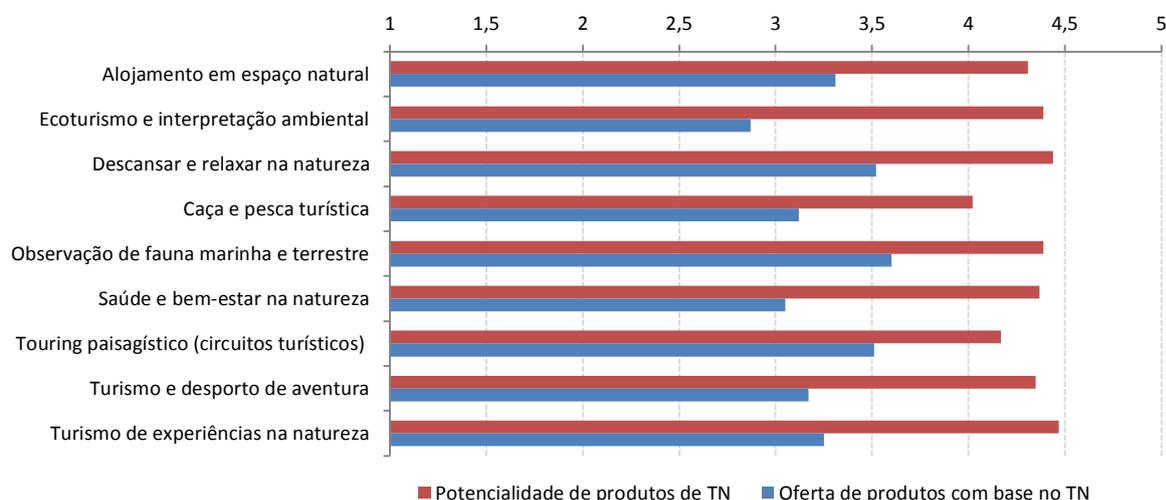


Figura 103 | Oferta *versus* potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza

As maiores diferenças ocorrem nos segmentos ecoturismo e interpretação ambiental (1,52), saúde e bem-estar na natureza (1,32), turismo de experiências na natureza (1,22) e turismo e desporto de aventura (1,18), enquanto a menor verifica-se no *touring* paisagístico (0,66) (Quadro 50).

Quadro 50 | Oferta *versus* potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza

	Oferta de produtos com base no TN	Potencialidade de produtos de TN	Diferença oferta / Potencialidades
Alojamento em espaço natural	3,31	4,31	1,00
Ecoturismo e interpretação ambiental	2,87	4,39	1,52
Descansar e relaxar na natureza	3,52	4,44	0,92
Caça e pesca turística	3,12	4,02	0,90
Observação de fauna marinha e terrestre	3,6	4,39	0,79
Saúde e bem-estar na natureza	3,05	4,37	1,32
Touring paisagístico (circuitos turísticos)	3,51	4,17	0,66
Turismo e desporto de aventura	3,17	4,35	1,18
Turismo de experiências na natureza	3,25	4,47	1,22

7.4.4 Importância do produto TN (D2.3)

Todos os grupos de *stakeholders* que responderam ao questionário concordam sobre a elevada importância do turismo na natureza para a região, concordando que este é o produto com maior potencial turístico (média 4,44 e a mediana e moda 5), que deve assumir a centralidade e ser a imagem de marca do turismo da região (média 4,35 e a mediana e moda 5), e que o turismo na natureza é o principal fator de diferenciação das outras regiões do país (média 4,05, mediana 4 e moda 5) (Quadro 51 e figura 104)

Quadro 51 | Importância do turismo na natureza

D2.3 – Importância do produto TN		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	
Q	Questão / Variável	\bar{X}	σ								
19.1	O turismo na natureza (TN) é o produto com maior potencial turístico na RAA	4,32	4,44	4,55	4,40	4,44	4,57	4,61	4,35	4,44	0,67
19.2	O TN deve assumir a centralidade e ser a imagem de marca do turismo da RAA	4,33	4,25	4,53	4,23	4,37	4,57	4,33	4,14	4,35	0,78
19.13	A RAA tem no TN o principal fator de diferenciação das outras regiões do país	3,96	3,94	4,25	3,86	4,00	4,00	4,33	4,06	4,05	0,92

Escala de avaliação: 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

Com exceção de alguns *outliers*, verifica-se uma concentração das respostas entre o 5 - concordo totalmente e o 3 - nem concordo nem discordo (Figura 104).

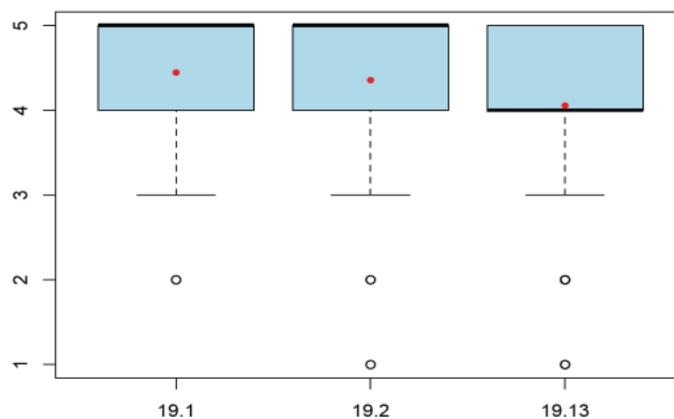


Figura 104 | Importância do turismo na natureza

7.4.5 Desenvolvimento e gestão do turismo na natureza (D2.4)

A generalidade dos inquiridos considera que os Açores não estão a explorar devidamente o potencial que têm associado ao turismo na natureza (média 3,95 e mediana e moda 4). A concordância só não é mais elevada porque, mais uma vez, o grupo GR se diferencia dos restantes, embora não o suficiente para se verificarem diferenças estatísticas significativas (Quadro 52).

A avaliação dos outros indicadores confirma elementos anteriores com os *stakeholders* a mostrarem alguma insatisfação com o estado do desenvolvimento, gestão e oferta de serviços associados ao turismo na natureza. De novo se destaca o grupo GR por ser o que apresenta uma avaliação mais positiva. Em geral, a média da avaliação e a mediana nestas três variáveis situa-se em torno do 3, com a questão 19.4 a ser a única que apresenta uma avaliação média superior a 3. Contudo, é de realçar que esta variável considera dois aspetos, por um lado os serviços de socorro, e por outro os de saúde, que poderão ter realidades distintas.

Quadro 52 | Concordância com o desenvolvimento e gestão associado ao TN

2.4 – Desenvolvimento e gestão do TN		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ									
19.3	A RAA não está a explorar devidamente o potencial que têm associado ao TN	4,24	3,75	4,03	3,92	3,94	4,14	3,50	3,65	3,95	0,94	
19.4	Os serviços de socorro e de saúde são adequados e eficazes	2,95	3,31	3,42	2,78	3,12	2,90	3,78	3,38	3,17	1,01	**
19.6	A legislação ambiental na RAA está devidamente articulada com a do setor do turismo	2,57	3,13	3,02	3,03	2,78	2,47	3,88	3,12	2,93	0,95	***
19.9	O grau de tecnologia, <i>know-how</i> e experiência na gestão de atividades do TN são elevados	2,62	2,81	2,90	3,05	2,61	2,30	3,13	3,00	2,80	0,84	

p (p -value): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

Destas quatro variáveis, a Q19.4 e a Q19.6 apresentam uma distribuição simétrica com grande dispersão dos dados, enquanto a Q19.9 tende para uma distribuição assimétrica negativa (Figura 105).

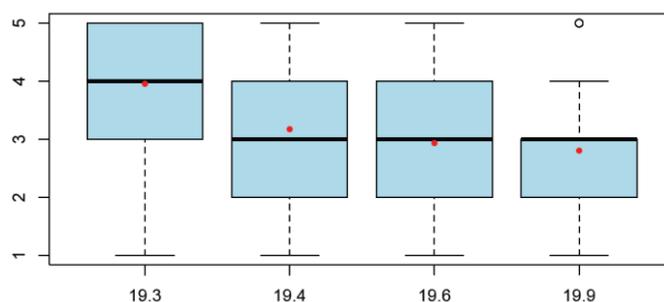
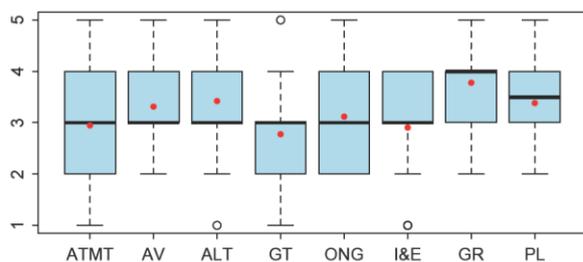


Figura 105 | Concordância com o desenvolvimento e gestão associado ao TN

A avaliação mais positiva é novamente atribuída pelo grupo GR, criando diferenças estatísticas significativas em duas questões (Figura 106). Na Q19.4 entre o grupo GR com o GT e na Q19.6 entre o GR e os grupos ATMT, ONG e I&E.

Q19.4 – Os serviços de socorro e de saúde são adequados e eficazes



Q19.6 – A legislação ambiental na RAA está devidamente articulada com a do setor do turismo

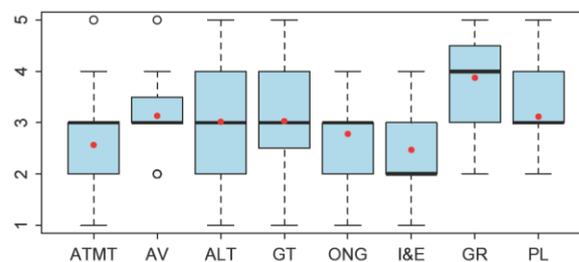


Figura 106 | Desenvolvimento e gestão do TN – variáveis com diferenças estatísticas significativas

7.4.6 Sustentabilidade e gestão ambiental (D2.5)

A opinião dos inquiridos sobre os diversos aspetos relacionados com a sustentabilidade e gestão ambiental é relativamente diversificada, identificando-se cinco variáveis em que se verificam diferenças estatísticas significativas entre os grupos de *stakeholders* e quatro em que a média da avaliação é próxima do 3 - nem concordo nem discordo (Q16.6; Q16.8, Q19.5 e Q20.3). Nas restantes sete variáveis a média situa-se em torno do 4 – concordo (Quadro 53).

Quadro 53 | Concordância com aspetos relacionados com a sustentabilidade e gestão ambiental

D2.5 – Sustentabilidade e gestão ambiental		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	ρ	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	σ		
19.5	A legislação ambiental na RAA é adequada	2,96	3,13	3,28	3,15	3,23	2,95	4,19	3,56	3,25	0,94	***
19.6	A legislação ambiental na RAA está devidamente articulada com a do setor do turismo	2,57	3,13	3,02	3,03	2,78	2,47	3,88	3,12	2,93	0,95	***
19.7	A RAA tem uma boa rede de áreas protegidas	3,32	3,73	3,82	4,13	3,97	3,55	4,50	3,86	3,81	0,90	***
19.8	A gestão ambiental, em particular das áreas protegidas, é bastante adequada	2,62	3,14	3,27	3,18	2,71	2,40	3,83	3,40	3,05	1,04	***
20.1	O acesso às áreas protegidas deve ser condicionado ao cumprimento de regras de boas práticas	4,46	4,38	4,63	4,41	4,19	4,10	4,39	4,30	4,40	0,69	
20.2	O acesso às áreas protegidas deve ser condicionado a autorização prévia pelas entidades gestoras dos PI	3,29	3,67	3,35	3,69	3,31	2,45	3,67	3,35	3,35	1,22	*
20.3	Deve proceder-se à monitorização da atividade turística nas áreas protegidas	4,25	4,00	4,19	4,05	4,47	4,40	4,56	4,14	4,24	0,76	
20.4	É indispensável garantir um serviço de vigilância das áreas protegidas	4,42	3,88	4,22	4,29	4,33	4,29	4,22	4,19	4,26	0,79	
20.5	Devem ser definidas capacidades de carga para cada área protegida e por atividades	4,12	4,13	4,07	4,05	4,29	4,35	4,22	4,00	4,13	0,81	
20.6	É indispensável promover um maior envolvimento da população e das empresas na gestão ambiental	4,37	4,38	4,44	4,23	4,36	4,52	4,33	4,30	4,37	0,66	
20.8	É fundamental criar mais reservas marinhas onde se possam realizar atividades de baixo impacte ambiental	4,13	3,81	4,19	3,97	3,89	4,10	4,00	3,66	4,00	1,02	

ρ (*p-value*): * $\leq 0,05$; ** $\leq 0,01$; *** $\leq 0,001$ || 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

Nas sete afirmações com as quais os inquiridos em média concordam, a mediana e a moda também se situam no 4, com exceção da Q20.1 em que a moda é 5 (Figura 107).

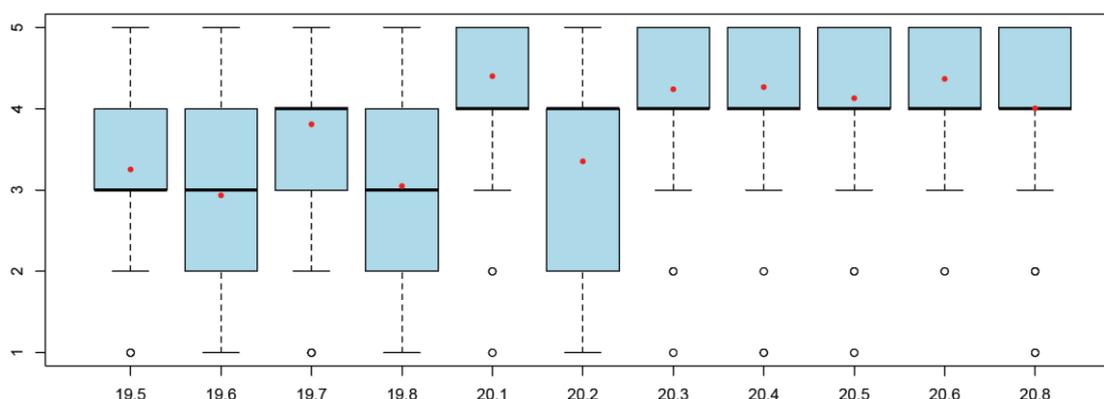
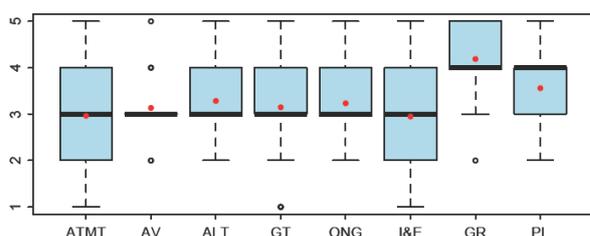


Figura 107 | Concordância com aspetos relacionados com a sustentabilidade e turismo responsável

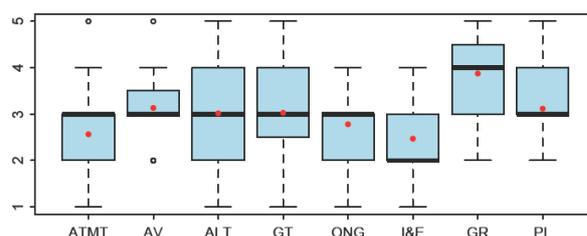
Em geral, pode considerar-se que a maioria dos inquiridos considera que a legislação e a gestão ambiental estão entre pouco adequadas e adequadas às necessidades do destino e do setor do turismo (Q19.5, Q19.6, Q19.8). Mas verificam-se diferenças estatísticas significativas entre os diversos grupos de *stakeholders*. Essas diferenças decorrem essencialmente de uma avaliação mais positiva por parte do grupo GR (Figura 108). Na Q19.5 as diferenças são entre o GR com todos os outros grupos excetuando o PL, na Q19.6 entre o GR com o ATMT, o ONG e o I&E, e na 19.8 entre o GR com o ATMT, o ONG e o I&E e ainda entre o PL com o ATMT e o I&E.

Quando questionados sobre se a RAA tem uma boa rede de áreas protegidas (Q19.7), a maioria dos grupos de *stakeholders* concorda (média de 3,81), mas com diferenças estatísticas significativas entre os grupos ATMT com GR e GT e GR com I&E. Estas diferenças resultam tanto de uma menor concordância por parte dos grupos ATMT (média de 3,32) e I&E (média de 3,55), como de uma avaliação bastante elevada por parte do grupo GR (média de 4,50) (Figura 108).

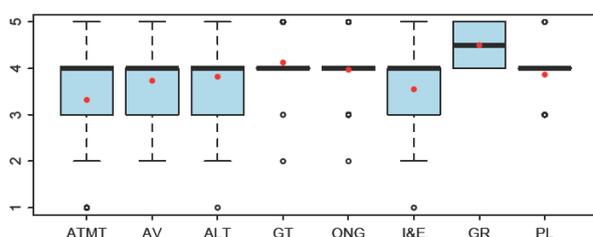
Q19.5 – A legislação ambiental na RAA é adequada



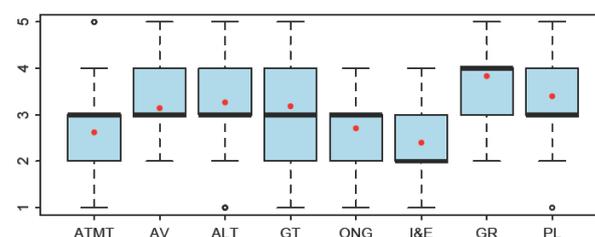
Q19.6 – A legislação ambiental na RAA está devidamente articulada com a do setor do turismo



Q19.7 – A RAA tem uma boa rede de áreas protegidas



Q19.8 – A gestão ambiental, em particular das áreas protegidas, é bastante adequada



Q20.2 – O acesso às áreas protegidas deve ser condicionado a autorização prévia pelas entidades gestoras dos PI

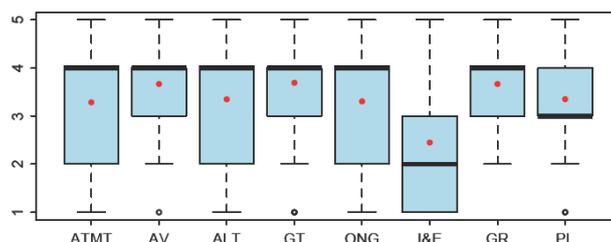


Figura 108 | Sustentabilidade e turismo responsável - variáveis com diferenças estatísticas significativas

Quanto à gestão e acesso às áreas protegidas verifica-se uma elevada concordância com o condicionamento do acesso a estas áreas ao cumprimento de regras de boas práticas (Q20.1, média de 4,40), e que se deva proceder à monitorização da atividade turística (Q20.3, média de 4,24), garantir a vigilância dessas áreas (Q20.4, média de 4,26) e estabelecer capacidades de carga (Q20.5, média de 4,13).

Mas a maioria dos inquiridos não concorda nem discorda com o acesso às áreas protegidas ser condicionado a autorização prévia pelas entidades gestoras dos parques ilha (Q20.2, média de 3,35). Nesta variável verificam-se diferenças estatisticamente significativas entre o grupo I&E com o GT. De facto, o grupo dos investigadores e especialistas destaca-se de todos os outros, sendo o único que tem uma opinião tendencialmente discordante (Figura 108). É ainda de realçar que a diversidade de opiniões nesta resposta é expressiva (desvio padrão de 1,22), com uma elevada dispersão dos dados, especialmente nos grupos ATMT, ALT, ONG e I&E.

Este é um ponto relativamente importante mas problemático na gestão das áreas protegidas, considerando-se ser difícil compreender a opinião dos diversos *stakeholders* sobre este assunto, apenas com a análise das respostas a esta questão. De facto, existem interesses cooperativos que podem condicionar a resposta, pois pode ser vantajoso para alguns agentes dificultar-se o acesso através de sistemas limitadores e burocráticos, pois vêm dificultar o acesso a práticas autónomas podendo levar mais turistas a recorrer aos serviços de guias ou agências. Esta é uma prática comum especialmente nos países em desenvolvimento, já que nos mais desenvolvidos, esse processo de controlo geralmente só é adotado nas zonas com maior vulnerabilidade e pressão (Dearden e Rollins, 2009).

Já quanto à necessidade de se promover um maior envolvimento da população e das empresas na gestão ambiental (Q20.6), todos os grupos de *stakeholders* concordam, com a média das respostas a variar entre o 4,23 do grupo GT e 4,52 do I&E.

Existe também concordância sobre a necessidade de se criarem mais reservas marinhas onde se possam realizar atividades de baixo impacte ambiental (Q20.8). No entanto há um conjunto de *outliers* decorrentes de opiniões discordantes, especialmente por parte dos grupos PL, AV e ONG.

7.4.7 Medidas para desenvolver o TN (D2.6)

Considerando as especificidades territoriais e do turismo na região, foi apresentado aos *stakeholders* um conjunto de medidas com potencial para o desenvolvimento do turismo na natureza, questionando-os sobre o seu grau de concordância com as mesmas (Quadro 54 e figura 109).

Quadro 54 | Concordância com diversas medidas para promover o desenvolvimento do TN

D2.6 – Medidas para desenvolver o TN		ATMT	AV	ALT	GT	ONG	I&E	GR	PL	RAA	
Q	Questão / Variável	\bar{x}	σ								
20.7	Deve ser promovida a cooperação intersetorial e a oferta integrada de produtos de TN	4,21	4,25	4,40	4,08	4,48	4,30	4,35	4,17	4,28	0,69
20.8	É fundamental criar mais reservas marinhas onde se possam realizar atividades de baixo impacte ambiental	4,13	3,81	4,19	3,97	3,89	4,10	4,00	3,66	4,00	1,02
20.9	A RAA deve promover uma rede de trilhos de grandes rotas com um sistema de alojamento integrado	4,04	3,75	4,00	3,97	3,97	4,19	4,00	4,14	4,02	0,91
20.10	A RAA deve diversificar a oferta de percursos pedestres, criando 1 rede de trilhos não sinalizados ...	3,75	3,50	3,87	3,82	3,71	3,71	3,61	3,58	3,74	1,11
20.11	É fundamental melhorar a informação turística sobre o TN na RAA	4,38	4,13	4,52	4,23	4,31	4,40	4,28	4,23	4,34	0,61
20.12	Deve apostar-se na diversificação e sofisticação da oferta direcionada para novos segmentos da procura	4,30	4,13	4,44	4,31	4,40	4,47	4,28	4,08	4,32	0,66
20.13	É importante desenvolver e promover a oferta de experiências associadas ao turismo na natureza	4,48	4,44	4,58	4,44	4,42	4,42	4,39	4,38	4,46	0,58
20.14	A RAA deve desenvolver um portal na internet com informação direcionada para o TN	4,32	4,31	4,43	4,32	4,17	4,33	4,24	4,30	4,32	0,76
20.15	Deve ser desenv. um plano de <i>marketing</i> com grande ênfase no turismo na natureza e na sustentabilidade	4,40	3,88	4,44	4,29	4,17	4,45	4,22	4,27	4,31	0,80
20.16	A RAA deve desenvolver um serviço de informação meteorológica de qualidade para a região	4,14	4,27	4,13	4,23	3,89	4,15	3,44	4,00	4,07	0,93
20.17	Deve ser reforçada a aposta na formação e qualificação dos técnicos de TN	4,45	4,19	4,47	4,56	4,42	4,52	4,59	4,35	4,45	0,66

Escala de avaliação: 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

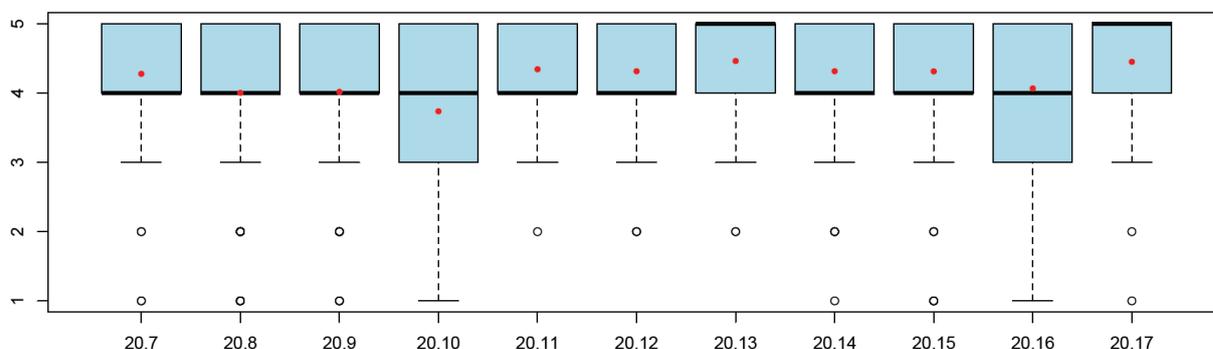


Figura 109 | Concordância com diversas medidas para promover o desenvolvimento do TN

Em geral, os inquiridos concordam com todas essas medidas, variando a média entre 3,74 na questão 20.10 e os 4.46 da questão 20.13. Em nenhuma das variáveis se verificam diferenças estatisticamente significativas entre grupos.

A variável Q20.10 - A RAA deve diversificar a oferta de percursos pedestres, criando uma rede de trilhos não sinalizados destinados a empresas e a turistas mais aventureiros, é a única em que a média é inferior a 4, apesar da moda e mediana serem 4.

Como se observa na figura 109, todas as variáveis têm a mediana igual ou superior a 4, predominam as distribuições assimétricas positivas com média superior a 4. Nas variáveis com a média mais elevada (Q20.13 e Q20.17), a moda e a mediana correspondem a 5. Estes dados vêm confirmar outros anteriormente apresentados, em que os *stakeholders* consideram a formação e qualificação como uns dos principais pontos fracos do destino e valorizam a necessidade de desenvolver e promover a oferta de experiências associadas ao turismo na natureza.

De realçar ainda a dispersão relativamente elevada dos dados, especialmente nas variáveis Q20.10 e Q.20.8 (desvio padrão superior a 1) e na Q20.16 (Figura 109). Nesta última questão a dispersão é acentuada devido à menor concordância por parte do grupo GR (média de 3,44). Apesar de já existir um serviço de informação meteorológico específico para a região, este é pouco apelativo e pouco prático para quem “apenas” pretende ter acesso a previsões meteorológicas o mais exatas possível.

7.5 **STAKEHOLDERS: ANIMAÇÃO TURÍSTICA E MARÍTIMO-TURÍSTICA**

7.5.1 **Considerações gerais**

Dada a importância e ligação direta do setor da animação turística e marítimo-turística (ATMT) com o turismo na natureza, considerou-se adequado incluir no questionário uma parte adicional destinada apenas a este grupo de *stakeholders*, com a finalidade de caracterizar e conhecer melhor o setor.

Esta parte do questionário é composta por 71 questões, que se dividem em três secções; a primeira para a caracterização do setor; a segunda sobre a importância na implementação de medidas associadas à qualidade e gestão ambiental; e a última aborda as principais dificuldades do setor.

Na apresentação e discussão dos resultados do questionário sobre a caracterização do setor, serão considerados outros dados complementares como as listagens das empresas fornecidas pelas entidades oficiais do turismo atualizadas pelo levantamento via internet ou através de contacto direto com os operadores, para confirmar se as empresas se encontram a operar e que serviços efetivamente disponibilizam. Esta informação refere-se a finais de 2012, enquanto os dados levantados pelo questionário são de finais de 2011. Essa discrepância temporal, não aporta problemas, pelo elevado número de empresas da amostra (mais de 50% do universo das empresas da região em finais de 2012) e por corresponder a um período curto. Como o acréscimo de empresas neste último ano não é significativo e o tamanho da amostra é significativo, considera-se que a representatividade está assegurada para se poder extrapolar os dados para toda a população do setor de animação turística (AT) e marítimo-turística (MT) e estabelecer comparações apesar da diferença de um ano entre os dados.

Com exceção dos dados em que se apresenta a fonte, ou os referentes ao ano de 2012 (listagem das empresas e dos serviços), os outros resultam do questionário aplicado no âmbito deste trabalho. Para tornar a leitura mais simples optou-se por dispensar a indicação da fonte, sempre que estes últimos dados são apresentados.

7.5.2 Caracterização do setor ATMT

Embora, em finais de 2012, segundo as listagens da Direção Regional de Turismo, existissem 151 empresas registadas, quarenta não se encontravam a operar, correspondendo a registos antigos. Esta discrepância é muito significativa e demonstradora da importância dos dados disponibilizados terem de ser atualizados para serem credíveis e poderem ser utilizados em estudos e no planeamento e gestão da atividade turística. Seria simples garantir um registo atualizado das empresas de ATMT e respetivos serviços, pois a legislação atual exige que as empresas comprovem anualmente que estão a operar através do envio do comprovativo das apólices de seguros de acidentes pessoais e de responsabilidade civil. Para além disso, a generalidade das empresas (80%), não só concorda com a disponibilização deste registo, como com este ser complementado com os dados sobre o número de serviços prestados por atividade e empresa.

Para além destas empresas registadas e ativas (111) é ainda necessário considerar que existem algumas que operam sem estar registadas, tendo sido identificadas 9, mas certamente existirão mais. Das 120 empresas a operar, apenas 7 não disponibilizam serviços de turismo na natureza. Das 113 a operar na área do turismo na natureza, 34 encontram-se registadas como empresas de animação turística e 70 como operadores marítimo-turísticos. (Figura 110).

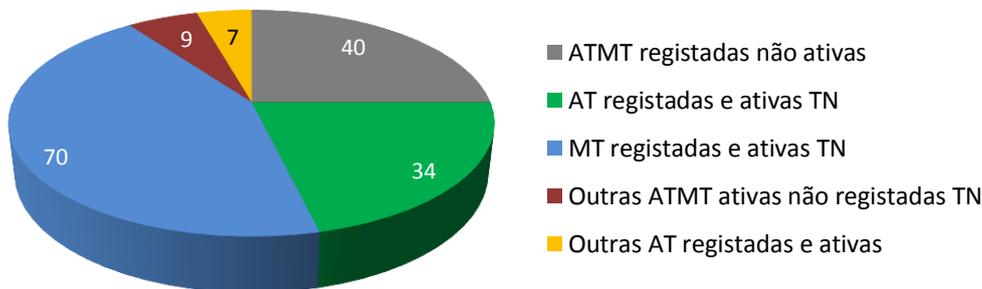


Figura 110 | Número de empresas ATMT nos Açores (2012)

Algumas empresas apresentam os dois tipos de registo (MT e AT) e diversas AT oferecem serviços marítimo-turísticos, tal como muitas MT prestam serviços de animação turística, o que é algo confuso. Até 2009, o registo de animação turística era significativamente mais caro e não permitia o acesso à atividade a empresários em nome individual, pelo que muitas empresas optaram por se registar como marítimo-turísticas mesmo oferecendo também atividades de animação turística. O decreto-lei 108/2009, de 15 maio, veio centralizar os procedimentos numa única entidade e torná-los mais simples mas, até finais de 2012, os Açores continuavam a não aplicar esta parte da legislação (Silva *et al.*, 2011).

Apesar de ser um setor estratégico para o turismo da região, persiste demasiada burocracia e continua a permitir-se que existam empresas a operar sem estarem legalmente constituídas e licenciadas, sendo mesmo algumas delas bem conhecidas, com *site* na internet e ativas há diversos anos.

Com exceção do Corvo, existem empresas de AT ou MT sediadas em todas as ilhas, sendo que cerca de 6% operam em mais do que uma ilha (Figura 111).

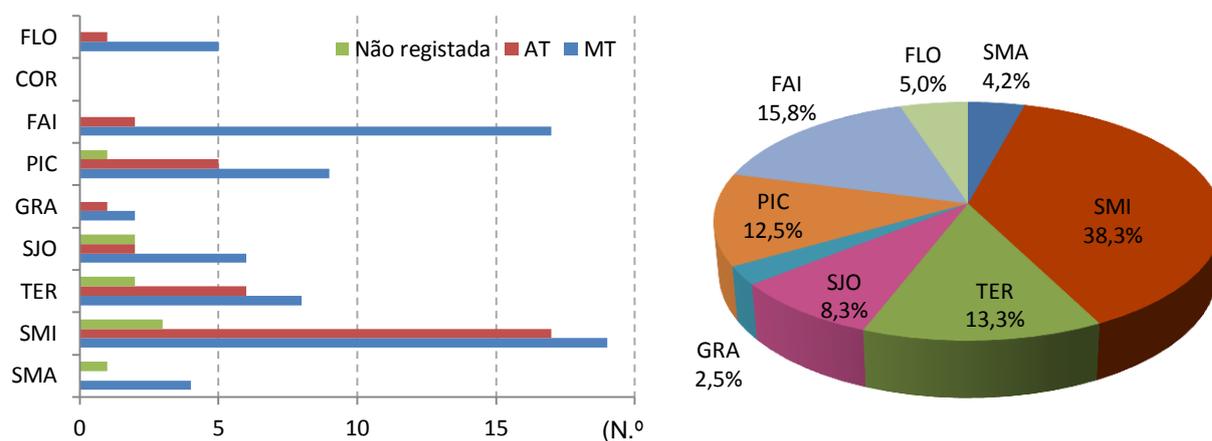


Figura 111 | Empresas AT e MT ativas com TN por ilha (2012)

Este é um setor constituído quase exclusivamente por microempresas e muito jovem. Cerca de 81% das empresas iniciaram a sua atividade depois de 1999 e quase 50% após 2007. Em média, as empresas contam com 2,3 trabalhadores a tempo integral, 4,9 a tempo parcial e 3,5 colaboradores esporádicos.

A maioria das empresas do setor apresenta como forma jurídica a de sociedade por quotas (67%), seguindo-se a de empresário em nome individual (26%), sendo maioritariamente compostas apenas por capital da região (87,5%).

Cerca de 51% das empresas beneficiaram de incentivos empresariais e 21,4% destas viram aprovada mais que uma candidatura. A maioria das empresas considera que esses incentivos foram importantes (44,1%), ou muito importantes (32,4%) e apenas 23,5% os considera como pouco importantes.

Estas empresas apostam predominantemente na internet (63,3%) como canal de promoção, seguido dos folhetos (20,6%), outros meios (10,8%) e por último os *media* (5,3%). Em finais de 2012, das 120 empresas ATMT ativas, 103 (86%) apresentavam *site* próprio, e algumas das 17 que não tinham *site*, estavam representadas na internet através de redes sociais, principalmente no *Facebook*.

A captação de clientes distribui-se de forma relativamente equitativa, com 38,4% a ser realizada através de reservas diretas antecipadas, 33,3% no local e 28,4% via agências de

viagem ou outras entidades. Apenas em 20% das empresas o peso de um destes tipos de captação de clientes é superior a 60%.

O mercado predominante das empresas de ATMT é maioritariamente estrangeiro (51,2%), seguindo-se o nacional externo à região (35,5%) e por último o interno (13,3%).

Cerca de 65% destas empresas têm parcerias com operadores de experiências, mas a importância dessas parcerias é bastante variável, com 38,1% a referirem que é baixa, 19% média e 42,9% elevada.

A sazonalidade da atividade do setor de ATMT é bastante significativa. Quase três quintos das empresas concentram mais de 79% da sua atividade nos quatro meses da época alta (junho a setembro) (Figura 111).

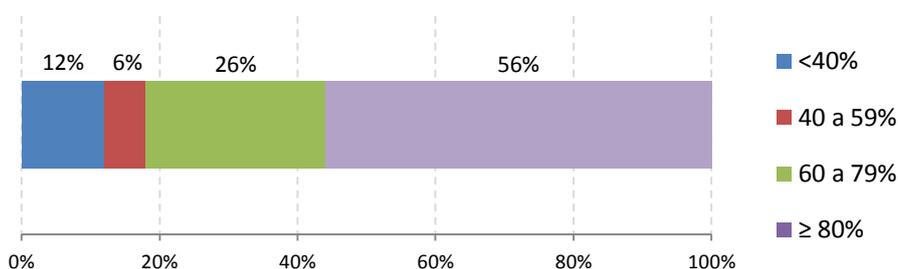


Figura 112 | Peso da atividade do setor ATMT de junho a setembro (2011)

A oferta de serviços concentra-se essencialmente no turismo na natureza (58,9%), distribuído pelo turismo e desporto de aventura (34,2%) e por atividades de interpretação ambiental e ecoturismo (24,7%). Os circuitos turísticos têm também um peso muito relevante (27,4%) podendo ser enquadrados tanto no âmbito do turismo na natureza como do *touring* paisagístico e cultural (Figura 113).

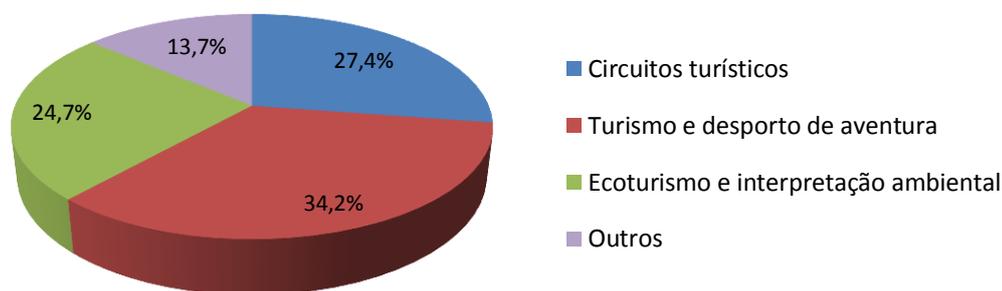


Figura 113 | Principais tipos de atividade do setor de ATMT (2011)

Esta oferta é predominante nas atividades mais abrangentes, como os passeios de barco (15,5% do total da oferta) e os percursos pedestres (8,7%), mas é de realçar a crescente importância de outras muito especializadas, como o mergulho (8%) e a observação de cetáceos (6,2%) (Quadro 55). A maior concentração de serviços verifica-se em São Miguel

(28,5%), seguido do Faial (18,5), do Pico (16,7) e da Terceira (14,7%). Por sua vez, é notória a quase ausência de serviços no âmbito das atividades aéreas.

Considerando as atividades que os empresários do setor gostariam de vir a oferecer no prazo de dois anos, para o ano de referência de 2011, destacam-se os passeios de barco (14,1%), o mergulho (12,7%), os passeios pedestres (11,3%) e a observação de aves (11,3%) (Quadro 55).

Quadro 55 | Oferta de serviços por atividade das empresas de ATMT ativas em 2012⁷⁴

Atividades / serviços	Empresas por atividade										Peso oferta		% Ativ. a oferecer 2 anos
	SMA	SMI	TER	SJO	GRA	PIC	FAI	FLO	RAA	RAA(%)	Média	>50%	
Observação de cetáceos	0	7	5	0	2	5	5	0	24	6,2	50,8	50,0	2,8
Natação com golfinhos	0	4	2	0	0	5	5	0	16	4,1	14,1	0	2,8
Passeios de barco	3	16	9	8	3	7	10	4	60	15,4	30,5	28,6	14,1
Vela de cruzeiro	0	4	2	3	0	0	4	0	13	3,3	18,1	25,0	2,8
Mergulho	5	8	4	1	3	5	4	1	31	8,0	62,3	62,5	12,7
Mergulho com tubarões	0	0	0	0	1	2	2	0	5	1,3	-	-	-
Pesca turística e desportiva	2	4	6	1	3	4	8	3	31	8,0	48,8	50,0	4,2
Pesca submarina	0	1	2	1	1	1	1	0	7	1,8	16,3	0	2,8
Caiaque de mar	0	1	2	2	1	0	2	0	8	2,1	1,0	0	2,8
Surf e <i>bodyboard</i>	0	0	1	2	0	0	0	0	3	0,8	16,0	33,3	1,4
Outros serviços náuticos	0	6	3	2	2	2	7	1	23	5,9	11,8	0	5,4
Passeios pedestres	0	12	5	3	1	7	5	1	34	8,7	35,5	33,3	11,3
Montanhismo	0	1	0	1	0	6	0	0	8	2,1	-	-	-
Geoturismo	0	2	0	1	0	2	0	0	5	1,3	-	-	-
Observação de aves	0	4	2	1	1	5	1	1	15	3,9	4,3	6,7	11,3
Passeios de bicicleta e BTT	0	6	4	2	1	3	4	0	20	5,1	5,3	0	1,4
Passeios a cavalo e de burro	1	3	1	1	1	2	2	0	11	2,8	3,7	0	0
<i>Canyoning</i>	0	1	0	1	0	0	0	2	4	1,0	32,5	50,0	4,2
Escalada e rapel	0	1	1	1	0	0	0	0	3	0,8	5,0	0	5,6
Golfe	0	1	1	0	0	0	0	0	2	0,5	-	-	-
Golfe rústico	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0,3	1,0	0	0
Passeios todo-o-terreno	0	5	1	1	0	1	4	1	13	3,3	28,8	25,0	0
<i>Kart cross / Moto 4</i>	0	0	0	0	0	1	2	0	3	0,8	5,0	0	1,4
Circuitos turísticos	0	13	0	2	0	3	1	0	19	4,9	33,7	33,3	5,6
Outras atividades terrestres	0	6	4	2	1	4	3	1	21	5,4	-	-	-
Atividades aéreas	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,3	0	0	0
Organização de eventos	0	4	2	0	1	0	1	0	8	2,1	4,3	0	4,1
Total n.º	11	111	57	36	22	65	72	15	389	100,0			
Total %	2,8	28,5	14,7	9,3	5,7	16,7	18,5	3,9					

Existem ainda outras atividades com potencial para atração de nichos especializados, que se encontram numa fase de arranque, como o mergulho com tubarões, a vela, os passeios a cavalo, a observação de aves, o surf, os passeios de bicicleta, o *canyoning* e o geoturismo. Paralelamente, importa considerar um vasto conjunto de recursos disponíveis

⁷⁴ Informação resultante do cruzamento das listagens da DRT e da ART e do levantamento através dos *sites* das empresas e de contatos diretos com alguns empresários do setor.

ou potenciais, direcionados para o ecoturismo e para o turismo na natureza, que estão por desenvolver.

A apresentação das diferentes atividades anteriormente referidas, considera apenas o número de atividades, sendo fundamental ter dados sobre os serviços prestados e os clientes, para conhecer o verdadeiro peso de cada uma destas atividades. Os únicos dados que a DRT dispõe sobre o volume das atividades refere-se à observação de cetáceos, verificando-se que o número de empresas que prestam esses serviços não é determinante para a quantidade de saídas, número de clientes e de faturação (Quadro 56). Neste setor, um quinto das principais empresas licenciadas, é responsável por cerca de 90% dos serviços.

Quadro 56 | Clientes que realizaram atividades de observação de cetáceos em 2011

Países / Ilhas	São Miguel	Terceira	Faial	Pico	Total (n.º)	Total (%)
Portugal	7671	295	1008	1891	10865	22,6
Alemanha	3032	7	627	4266	7932	16,5
Holanda	3537	326	432	936	5231	10,9
França	473	6	165	2440	3084	6,4
Reino Unido	1469	5	572	828	2874	6,0
Suécia	2801	0	4	53	2858	5,9
Dinamarca	2330	0	58	43	2431	5,1
Espanha	1435	4	145	459	2043	4,3
Itália	478	24	223	1190	1915	4,0
Finlândia	1721	0	8	30	1759	3,7
Suíça	294	0	66	819	1179	2,5
Outros	4011	22	512	1341	5886	12,2
Total	29252	689	3820	14296	48057	100,0

Dados (DRT, 2012) referentes a 54% das empresas licenciadas mas representando mais de 90% dos serviços prestados

Para além do número de empresas é importante conhecer a sua dimensão e grau de especialização. Conforme os dados apresentados no quadro 55, as empresas mais especializadas (com maior peso de uma das atividades), são as que oferecem mergulho, seguidas das de pesca turística e das de observação de cetáceos (Quadro 55).

Em termos da relevância turística destas atividades é também indispensável considerar que algumas têm uma expressão muito superior à enquadrada pelo setor de animação turística, especialmente as que facilmente se praticam em autonomia, como os percursos pedestres, a caça submarina, o surf, a escalada, o *canyoning* ou os passeios de bicicleta e BTT. No outro extremo, atividades como a observação de cetáceos ou o mergulho são muito dependentes de equipamentos e serviços de animação turística.

7.5.3 Boas práticas e sistemas de gestão ambiental e de qualidade na ATMT

Questionados sobre a importância da implementação nas suas empresas ATMT de boas práticas e de sistemas de gestão ambiental e de qualidade, em média, a opinião varia entre o importante e o muito importante (Quadro 57). Destas variáveis, os empresários valorizam a implementação de códigos de conduta e boas práticas (média de 4,48) e consideram menos importante a implementação de selos de qualidade e ambientais (média de 4,00).

Apesar desta elevada valorização, a taxa de implementação é muito baixa, com apenas 12,7% a indicarem que já aplicam os códigos de conduta e boas práticas, 7,3% sistemas de gestão da qualidade, 5,5% sistemas de gestão ambiental e 1,8% selos de qualidade e ambiental.

Quadro 57 | Importância da implementação na empresa de sistemas de qualidade e boas práticas

Q	Questão / Variável	\bar{x}	Med.	Moda	Máx.	Mín.	σ	Já implementou	
								n.º	%
42.1	Códigos de conduta e boas práticas	4,48	5	5	5	1	0,97	7	12,7
42.2	Sistema de gestão da qualidade	4,27	5	5	5	1	0,99	4	7,3
42.3	Sistema de gestão ambiental	4,22	5	5	5	1	1,09	3	5,5
42.4	Selo de qualidade e ambiental	4,00	4	5	5	1	1,29	1	1,8

Escala de avaliação: 1- Nada importante, 2- Pouco importante, 3- Médio, 4- Importante, 5- Muito importante

7.5.4 Principais dificuldades do setor ATMT

Em média, os empresários do setor ATMT identificam como relevantes todas as 13 dificuldades do setor identificadas no questionário, excetuando a fraca competitividade do setor (Q43.6) predominando a avaliação 3 - não discordam nem concordam (média 2,84 e a mediana e moda 3) (Quadro 58).

Quadro 58 | Principais dificuldades no setor ATMT

Q	Questão / Variável	\bar{x}	Med.	Moda	Máx.	Mín.	σ
43.1	Concorrência desleal	4,33	5	5	5	1	1,12
43.2	Demasiada burocracia e legislação desadequada	4,09	4	5	5	1	1,10
43.3	Elevada sazonalidade da atividade	4,29	5	5	5	1	1,07
43.4	Falta de apoio ao setor	3,64	3	3	5	1	1,18
43.5	Fiscalização insuficiente	3,96	5	5	5	1	1,29
43.6	Fraca competitividade do setor	2,84	3	3	5	1	1,00
43.7	Fraca cooperação entre as empresas do setor	3,50	3	5	5	1	1,31
43.8	Infraestruturas de apoio insuficientes	3,57	3	5	5	1	1,24
43.9	Instabilidade meteorológica e clima	3,75	4	4	5	1	1,15
43.10	Preços dos combustíveis elevados	4,50	5	5	5	1	0,92
43.11	Problemas de acessibilidades e insularidade	4,42	5	5	5	1	0,93
43.12	Promoção institucional insuficiente	3,83	4	5	5	1	1,10
43.13	Recursos humanos pouco qualificados	3,57	4	4	5	1	1,25

Escala de avaliação: 1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente

As dificuldades do setor que os empresários consideram ser mais relevantes são o preço dos combustíveis elevados (média de 4,50), problemas de acessibilidades e insularidade (4,42), concorrência desleal (4,33), elevada sazonalidade da atividade (4,29) e demasiada burocracia e legislação desadequada (4,09) (Figura 114).

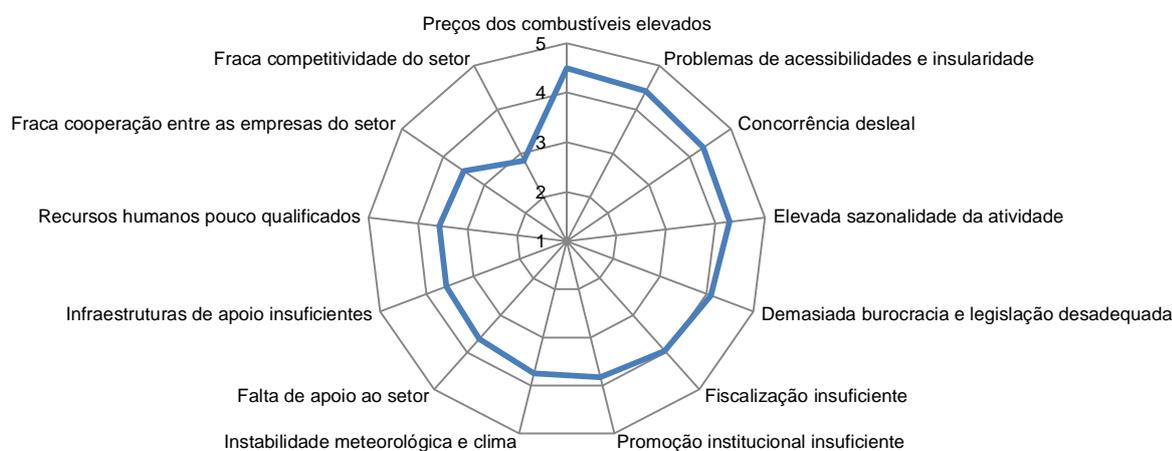


Figura 114 | Principais dificuldades no setor ATMT

7.6 SÍNTESE DA ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PERCEÇÃO DOS STAKEHOLDERS

Os oito grupos de *stakeholders* do turismo considerados neste estudo possuem características bastante distintas a nível de habilitações literárias, profissão, formação na área do turismo e ligação profissional ao setor. Apesar destas diferenças, a análise dos resultados das suas respostas ao questionário, permite concluir que prevalece a concordância entre os grupos sobre a maioria dos aspetos referentes ao potencial e desenvolvimento turístico da região.

A maioria dos inquiridos (62%) considera que os Açores estão numa fase de crescimento moderado da atividade turística e 28% numa fase de estagnação. Apesar deste relativo pessimismo, todos os grupos de *stakeholders* concordam que o turismo é uma atividade estratégica para a região (média de 4,6 a 4,8), e das que apresenta maior potencial de crescimento nos próximos 10 anos (4,3 a 4,6). Para estes atores, as ilhas com maior potencial de desenvolvimento turístico, a médio prazo, são as do Pico e de São Miguel, enquanto as ilhas mais pequenas (Corvo, Graciosa e Santa Maria) são as que apresentam menor potencial.

Tal como expresso pela população local, no estudo sobre as atitudes dos residentes face ao turismo (SREA, 2007a), os *stakeholders* que responderam a este questionário consideram que os impactos negativos do turismo na região não são expressivos. Reforçam esta atitude positiva perante o turismo, defendendo que esta atividade tem contribuído para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida das populações (4,0) e para ampliar a oferta de infraestruturas e equipamentos disponíveis para a população local (3,8).

Quanto ao potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos, os inquiridos destacam claramente o turismo na natureza (4,5) e o turismo náutico excluindo cruzeiros (4,3) como os que apresentam maior potencial. Num segundo nível surgem o *touring* cultural e paisagístico (3,7) e o produto saúde e bem-estar (3,6). No outro extremo encontram-se o turismo residencial e *resorts* (2,8), o turismo religioso (2,8), os *city breaks* (2,9), o golfe (2,9), o turismo de negócios e congressos (3,0), os cruzeiros (3,0) e o sol e mar (3,1).

Em relação à oferta de recursos, de equipamentos e de serviços turísticos, em geral, estes atores exprimem uma satisfação moderada, variando a média entre 2,6 para a animação noturna e 3,3 referente aos recursos culturais. Já em relação às acessibilidades o nível de satisfação é significativamente mais baixo, sendo mesmo considerada como a principal limitação para o desenvolvimento do turismo na região, especialmente no que se refere ao custo dos voos inter-ilhas e com o exterior.

Outro ponto fraco indicado pelos inquiridos refere-se ao planeamento e gestão turística, com uma avaliação média de 2,7 para a adequabilidade do modelo de planeamento turístico, 2,6 para a política de gestão turística e 2,7 para a monitorização da atividade. Com exceção do grupo constituído pelas entidades do Governo Regional (GR), os restantes *stakeholders* consideram que o desenvolvimento turístico na RAA não tem sido suficientemente canalizado para todas as ilhas, nem contribuído para a coesão territorial. Quanto ao grau de satisfação com as diferentes entidades responsáveis, ou que interferem na gestão turística, este varia entre 2,5 para o papel desempenhado pelo Governo Nacional e 3,3 para as empresas de serviços turísticos.

De realçar a elevada concordância com a necessidade do modelo de desenvolvimento turístico ter como base o paradigma da sustentabilidade (4,6), de ser garantida a interligação com outros setores (4,5) e de se ampliar o envolvimento da população e das empresas na gestão turística e ambiental (4,0). Apesar de existirem pequenas variações entre grupos, todos consideram ser importante a implementação de iniciativas associadas ao turismo sustentável e responsável (códigos de conduta, sistemas de gestão da qualidade e ambiental, etc.), com a média das respostas a situar-se entre 4,1 e 4,4.

A satisfação média dos *stakeholders* com a promoção e informação turística é relativamente baixa. O mesmo ocorre com o nível de qualidade e competitividade dos serviços turísticos e com a qualificação dos recursos humanos na região, avaliação que é, em geral, modesta ou baixa e partilhada por todos os grupos de *stakeholders*, excetuando o GR, que expressa um nível de satisfação significativamente mais elevado. Para os inquiridos, a qualidade e preço dos serviços, apesar de bastante distanciada das acessibilidades, é o segundo ponto fraco do turismo na região. Em consonância com esta debilidade, os agentes consideram importante, ou muito importante, a implementação de iniciativas associadas à competitividade, nomeadamente a aposta na inovação e apoio ao empreendedorismo (4,2 a 4,7).

Em relação à perceção dos *stakeholders* sobre o turismo na natureza, abordada na terceira parte do questionário, verifica-se alguma conformidade com as respostas dadas na segunda parte. Os inquiridos destacam o turismo na natureza como o produto com maior potencial no arquipélago (4,4) e consideram que este deve assumir a centralidade e ser a imagem de marca do turismo da região (4,4). Esta valorização é igualmente expressa na questão sobre os pontos fortes do turismo nos Açores, na qual os inquiridos destacam positivamente o ambiente e paisagem natural (43,0%) e o turismo na natureza e serviços de animação turística e marítimo-turística (11,8%).

Embora o turismo na natureza seja identificado por todos os *stakeholders* como o principal produto e identidade do turismo dos Açores, a avaliação da oferta é relativamente modesta,

existindo um importante desfasamento entre o estado da mesma nos diversos segmentos associados ao turismo na natureza (2,9 a 3,6) e as suas potencialidades de desenvolvimento (4,0 a 4,5). De facto, a generalidade dos inquiridos considera que os Açores não estão a explorar devidamente o potencial que têm associado ao turismo na natureza e que os graus de tecnologia, *know-how* e experiência na gestão de atividades deste produto são relativamente baixos. Simultaneamente, consideram que é necessário melhorar significativamente o trabalho na área da legislação e gestão ambiental e que se deve implementar um conjunto de medidas e ações para potenciar o turismo na natureza, como desenvolver a oferta de experiências associadas a este produto, diversificar a oferta e reforçar a aposta na formação e qualificação dos técnicos de turismo na natureza.

No que se refere à gestão e acesso às áreas protegidas, verifica-se uma elevada concordância com o envolvimento da população e das empresas na gestão ambiental. Os *stakeholders* expressam ainda a opinião de que o acesso às áreas protegidas deve ser condicionado ao cumprimento de regras de boas práticas e que, para estes espaços, se deve proceder à monitorização da atividade turística, garantir a vigilância e estabelecer capacidades de carga.

Tal como noutros destinos em que o turismo na natureza é um produto estratégico (Chazaud, 2004; Pigram e Jenkin, 2006), nos Açores o setor da animação turística e marítimo-turística é essencial para o desenvolvimento da atividade turística. Nesta região não existe ainda um registo oficial para o setor, suficientemente atualizado e detalhado com informação sobre as empresas, serviços prestados e clientes. No questionário aplicado neste estudo, os operadores mostram-se disponíveis para colaborar na sua concretização e consideram importante a constituição deste sistema de registo, que é essencial para se poder conhecer melhor o setor e o segmento do turismo na natureza.

Em finais de 2012, o setor da animação turística e marítimo-turística nos Açores contava com 120 empresas ativas, sendo estas quase exclusivamente microempresas e com predomínio de capitais da região. Este é um setor muito jovem e relativamente dinâmico, que recorre bastante às novas tecnologias de comunicação. O seu mercado é dividido entre o estrangeiro (51,2%) e o nacional (35,5% fora da região e 13,3% interno). O setor é muito dependente da sazonalidade turística, com quase três quintos das empresas a concentrar mais de 79% da sua atividade nos quatro meses da época alta.

A oferta de serviços tem maior expressão nas atividades mais abrangentes, como os passeios de barco e os percursos pedestres, mas realça-se a crescente importância de produtos mais especializados, como o mergulho e a observação de cetáceos. Existem ainda outras atividades com potencial para atrair nichos especializados, que se encontram

numa fase de arranque, como o mergulho com tubarões, os passeios a cavalo, a observação de aves, o surf, o *canyoning* e o geoturismo.

Questionados sobre a importância da implementação nas suas empresas de boas práticas e sistemas de gestão ambiental e de qualidade, os empresários deste setor avaliaram estas medidas entre o importante e o muito importante, valorizando especialmente a implementação de códigos de conduta e boas práticas. A ação neste campo é de grande importância e reforçada, quer para se garantirem práticas mais responsáveis, quer porque a taxa de implementação destes sistemas nas empresas da região é muito baixa.

Quanto à comparação entre grupos de *stakeholders* na avaliação das variáveis, verificam-se 184 diferenças estatisticamente significativas, comprovando-se que existem especificidades importantes entre os grupos (Figura 115). O grupo GR destaca-se por ser o que apresenta maior número de variáveis com diferenças estatísticas significativas (69, correspondendo a 37,5% do total das diferenças). De forma geral, este grupo apresenta uma perspetiva mais otimista da realidade do turismo dos Açores, especialmente quando avaliam variáveis diretamente ligadas ao planeamento e gestão do setor, o que se justifica pelo facto da amostra deste grupo ser constituída essencialmente por elementos com cargos políticos ou técnicos ligados à gestão do território.

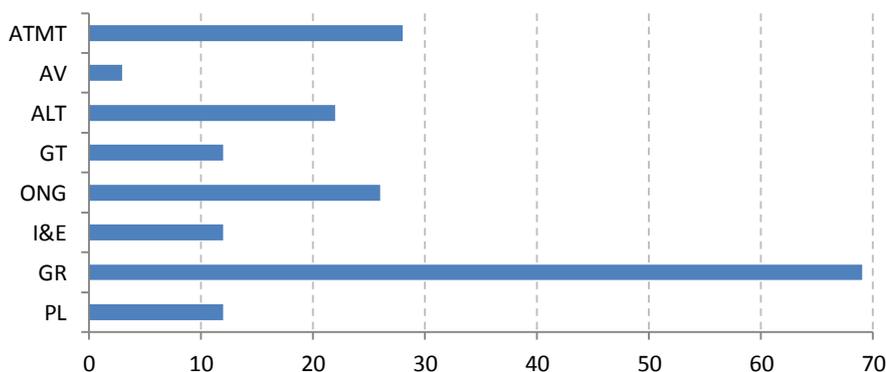


Figura 115 | Diferenças estatísticas significativas entre variáveis por grupo de *stakeholders*

A tendência de um grupo beneficiar a avaliação de aspetos em que se encontra diretamente envolvido, também se observa com outros grupos e em diferentes variáveis, embora de forma menos expressiva do que para o grupo GR. Poderá assim concluir-se que, apesar de ser fundamental uma participação mais ativa e transversal dos *stakeholders* nos processos de planeamento e gestão turística, as suas opiniões são algo condicionadas por interesses corporativistas, alguns refletidos em lóbis, com maior ou menor influência, pelo que a incorporação desses interesses tem de ser bem gerida. Contudo, é de realçar que as diferenças estatísticas significativas entre grupos por variável não são a regra, predominando, para a maioria dos aspetos associados ao turismo, uma grande concordância entre os vários grupos de *stakeholders*.

8. MODELO EMPÍRICO DE DESENVOLVIMENTO PARA OS TIPD DE TRANSIÇÃO

8.1 AÇORES – O TURISMO E A NATUREZA COMO IMOS DO DESENVOLVIMENTO

“Abandono, afastamento, isolamento...

...aventura, descoberta ou tranquilidade”

(Consórcio GEOIDEIA *et al.*, 2002: 83)

A investigação em torno dos territórios insulares de pequena dimensão (TIPD) tem sido essencialmente dirigida para os pequenos estados insulares em desenvolvimento⁷⁵ e para as ilhas de águas quentes (Bernardie-Tahir, 2005; Lombard e Labescat, 2010; McElroy, 2003). Mais recentemente, o campo de investigação estendeu-se às ilhas de águas frias (Baldacchino, 2006c; Butler, 2006), mas continuam a existir diversos TIPD que não se encontram em nenhum destes dois grupos.

O Arquipélago dos Açores, pela sua localização, isolamento, dispersão territorial, clima, nível de desenvolvimento e situação política e administrativa, constitui uma região muito peculiar no âmbito dos TIPD, podendo enquadrar-se no pequeno grupo que nesta investigação se designa como TIPD de transição.

Nos capítulos anteriores, foram apresentadas as especificidades territoriais, socioculturais e económicas da RAA, concluindo-se que o turismo é uma aposta estratégica para este arquipélago, quer pelas suas potencialidades, quer porque esta região apresenta poucos setores competitivos e exportadores.

O crescimento expressivo da procura a partir de 1998 e as novas dinâmicas do turismo criaram um clima bastante otimista em relação ao potencial desenvolvimento do setor na região, que se traduziu em elevadas expectativas dos *stakeholders* e condicionou os cenários de evolução da procura definidos nos instrumentos de planeamento estratégico. Contudo, a partir de 2007, o crescimento da procura turística reduziu significativamente, entrando-se num período de relativa estagnação. As elevadas expectativas e previsões incentivaram investimentos em equipamentos, especialmente na hotelaria, que se tornaram desfasados das necessidades atuais, criando problemas de sustentabilidade económica do setor e demonstrando a fragilidade do atual modelo de desenvolvimento turístico.

⁷⁵ Conhecidos pela sigla SIDS que corresponde à designação em inglês de Small Island Developing States.

No inquérito desenvolvido nesta investigação, os grupos de *stakeholders* identificam claramente as múltiplas fragilidades da região como destino turístico, nomeadamente em termos de competitividade, das acessibilidades, da qualidade dos serviços, do modelo de desenvolvimento e da gestão turística. Desde logo, estas constatações justificam a necessidade de equacionar tanto a atual política, como o modelo de desenvolvimento turístico. No que se refere à gestão turística, a necessidade de correção é ainda mais premente, pois esta não tem assegurado a aplicação das orientações estratégicas definidas pelo plano de ordenamento turístico da região (POTRAA), verificando-se um importante desfasamento entre o que é definido no plano e a sua aplicação, conforme se pode comprovar pela análise da gestão e promoção turística da região e pela opinião expressa pelos diversos grupos de *stakeholders*.

Enquanto no POTRAA se define a necessidade de direcionar o modelo de desenvolvimento turístico para o turismo de nichos e para as potencialidades intrínsecas do território, a gestão e promoção turística têm estado demasiado orientadas para um mercado mais generalista, que recorre a viagens organizadas, e apostando em produtos com potencialidades relativamente limitadas na região, como o golfe, o turismo de cruzeiros e a *meeting industry*. De facto, em vez de se procurar reforçar e suportar a oferta nas especificidades do território para ganhar vantagens competitivas dentro de segmentos mais especializados, uma parte expressiva do esforço financeiro e de promoção tem sido canalizada para um modelo relativamente exógeno e generalista, suportado por pacotes turísticos próximos do turismo de massas, com voos “subsidiados”, alojamento em hotéis sem identidade e de média qualidade e pela oferta de circuitos turísticos tendo como base a descoberta e a observação da paisagem natural e cultural. O centro da oferta tem sido direcionada para o grupo de turistas mesocêntricos e mesmo psicocêntricos, com uma aposta reduzida no grupo dos alocêntricos, constituídos por viajantes mais autónomos, aventureiros e jovens, que são nichos que os Açores podem mais facilmente cativar decorrentes das potencialidades do destino.

Apesar de, nos seus princípios e definições estratégicas, o POTRAA responder às necessidades da região, urge atualizar este instrumento de planeamento e redefinir o modelo de desenvolvimento turístico. De facto, o POTRAA foi condicionado tanto pela conjuntura bastante favorável do período em que decorreu a sua elaboração, como pelas limitações decorrentes dos Açores constituírem um destino jovem e imaturo, suportando-se excessivamente na ideia de que os fatores novidade, autenticidade e atratividade insular seriam suficientes para o tornar competitivo à escala internacional.

Se a necessidade de definir um modelo mais adequado para a região é um imperativo atual, só por si não é condição suficiente para assegurar eficazmente o desenvolvimento

turístico, sendo essencial que as políticas e a gestão turística sigam os princípios definidos nesse modelo e assegurem um eficiente processo de monitorização da sua aplicação.

Assim, considerando o estado da arte em relação ao desenvolvimento turístico em ilhas, particularmente dos TIPD de transição, especificidades da RAA e a opinião expressa pelos *stakeholders* no questionário desenvolvido nesta investigação, apresentam-se de seguida a fundamentação e os elementos que se consideram ser essenciais na definição de um modelo de desenvolvimento turístico para a região, conforme se esquematiza na Figura 116.

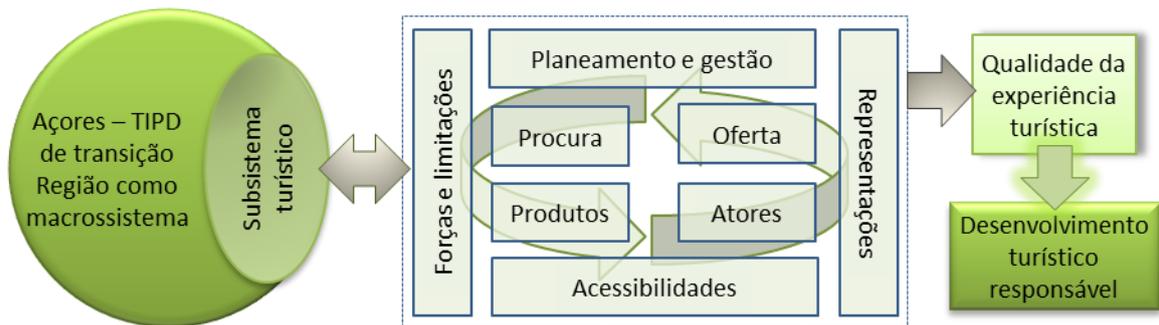


Figura 116 | Elementos e estrutura base do modelo de desenvolvimento turístico para a RAA

Em simultâneo com a apresentação destes elementos estruturantes de um modelo de desenvolvimento turístico para a região, justifica-se essa inclusão e estabelece-se uma reflexão crítica.

8.1.1 Sistema turístico integrado no macrossistema regional

Os diversos condicionantes da economia da RAA, nomeadamente decorrentes da reduzida escala, problemas de acessibilidades, baixa competitividade e limitações de recursos, justificam só por si a adoção de um modelo de planeamento territorial que considere a região como um macrossistema, a partir do qual são emanadas as diretrizes e se organizam e interatuam os diversos sistemas, como é o caso do turismo.

Este é um setor estratégico para a região, que deve contribuir para o desenvolvimento regional através do seu efeito direto e multiplicador, e ser potenciado através de políticas transversais a todos os sistemas interatuantes no território (Consórcio GEOIDEIA *et al.*, 2007; Moniz, 2009). De facto, a competitividade e a notoriedade do destino Açores dependem tanto da oferta turística direta, como das condições proporcionadas por muitos outros sistemas e do macrossistema territorial como um todo.

A maioria dos turistas visita os Açores atraída pela natureza, insularidade e forte identidade do destino (Moniz, 2009; SREA, 2007b). O reforço destas forças é essencial para promover a competitividade e o desenvolvimento turístico da região, pelo que os diversos subsistemas devem contribuir para uma imagem associada à sustentabilidade e à economia verde reforçando a possibilidade dos Açores se afirmarem internacionalmente como um destino turístico de excelência, com uma imagem forte e qualitativamente diferenciadora, para um conjunto de nichos que têm vindo a ganhar um peso crescente.

Para além dos benefícios em termos de promoção e das representações por parte dos turistas e dos responsáveis pelos *media*, esta estratégia de apresentar o destino associado aos conceitos natureza e responsabilidade, permite estimular o desenvolvimento da economia verde, especialmente ao nível dos setores da energia, da economia do mar e da diversificação da produção agroalimentar, que se encontra demasiado dependente do *cluster* dos laticínios. Esta estratégia, reforçada com a incorporação de fatores de inovação, investigação e novas tecnologias, aliando o tradicional à modernidade, a hospitalidade à cidadania e a espaços sociais cosmopolitas, constitui um fator de oportunidade que potencia o desenvolvimento centrado nas comunidades locais. Promover a investigação em torno do ambiente e do mar, como o turismo científico, o ecoturismo e a educação ambiental, ou estimular o agroturismo, a pesca turismo, são alguns exemplos.

Uma gestão sistémica regional integrada permite igualmente estimular as sinergias diretas entre vários setores, como a que pode resultar do incentivo à incorporação de produtos alimentares locais na restauração e na hotelaria, ou a promoção do agroturismo e da

pesca-turismo⁷⁶. Por sua vez, o estímulo ao empreendedorismo local focado na complementaridade entre setores, como é o caso das quintas de turismo em espaço rural, que oferecem serviços de alojamento e de animação e desenvolvem atividade agrícola ou agropecuária, contribuem ainda para atenuar as dificuldades associadas à elevada sazonalidade do setor do turismo. O reforço das sinergias entre alguns dos subsistemas regionais é assim da maior importância, como seria o caso da gestão integrada do turismo, da cultura e do ambiente.

A aplicação de um modelo sistémico para estes territórios é igualmente justificada pela escassez de recursos financeiros, que reforça a necessidade das políticas e dos investimentos nos equipamentos e na promoção do destino terem de servir tanto as necessidades do setor do turismo, como das populações locais.

A aplicação deste modelo sistémico, com resultados na efetiva promoção do desenvolvimento sustentável, direcionados para potenciar a economia local e a qualidade de vida dos cidadãos implica uma gestão articulada e integrada do sistema de planeamento e de gestão, que só é possível com uma boa governança e a participação ativa das comunidades locais. Este é um desafio difícil, mas a reduzida escala e individualidade territorial dos TIPD constituem elementos facilitadores da implementação de um modelo de desenvolvimento de proximidade com grande incorporação da participação das populações e dos *stakeholders* nos processos de desenvolvimento.

⁷⁶ “São consideradas como pesca-turismo as atividades em que o participante acompanha e colabora nas ações de embarcações registadas para o exercício de pesca comercial” (Silva, *et al.*, 2011: 32). Esta modalidade é regulada por diploma próprio, no qual se define a pesca-turismo como “a oferta de serviços marítimo-turísticos de natureza cultural, de lazer, de pesca e atividades acessórias complementares, exercida por operador marítimo-turístico licenciado (...) mediante a utilização de embarcação registada no exercício da pesca comercial” (Decreto legislativo regional n.º 36/2008/A, de 30 de junho).

8.1.2 Forças e limitações

Os TIPD constituem espaços nos quais a insularidade, reduzida dimensão e isolamento, são tanto fatores limitantes do desenvolvimento, como pontos fortes ou catalisadores de oportunidades, como a maior facilidade em promover um ordenamento do território que incorpore uma visão sistémica e uma governança de proximidade e inclusiva dos diversos atores. As ilhas são também espaços percecionados positivamente por muitos nichos de turistas (Henriques, 2008). Os territórios insulares que continuam a apresentar uma reduzida carga turística, têm no elevado nível de hospitalidade e autenticidade, elementos que lhes permitem potenciar o desenvolvimento do setor.

Considerando as limitações a nível de acessibilidades, oferta de equipamentos turísticos e de produtos de massas como o 3S, é indispensável que estes destinos se suportem nas suas forças, em particular as associadas à representação mental da insularidade e à riqueza do ambiente natural e cultural, para desenvolver produtos e serviços direcionados essencialmente para o turismo de nichos com forte identidade e indutores de emoções e experiências diferenciadoras.

No caso dos Açores, os grupos de *stakeholders*, a população, os turistas e os instrumentos de planeamento são unânimes em destacar a natureza e a paisagem como os maiores pontos fortes da região, valorizando também aspetos como a segurança, tranquilidade, hospitalidade e autenticidade. Em termos turísticos, pode considerar-se que as forças estão tão associadas às representações e fatores complementares que os turistas valorizam, como aos principais produtos turísticos da região, tendo como pontos aglutinadores a natureza, o mar e a insularidade (Figura 117).

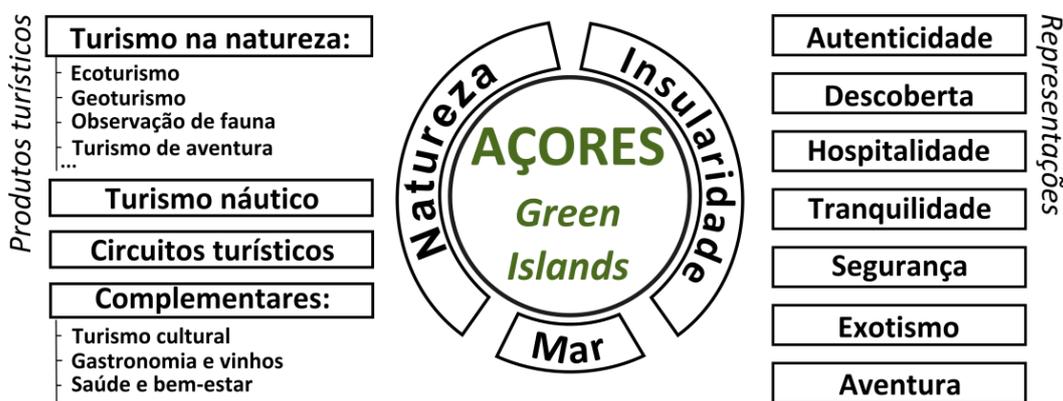


Figura 117 | As forças do turismo dos Açores

Assim, os produtos turísticos estratégicos da região são o turismo na natureza, nos seus diversos segmentos, o turismo náutico e os circuitos turísticos que, por sua vez, também têm como suporte a natureza e a paisagem cultural.

8.1.3 Representações

As representações em torno de um destino estão dependentes de fatores objetivos e subjetivos, associadas às especificidades desse destino e a fatores individuais, sendo essas representações determinantes para a escolha do destino a visitar.

A imagem dos Açores decorre, tanto das características particulares do destino, como das representações mentais associadas aos territórios insulares de pequena dimensão. Para muito visitantes, a insularidade emana uma importante atratividade, embora essa esteja essencialmente direcionada para um certo ideal paradisíaco, envolvendo essencialmente as ilhas tropicais com praias idílicas. Mesmo sem esta força, os TIPD de transição podem capitalizar muita da representação mental da insularidade, especialmente por serem percecionados como espaços de evasão e de busca de identidades perdidas. Essas representações incluídas como forças na figura 117, e confirmadas tanto pela opinião dos diversos grupos de *stakeholders*, como pelos turistas (Figura 118 e figura 119), devem ser incentivadas através da promoção e informação, criando condições para que sejam garantidas e percebidas durante a estada dos visitantes.

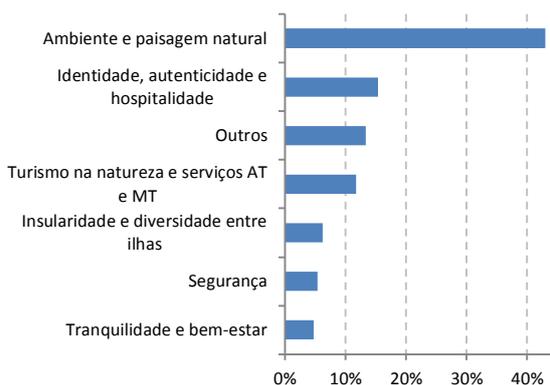


Figura 118 | Principais pontos fortes do destino Açores segundo os *stakeholders* do turismo

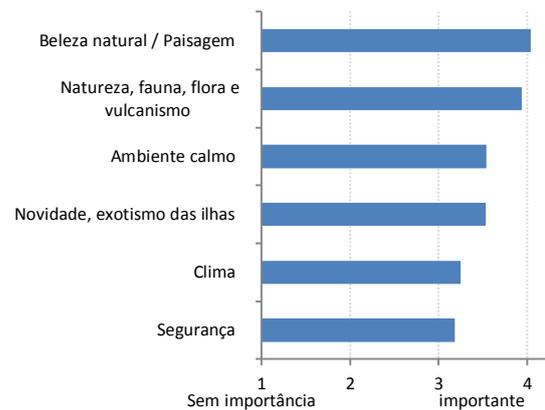


Figura 119 | Características determinantes na escolha do destino Açores (Dados: SREA, 2007b)

A representação mental da insularidade e, em particular, do destino Açores, por parte dos turistas, estende-se muito para além do setor do turismo, estando associada a uma perceção global sobre o território e a sua experiência de viagem, conjugada com fatores subjetivos inerentes à cultura e à individualidade de cada visitante e as suas experiências turísticas anteriores. Estes aspetos reforçam o interesse da adoção de um modelo sustentado nas forças do território, numa visão sistémica que vá para além do subsistema turístico, destacando os fatores distintivos valorizados pelos mercados estratégicos do destino, como é o caso da hospitalidade, da segurança, do exotismo, do turismo verde e da responsabilidade.

8.1.4 Acessibilidades

Como o turismo implica a deslocação de pessoas entre os mercados emissores e os destinos, esta atividade está bastante dependente das acessibilidades. A generalidade dos TIPD apresenta importantes condicionantes nas acessibilidades, especialmente associadas ao isolamento, reduzida dimensão geográfica e demográfica e à dispersão territorial. A impossibilidade de chegar de carro ao destino implica limitações e custos acrescidos, sendo que em alguns destinos insulares, como os Açores, as entradas são quase exclusivamente via aérea. As limitações de escala e a dispersão territorial obrigam à multiplicação de infraestruturas essenciais, o que implica custos acrescidos e algumas restrições nas ligações.

Existe consenso entre os grupos de *stakeholders* do turismo dos Açores, ao considerarem as acessibilidades como principal ponto fraco do destino (Figura 120), especialmente as ligações aéreas, embora se verifiquem igualmente importantes constrangimentos nas ligações marítimas, principalmente no que se refere às ligações entre os três grupos de ilhas. Estas limitações são condicionantes importantes para a mobilidade das populações, dos turistas e das mercadorias, e dificultam o desenvolvimento e a integração da economia local.

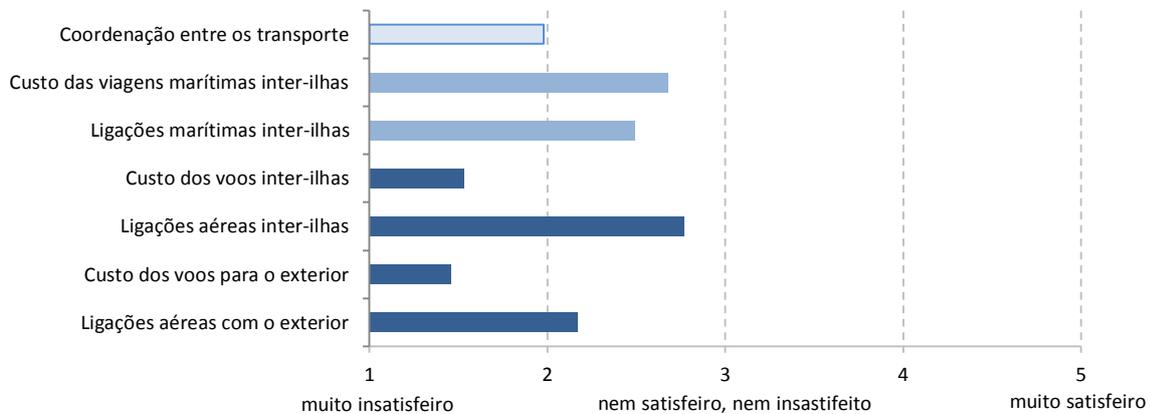


Figura 120 | Satisfação dos *stakeholders* com as acessibilidades aéreas e marítimas na região e com o exterior

O setor do turismo é certamente um dos mais afetados pelos constrangimentos em termos de acessibilidades, reduzindo a competitividade do destino, especialmente quando comparada com a maioria dos destinos continentais e com as ilhas mais próximas ou com maiores fluxos.

A atenuação destes condicionantes é fulcral para o desenvolvimento territorial e turístico da RAA, mas certamente que esta não é uma tarefa fácil. A nível dos transportes marítimos inter-ilhas, é importante equacionar soluções alternativas e mais adequadas à realidade

local, como seja estabelecer ligações mais regulares entre as ilhas de cada grupo através de embarcações de pequena ou média dimensão, e considerar a possibilidade das ligações entre os grupos ser realizada por barcos mistos de carga e passageiros.

Quanto às acessibilidades aéreas, existem um conjunto de condicionantes (isolamento, escala territorial e dos fluxos de viajantes, dispersão territorial), que dificilmente poderão ser ultrapassados, sendo no entanto essencial desenvolver esforços para os mitigar. É importante que a região continue a apoiar a constituição de novas ligações aéreas, mas esse apoio deve ser condicionado a uma progressiva autonomia dessas rotas. Considerando que as tendências atuais demonstram uma propensão crescente para os turistas valorizarem o preço dos voos e preferirem maior autonomia na organização das suas viagens, o que é especialmente acentuado no turismo de nichos, torna-se indispensável equacionar se não é preferível procurar estabelecer acordos com companhias aéreas que disponibilizem voos a partir dos mercados emissores na lógica de um mercado livre e do e-comércio, em vez dos atuais apoios direcionados para operadores interessados em programas completos. Uma melhor exploração dos mercados de diáspora e a avaliação da possibilidade de constituir *hubs* na região, são também aspetos importantes a considerar.

As acessibilidades são um problema bastante complexo, transversal a vários setores e de grande importância, tanto para a economia local, como para a mobilidade dos cidadãos, pelo que as medidas para a sua melhoria deverão considerar uma abordagem sistémica, a consulta de especialistas e um debate alargado com a participação ativa dos cidadãos e dos múltiplos *stakeholders*. Uma solução que valorize os interesses de um setor em detrimento de outros, ou que promova uma excessiva centralização incentivada pela lógica associada à economia de escala, pode não ir de encontro aos interesses das comunidades locais dispersas pelas ilhas, levando a um processo de desenvolvimento que não esteja direcionado para melhorar qualidade de vida dos cidadãos.

8.1.5 Planeamento e gestão – responsabilidade e governança

O planeamento e a gestão turística são elementos estruturantes em qualquer destino e em particular nos Açores, quer para potenciarem o desenvolvimento, quer para garantir que este seja direcionado essencialmente para melhorar as experiências turísticas e beneficiar a economia e as comunidades locais, promovendo simultaneamente uma incorporação crescente dos princípios da sustentabilidade. Para assegurar esses resultados, é essencial reequacionar o modelo de desenvolvimento, envolver os *stakeholders* ativamente, garantir que a gestão turística seja suportada nos princípios estratégicos definidos nos instrumentos de planeamento e assegurar uma eficiente monitorização de todos os processos, sendo evidente que isto só é possível com uma boa governança.

Apesar dos instrumentos de planeamento dos Açores serem exemplos da incorporação dos princípios da sustentabilidade e de uma visão otimista da evolução da atividade turística na região, ficou demonstrado nesta investigação que as projeções de crescimento da procura estão longe de serem concretizadas e que existe um importante desfasamento entre os princípios definidos nesses instrumentos e a gestão turística. Simultaneamente, constata-se um nível de satisfação relativamente baixo de quase todos os grupos de *stakeholders* do turismo dos Açores, com as diversas variáveis e dimensões associadas ao planeamento e à gestão turística na região (Figura 121).

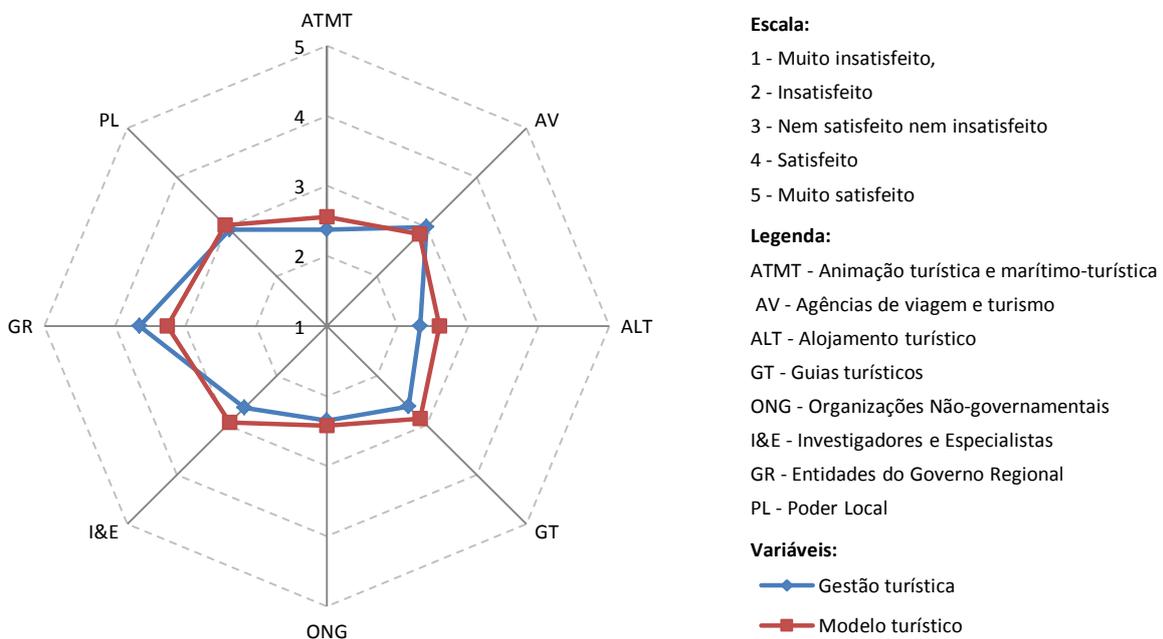


Figura 121 | Satisfação com a política e gestão turística e com o modelo de desenvolvimento turístico vigente

A insatisfação poderá ser explicada por múltiplos fatores, desde o excesso de expectativas criadas, à constatação de que o setor se encontra numa fase de estagnação ou crescimento moderado e insatisfação com as políticas e a gestão turística que têm vindo a

ser implementadas. De facto, a expansão da atividade turística e a gestão turística nos Açores tem incorrido num conjunto de erros, difíceis de corrigir. Desde logo, um erro que Getz (1986) considera ser comum em muitos destinos, consiste no planeamento e a gestão turística ficarem centrados na resolução de problemas imediatos, ou seja, em vez de um planeamento prospetivo que assegure os objetivos de longo prazo, este concretiza-se essencialmente de modo reativo.

Outro erro resulta de se ter difundido a ideia de que o setor iria apresentar taxas de crescimento significativamente mais elevadas do que as que estão a ocorrer e, simultaneamente, não se tenham adaptado os cenários e ajustado os programas de desenvolvimento. Como foi referido anteriormente, isso levou a que se tivessem realizado investimentos excessivos em equipamentos turísticos, especialmente na hotelaria. Simultaneamente, esses investimentos também não foram os mais adequados. É certo que a oferta de alojamento melhorou significativamente, com excelente investimento nas unidades de alojamento de turismo rural e na hotelaria, mas atualmente existe um excesso de oferta de hotelaria tradicional em algumas ilhas e muitos destes investimentos foram realizados em hotéis que não estão adaptados à potencial procura turística, nem são qualitativamente diferenciadores dos outros destinos. Em paralelo, foi realizado um avultado investimento na promoção do destino e na captação de turistas “generalistas” e só recentemente se começou a inverter essa promoção direcionando-a também para alguns dos nichos com maiores potencialidades para a região.

O planeamento e a gestão turística devem assumir sem equívocos um paradigma sustentado na necessidade de estar devidamente assegurada a inclusão dos *stakeholders* nos processos, uma boa governança e uma abordagem sistémica do território que potencie as suas forças e a notoriedade do destino. Isso implica diversas ruturas, desde logo com a definição de estratégias claras e quantificadas de forma a serem definidos indicadores de desempenho que permitam adotar um sistema de monitorização facilmente percebido e eficaz.

A responsabilização e a inclusão dos diversos agentes nos vários processos são essenciais, exigindo-se em simultâneo que o Governo Regional coloque a ênfase na simplificação dos processos, promovendo um sistema que recorra a ferramentas de gestão numa lógica da adocracia⁷⁷ (Waterman, 1990), incluindo a participação efetiva dos *stakeholders* e dos visitantes com recurso às novas tecnologias de comunicação. Um

⁷⁷ Este é um termo proposto por Warren Bennis (adhocracia ou adocracia) que teve como origem a necessidade de enfrentar situações de emergência a nível militar e que foi adaptado às organizações. Opõe-se à burocracia e às estruturas hierárquicas e pesadas, procurando maior rapidez na tomada das decisões, com o envolvimento de equipas cooperantes, constituídas por especialistas atuando de forma pouco formalizada e flexível (Waterman, 1990).

exemplo importante desta filosofia consiste em adaptar a legislação turística à realidade do território e ao modelo de desenvolvimento, simplificando-a e reforçando os seus aspetos estruturantes, desligando-a de uma lógica essencialmente penalizadora, para privilegiar outra mais centrada no estímulo às vantagens da adoção de boas práticas, apoio à economia local e promoção da qualidade. Outro exemplo consiste em facilitar o acesso à atividade, mas condicionar os apoios (financeiros, promoção, redução de taxas, etc.), por exemplo à adoção de boas práticas e à disponibilidade para fornecer dados sobre a procura turística⁷⁸. A boa gestão dos recursos é essencial, sendo que frequentemente o turismo canaliza verbas relativamente excessivas para a promoção, em detrimento de as direcionar para ações mais difíceis de implementar como o desenvolvimento de mecanismos que estimulem a melhoria da oferta turística.

O planeamento e a gestão turística devem também reforçar a atenção ao topo da pirâmide da atividade turística, que é constituída pelas experiências turísticas que o destino consegue proporcionar aos visitantes. Apesar da grande parte da fatia do consumo turístico estar essencialmente direcionada para o transporte, alojamento e alimentação, estes são predominantemente elementos de atração estática, estando a motivação de viagem e a escolha dos destinos cada vez mais associada à oferta de animação e de experiências.

⁷⁸ O planeamento, a gestão turística e o empreendedorismo têm muito a ganhar com a disponibilidade de dados sobre a procura, o perfil dos clientes e as suas preferências, mas essa informação é bastante escassa, limitando-se quase ao setor do alojamento turístico.

8.1.6 Procura e oferta

A procura e a oferta são elementos centrais dos modelos de desenvolvimento turístico. A procura é impulsionada pela atratividade associada essencialmente à insularidade, mas nos TIPD de transição esta é relativamente limitada, especialmente se comparada com as ilhas de águas quentes. Em consequência, estes destinos têm de dar especial atenção à oferta, criando fatores de diferenciação e reforçando a notoriedade do destino.

Os esforços para a captação de turistas através da promoção, estímulos à criação de ligações aéreas, ou acordos com operadores, devem ser bem geridos, quer porque os recursos dessas economias são bastante limitados, quer porque têm de garantir a sustentabilidade dessas ações. A aposta deve ser canalizada para os mercados afetivos, como os de diáspora, os de proximidade e para os nichos mais potenciais do destino.

Considerando a opinião dos diversos grupos de *stakeholders* dos Açores, a gestão turística nas áreas da promoção e *incoming* não tem sido suficientemente adequada às necessidades do destino (Figura 122).

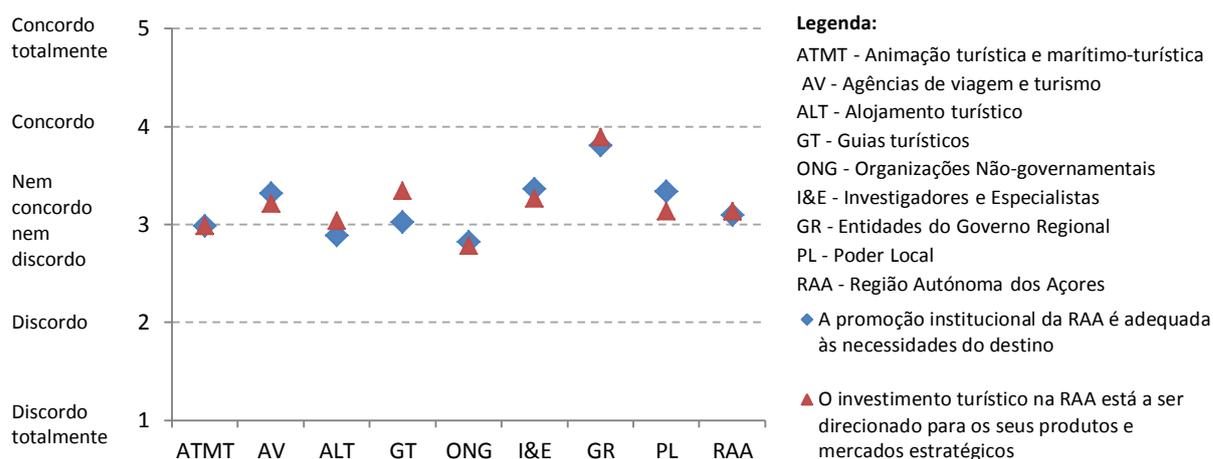


Figura 122 | Grau de adequação dos investimentos turísticos e da promoção institucional

Em relação à política e à gestão da oferta e da procura que têm vindo a ser implementadas nos últimos anos nos Açores, destacam-se os seguintes aspetos:

- ▶ O crescimento significativo da procura turística nos Açores, especialmente a partir de 1999, deve ser analisado com a salvaguarda de que tem como ponto de partida uma procura anterior muito limitada e foi parcialmente potenciada por um grande esforço de promoção e de incentivos direcionados para alguns operadores;
- ▶ Essa política de promoção e incentivos permitiu potenciar alguns mercados, em particular o escandinavo. Contudo, a aposta foi direcionada quase exclusivamente para os grupos de turistas psicocêntricos e mesocêntricos atraídos por pacotes turísticos com preços competitivos, descurando os mercados com maior potencial

para o território, nomeadamente junto dos grupos alocêntricos e dos jovens. Consequentemente, estimulou-se a concentração do consumo turístico, não de estimulou suficientemente o turismo de nichos e apostou-se em grupos de turistas que não têm grande motivação em regressar aos Açores;

- ▶ O mercado interno, especialmente o do Continente, tem um peso muito importante na procura turística, mas isso não implica que se deva reduzir o esforço para captação deste mercado, que continua a ter um potencial de crescimento significativo;
- ▶ O destino necessita de valorizar e incentivar o mercado interno da região, quer pela melhoria que isso representa na qualidade de vida dos cidadãos, quer por ser importante para a redução da sazonalidade;
- ▶ Os visitantes do dia têm uma expressão muito residual, devido à elevada dispersão territorial e às limitações de acessibilidades inter-ilhas, mas esta poderá ser ampliada promovendo a prática de desportos na natureza e de aventura junto das populações locais. Um novo paradigma associado à política desportiva, fomentando os desportos na natureza, em vez de atuar penas nos desportos de grupo competitivos, permitiria poupar muitos recursos financeiros com instalações e viagens (devido à necessidade de deslocação para competir com outras equipas), desenvolver competências de técnicos de animação turística, reforçar as representações associadas à natureza nas populações locais e valorizar o património natural;
- ▶ A oferta e a promoção turística não têm sido direcionadas para todos os nichos potenciais dos produtos estratégicos dos Açores, conforme realçam os *stakeholders* do turismo ao considerarem existir um importante desfasamento entre o estado da oferta e o potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza (Figura 123);

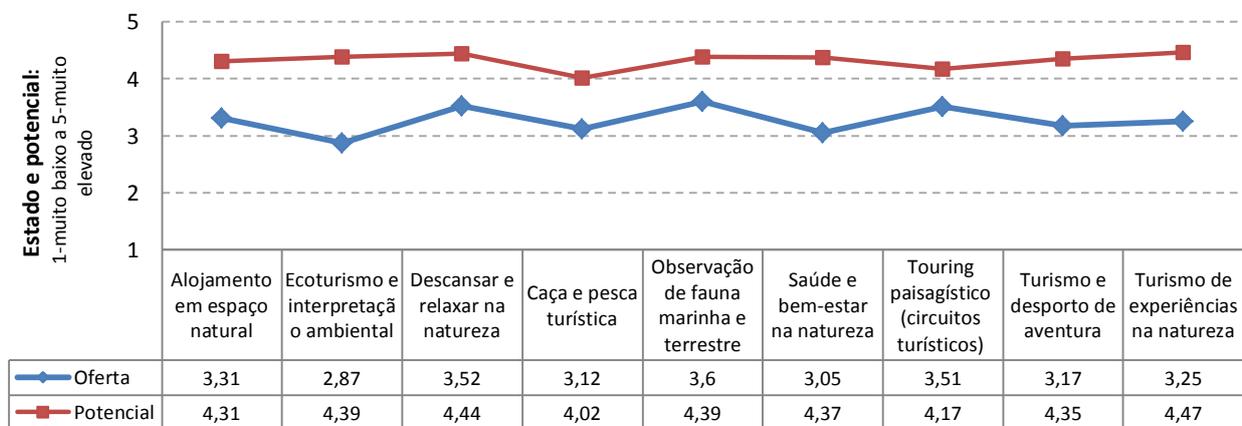


Figura 123 | Oferta e potencial desenvolvimento dos produtos turísticos associados à natureza

- ▶ Devido à reduzida competitividade em termos de acessibilidades, os Açores necessitam de apostar num modelo turístico em que a motivação da visita não pode passar por ir conhecer mais um destino, apostando preferencialmente no turismo de nichos sustentado nas principais forças do destino e nos mercados afetivos;
- ▶ Apesar da natureza ser a força mais destacada na atratividade dos Açores, uma parte significativa da procura turística atual dos Açores provavelmente é composta pelo grupo que Lindberg (1991) designou por turistas na natureza casuais, para os quais a natureza faz parte de um itinerário de viagem mais amplo.

Para além destes aspetos é de realçar a existência de diversos nichos de turistas que não têm sido devidamente potenciados, como os ecoturistas, o turismo desportivo associado à natureza, os nichos mais aventureiros, os turistas jovens e, dentro destes, os mochileiros (*backpackers*).

Estes últimos são nichos com particularidades muito específicas, entre as quais não procurarem circuitos turísticos organizados, alojamento na hotelaria tradicional e geralmente ficam por períodos mais longos no destino. Segundo o organismo oficial do turismo do estado de Vitória, na Austrália, os turistas mochileiros são menos vulneráveis às variações das condições económicas e são mais propensos a ser viajantes resilientes na sequência de desafios como a crise financeira global (Tourism Victoria, 2009). Este tipo de turismo é constituído predominantemente por jovens que privilegiam uma forma de viajar económica, mas como a sua estada no destino é prolongada acabam por gastar mais do que a média dos turistas (Cohen, 2004a; Pearce, 1990). Como procuram um turismo alternativo e disperso no território, estes são igualmente dos “visitantes mais sensíveis ao ambiente, com padrões de viagens que são mais sustentáveis e menos invasivos do que outros segmentos de visitantes” (Tourism Victoria, 2009: 5).

De destacar a existência de diversos nichos dentro dos grupos de turistas mais aventureiros, desde os que privilegiam a autonomia e recorrem a poucos serviços, aos que gostam de conciliar a aventura e a natureza com elevado conforto e qualidade do alojamento, da restauração e de outros serviços complementares.

Devido ao elevado potencial do território para a observação de aves e de cetáceos e para o geoturismo e percursos pedestres, é fulcral promover o destino junto dos ecoturistas que são um nicho de mercado muito significativo e com elevado poder de compra (Boyd e Butler, 1996). A importância da promoção da oferta de produtos e serviços direcionados para este nicho é reforçada pelo estímulo que isso representaria para a introdução de boas práticas, e indução de ações específicas com fins de valorização e conservação ambiental (OMT, 2002a).

8.1.7 Atores e espaço social

Cultura, identidade, qualidade de vida, empreendedorismo, capacidade de inovação, hospitalidade, segurança, cidadania, governança, são fatores essenciais para o desenvolvimento e para a capacidade competitiva dos territórios, sendo alguns específicos do subsistema turístico.

Os atores são os elementos determinantes na gestão do espaço geográfico, tanto pela sua capacidade para o transformar, como de o preservar. Os turistas são atraídos para os Açores essencialmente pelas paisagens naturais e culturais, pelo que a sua preservação é indispensável. Assim, a consciencialização das populações para a valorização do seu património é essencial, tal como a resposta às suas novas expectativas e necessidades, pelo que o tradicional e a contemporaneidade devem ser aliados, estimulando respostas inovadoras e de qualidade que valorizem a paisagem e o património, mas recriando-o com novas vertentes a partir dos seus elementos de base.

Segundo este ponto de vista, os incentivos à reconstrução ou ao turismo em espaço rural, ou mesmo à construção de unidades hoteleiras e de outros equipamentos, deve estimular soluções que valorizem o património, quer no âmbito da arquitetura tradicional, quer estabelecendo ruturas com incorporação de elementos de modernidade.

A recuperação patrimonial, mesmo em paisagem classificadas pela UNESCO, como é o caso da paisagem vinhateira do Pico, deve considerar a sustentabilidade dessas paisagens, estimulando a sua visita turística, valorizando a produção do vinho e de outros produtos, criando marcas de valor e fomentando que os produtores locais se organizem de forma a usufruírem dos serviços turísticos prestados diretamente por eles ou por agências.

É indiscutível que os atores são atualmente os elementos mais importantes nos processos de desenvolvimento, desde logo pelas escolhas que realizam, mas igualmente pela sua capacidade de induzir esse desenvolvimento. A qualidade, a hospitalidade, o empreendedorismo, a inovação, o planeamento, a gestão, são elos determinantes no processo de desenvolvimento que têm suporte essencialmente nos atores e na sua capacidade de *empowerment* e de se afirmarem como cidadãos participativos. Desta forma, a inclusão dos cidadãos nos processos de gestão e reforço na sua formação e qualificação são apostas estruturantes para as regiões poderem promover o desenvolvimento. Como foi analisado anteriormente, os Açores ainda apresentam algumas lacunas em termos de formação e qualificação da população, comparativamente com o Continente, ou com outras regiões mais desenvolvidas, o que se reflete negativamente na capacidade de empreendedorismo e inovação e na qualificação da mão-de-obra do setor do turismo, e desta forma na qualidade da oferta turística.

8.1.8 Produtos - recursos e serviços

A base da atividade turística nos TIPD de transição terá de ser bastante sustentada nos recursos endógenos e nas suas potencialidades diferenciadoras, que os agentes locais deverão ter como ponto de partida para oferecer serviços distintivos e de qualidade. Os produtos são apresentados aqui em estrita associação com os recursos, potencialidades e serviços.

Os recursos, embora determinantes e condicionantes da oferta de produtos e serviços, só por si apresentam geralmente uma capacidade de atração limitada, direcionada para nichos de turistas muito restritos, que viajam autonomamente e praticamente não necessitam de serviços ou equipamentos turísticos. Um destino como os Açores, que apresenta uma riqueza natural e cultural relativamente limitada, necessita de potenciar os seus recursos intrínsecos ao território, com equipamentos e serviços que simultaneamente garantam uma resposta às necessidades dos turistas e permitam manter ou reforçar a identidade do destino. A reduzida dimensão e as limitações financeiras da região reforçam a necessidade de gerir adequadamente os investimentos direcionando-os para as necessidades da população local e para o reforço da atratividade do destino.

As necessidades de equipamentos são bastante variáveis, conforme os produtos e os nichos de mercado, existindo segmentos que procuram alojamentos e restauração de luxo, ou equipamentos muito dispendiosos como marinas ou museus, enquanto outros são bastante menos exigentes. Mas é fundamental assegurar que os impactos na paisagem destes equipamentos e infraestruturas sejam minimizados.

O golfe, o turismo de negócios e os cruzeiros são produtos que dependem significativamente de equipamentos, de avultados investimentos e da oferta de um conjunto significativo de serviços. Mesmo a nível do produto turismo na natureza existem alguns subprodutos que requerem uma elevada incorporação da oferta de equipamentos e serviços, como é o caso da observação de cetáceos ou do mergulho. Outras atividades como o canyoning ou a escalada apresentam uma oferta direcionada tanto para um mercado de praticantes em autonomia, como para o mercado de experiências, disponibilizado pelas empresas de animação turística.

A ligação e o nível de condicionamento dos produtos e serviços em relação aos recursos territoriais de base depende de muitos fatores, que se podem dividir em três grandes grupos, os condicionantes naturais, os económicos e os socioculturais. Certamente que os Açores não têm possibilidade de oferecer esqui em neve, *rafting*, ou praias tropicais, mas caso tivessem possibilidade financeira e interesse poderiam criar praias de areia dourada, investir em campos de golfe de grande qualidade, em museus de atratividade internacional ou na criação de condições para que se tornassem num destino atrativo para o turismo de

negócios. No entanto, nem a região tem disponibilidade financeira para esses investimentos, nem muitas dessas ações seriam sustentadas e responsáveis.

Pelas suas características geográficas, económicas, ambientais e culturais, o caminho para o desenvolvimento turístico dos Açores terá de ser suportado nos recursos endógenos e deverá potenciar as suas oportunidades associadas à posição e insularidade. As forças dos Açores em termos de potencialidades turísticas estão bem identificadas, existindo unanimidade de opiniões tanto por parte da população local, como dos *stakeholders* e dos turistas. Os produtos estratégicos estão identificados e considerados nos instrumentos de planeamento. Contudo, alguns desses instrumentos e, em particular a gestão turística, têm identificado como estratégicos outros produtos que, no máximo, seriam complementares, desviando muitos dos esforços e dos investimentos que deveriam ser canalizados para a melhoria da oferta nos produtos verdadeiramente estratégicos.

Como se constatou pela análise dos questionários aos *stakeholders*, existe um desfasamento significativo entre a oferta de diversos segmentos do turismo na natureza em relação às potencialidades do destino (Figura 123). Em oposição, o destino tem investido significativamente em equipamentos e promoção de outros produtos como o golfe, ou o turismo de cruzeiros, e só recentemente direcionou a promoção para um destino de experiências, tendo ficado demasiado tempo a explorar o conceito contemplativo.

Quanto aos nichos associados ao turismo de aventura, a aposta ainda é muito tímida, sendo escasso o investimento na promoção e em equipamentos de apoio para potenciar este mercado. Estas incongruências podem ser parcialmente explicadas, por fatores associados à moda⁷⁹ e a algum preconceito que continua a existir em Portugal em promover um destino junto dos turistas aloccêntricos, mais autónomos. De facto, continua a perdurar um mito em torno dos consumos e práticas dos diversos segmentos de turistas, como é o caso dos turistas mochileiros, jovens e dos aventureiros, considerando que estes são turistas menos interessantes para os destinos. Os turistas aventureiros autónomos, frequentemente contribuem mais para a economia local do que a média dos grupos psicocêntricos e mesocêntricos (THR, 2006a), porque não viajam com pacotes turísticos comprados nos mercados de origem, apresentam estadas geralmente mais prolongadas e são consumidores de diversos serviços locais como o aluguer de viatura, a restauração, o alojamento e a animação turística.

Para ampliar a potencialidade dos produtos estratégicos dos Açores, é necessário investir tanto em equipamentos específicos associados aos diversos segmentos do turismo na

⁷⁹ A moda é transversal a muitos dos aspetos da sociedade, inclusive a ciência e o turismo. Os produtos, práticas, ou destinos, quando estão na moda, capitalizam representações positivas tornando-os mais apetecíveis e por isso competitivos (Hall, 2011; Lysikova, 2012).

natureza e náutico, como em infraestruturas e equipamentos complementares, que facilitem o acesso à fruição do património, acrescentem valor ao produto e ampliem a sua oferta.

A construção de marinas nas diversas ilhas do território, ou dos centros de interpretação da Gruta das Torres, do Vulcão dos Capelinhos ou da Gruta do Enxofre, são excelentes exemplos de equipamentos essenciais para a atividade turística e que simultaneamente valorizam o património da região e servem também a população local. A qualidade arquitetónica destes três centros interpretativos e a sua integração na paisagem são notáveis exemplos de como a intervenção humana na construção de equipamentos pode valorizar o património do destino. Outros equipamentos, como a casa da montanha do Pico, são bastante interessantes em termos arquitetónicos e essenciais para o apoio à atividade de subida à montanha, mas pecam em termos de adaptação às funções que deveriam prestar, perante as especificidades deste produto e das necessidades dos visitantes.

A oferta de equipamentos turísticos é essencial para servir os visitantes, pelo que os Açores os devem continuar a ampliar para criar melhores condições de visitação do seu património mais relevante, que se encontra disperso pelo território. Simultaneamente, devem oferecer sítios destino com fins turístico-recreativos. Para isso necessitam desenvolver polos âncora de turismo na natureza e cultural, com uma oferta integrada e direcionada para diversos nichos, ligados aos espaços turísticos com maior procura e com património distinto, permite responder a uma procura turística que viaja em grupos e é menos especializada, ampliando a oferta e as oportunidades de experiências gratificantes.

Um exemplo de um polo interessante a potenciar é o constituído pelo conjunto Angra Cidade Património Mundial da Unesco e o Monte Brasil. Neste polo poderiam ser implementadas ações como:

- ▶ Criação de um circuito na cidade que ligue os principais elementos patrimoniais (museus, monumentos, arquitetura, vistas, gastronomia, lojas tradicionais, etc.), integrados com uma dinâmica de animação que ocorra de forma complementar e em períodos específicos, ligada a outras valências a desenvolver em redor da cidade;
- ▶ Reforço do polo de arqueoturismo ligado ao cemitério das âncoras na baía de Angra, estudando a possibilidade de ampliar esse espólio e de, recorrendo a recife artificial, aumentar a vida marinha, criar um museu virtual, estimular a visitação em barco com fundo de vidro e criando condições para a oferta de mergulho com garrafa;
- ▶ Ampliação da oferta de percursos pedestres entre Angra e o Monte Brasil, com percursos acessíveis, interpretativos e de aventura;
- ▶ Aposta na “Land Art” para valorizar a paisagem e os percursos;

- ▶ Criação de um centro de interpretação de Angra Património Mundial;
- ▶ Revitalização do ecoparque no Monte Brasil com oferta de percursos de arborismo;
- ▶ Valorização da vigia da baleia ampliando a valência associada à observação de cetáceos;
- ▶ Facilitação do acesso e oferta de eventos e serviços criativos associados ao Castelo de São Filipe.

De facto, embora o turismo na natureza seja destacadamente o produto mais estratégico para a região, o planeamento, a gestão turística e os investimentos pouco têm capitalizado e potenciado esta oferta, verificando-se que, excetuando algumas empresas de animação turística e marítimo-turística, tem existido uma fraca aposta da região para estimular a inovação e potenciar este produto. Os próprios *stakeholders* do turismo identificam estas lacunas e demonstram o seu grau de concordância com diversas soluções para potenciar este produto (Quadro 54). São muitos os exemplos transversais ao turismo na natureza, ou aplicados a ações importantes para promover o desenvolvimento turístico, entre os quais se destacam os seguintes:

- ▶ Apesar de existir uma importante rede de percursos pedestres, existe muito que pode ser feito para valorizar este produto. Ampliar a oferta de pequenos percursos e dos interpretativos nas proximidades dos locais de maior visitação, promover grandes rotas, criar percursos de grande destaque⁸⁰, estabelecer uma classificação da qualidade dos percursos e promover trilhos não sinalizados para nichos mais aventureiros;
- ▶ No canyoning apostar na formação de equipas de resgate locais, sinalização e disponibilização de informação no local, edição de guias e realização de eventos de âmbito internacional para promover o destino junto deste nicho;
- ▶ Nas atividades náuticas e, em particular, no mergulho, criar equipamentos que garantam condições para que as empresas possam ter instalações junto dos portos e marinas e sejam prestadas boas condições de higiene e conforto para os clientes;
- ▶ Expandir e gerir de forma eficaz uma rede de reservas marinhas que garanta que as espécies marinhas sejam protegidas nesses locais, potenciando a prática de atividades como o mergulho com garrafa ou de apneia;
- ▶ Explorar, promover e associar o destino ao ecoturismo;

⁸⁰ Alguns desses percursos necessitam de algum investimento em obras para os potenciar e garantir o acesso com segurança e com a minimização dos impactes (construção de passadiços de madeira, passagens em zonas expostas protegidas por instalações de segurança, pontes suspensas, refúgios, etc.). A implementação de um sistema de controlo dos acessos, com recurso às novas tecnologia e apoio de vigilantes e guias na natureza, permite ampliar a oferta e reforçar a imagem de excelência e sustentabilidade associada a alguns percursos mais emblemáticos.

- ▶ Apostar no desenvolvimento de produtos de nichos diferenciadores, como pequenos cruzeiros inter-ilhas, “sport e wildlife tours”, agroturismo e ao turismo voluntário especialmente ligado à natureza e à investigação científica;
- ▶ Expandir as valências das zonas de maior propensão turística, criando sinergias entre os diversos produtos, especialmente o na natureza, o náutico, a gastronomia e o cultural.

Como os serviços são um dos fatores mais determinantes para a qualidade da experiência turística, os atores e os responsáveis pela gestão turística devem dar atenção especial à qualificação da oferta, valorizando aspetos como a formação e a qualificação dos técnicos e empresários, o controle da qualidade e o empreendedorismo. Estas são áreas que nos Açores ainda apresentam importantes lacunas, conforme reconhecem os próprios *stakeholders* do turismo, que consideram alguns destes pontos como importantes fraquezas do destino.

A qualificação profissional dos técnicos de turismo, e em particular de animação turística, é essencial para promover a inovação, reforçar a qualidade dos serviços prestados e garantir a segurança dos clientes, especialmente nas atividades com maior componente de aventura.

A importância que o turismo na natureza adquire na região, reforça a necessidade de estabelecer um planeamento e uma gestão integrada, entre este setor, o ordenamento do território e o ambiente, quer para garantir uma maior sustentabilidade da atividade turística, quer para potenciar a natureza como recurso turístico. É indispensável encontrar o equilíbrio entre a filosofia conservacionista, que perdura nas áreas protegidas do Continente, indutora de alguma conflitualidade com as comunidades locais e com os turistas (Laranjo, 2011), e uma que privilegie o acesso livre e responsável a esses espaços.

Nos Açores essa conflitualidade não é significativa, mas continua a existir alguma indefinição na gestão ambiental e no acesso ao meio que urge ultrapassar. Conforme exposto pelos *stakeholders* do turismo, no questionário desenvolvido no âmbito desta investigação, é fundamental que a gestão turística e ambiental unam esforços e promovam o acesso ao ambiente de forma responsável e controlada, mas sem limitações excessivas, ou imposição de procedimentos burocráticos.

A valorização da experiência turística associada aos produtos turísticos, em particular ao turismo na natureza, está também muito dependente de outros serviços, como a restauração e o alojamento. Os Açores tiveram grandes progressos nos últimos anos em termos da oferta de alojamento, em especial no turismo de espaço rural e na hotelaria tradicional. Contudo, a hotelaria cresceu excessivamente em relação à procura e está

pouco direcionada para oferecer serviços a turistas que buscam alojamento com identidade e para os nichos mais associados ao turismo na natureza. Assim, é essencial a região promover outras tipologias de alojamento, como é o caso dos hotéis de charme, de “guest houses” modernas, direcionadas para clientes jovens e para aventureiros, ou de alojamentos especializados em determinados nichos como o pedestrianismo e o mergulho.

Existe ainda um importante potencial a explorar em alojamento integrado na natureza, sejam refúgios, ou alojamentos de grande qualidade e conforto, desde que seja assegurada a plena integração na paisagem, baixos impactes e uma forte associação ao conceito eco. No alojamento de turismo rural poderá também ser aconselhável expandir o atual conceito para permitir e estimular a inovação na arquitetura e nos serviços, reforçando a aliança entre o tradicional e o contemporâneo.

A ampliação e aposta na segmentação dos produtos e mercados turísticos são essenciais para tornar o destino mais competitivo, direcionando-o para uma área em que os Açores se podem diferenciar positivamente. Essa diferenciação e reforço da notoriedade e das representações em torno da insularidade, do mar e da natureza, exigem alguma especialização do destino e o reforço dos seus produtos estratégicos muito associados à natureza. Em simultâneo, a região deve promover a diversidade entre as ilhas, para estimular uma maior dispersão dos visitantes que se encontra muito concentrada na ilha de São Miguel. Para isso é essencial desenvolver uma política de oferta e promoção de produtos e serviços que potencie as valências de cada segmento pelas ilhas (Figura 124) e promover-se uma política de *clusters* diferenciados por ilha⁸¹. Esta estratégia permite reforçar a identidade de cada ilha e estimular uma distribuição mais equilibrada da procura turística.



Figura 124 | Exemplos de atividades de turismo de aventura e suas potencialidades por ilha

⁸¹ Por exemplo associar a Graciosa ao mergulho, geoturismo e termalismo, as Flores e São Jorge como as ilhas de aventura, o Pico à montanha, percursos pedestres e observação de cetáceos, o Faial ao turismo náutico e em particular à vela, a Terceira ao turismo cultural e Santa Maria ao mergulho, praia e geoturismo.

8.1.9 Qualidade, experiências e emoções

Todos os fatores anteriormente referidos confluem para determinar a qualidade da oferta turística diretamente associada ao nível de satisfação dos turistas com a sua visita. Essa satisfação depende também significativamente do nível das experiências turísticas e das emoções que os visitantes vivenciam no destino. Como refere Crato (2010: 82) “o sucesso de qualquer negócio, ou atividade, depende em grande medida da sua capacidade de ir ao encontro, ou de superar, as expectativas dos seus clientes. O caso de um destino turístico não é exceção”. Segundo este ponto de vista, e conforme justificado no capítulo 3.2.5 desta tese, para reforçar a competitividade do destino, é necessário garantir que:

- ▶ A qualidade gerada pelo destino seja a pretendida pelos turistas, o que exige que estes sejam consultados regularmente;
- ▶ Essa qualidade seja percecionada pelos turistas, pelos agentes do setor e pelos *media*;
- ▶ A gestão da qualidade constitua um processo contínuo na ótica de um ciclo composto por diversas fases, que considerem uma avaliação interna e externa inicial, “o estabelecimento de objetivos, o desenvolvimento de uma estratégia, a realização de melhorias e a verificação resultados” (EC, 2003: 5);
- ▶ Sejam desenvolvidos indicadores para permitir “medir com objetividade e rigor a qualidade do produto turístico (...) [que se afigura] como uma questão central para o processo de tomada de decisões estratégicas relativamente ao setor” (Silva *et al.*, 2001a: 13);
- ▶ O processo de melhoria da qualidade tenha em conta as especificidades do território e do setor, das limitações e custos de implementação, garantindo um equilíbrio entre a relação esforço, preço, benefício e qualidade (Crato, 2010);
- ▶ A experiência turística supere as expectativas iniciais dos visitantes;
- ▶ Os turistas fiquem com a sensação que usufruíram mais com a visita do que aquilo que investiram;
- ▶ A visita iguale ou supere a proporcionada por outros destinos concorrentes;
- ▶ O destino e a experiência turística proporcionem momentos de grande satisfação e emoções que perdurem na memória.

Deste ponto de vista, os Açores ainda apresentam lacunas significativas a nível de competitividade e de qualidade, como se depreende pelos estudos de satisfação aos turistas (SREA, 2001, 2007b) e pela opinião dos próprios *stakeholders* (Figura 125).

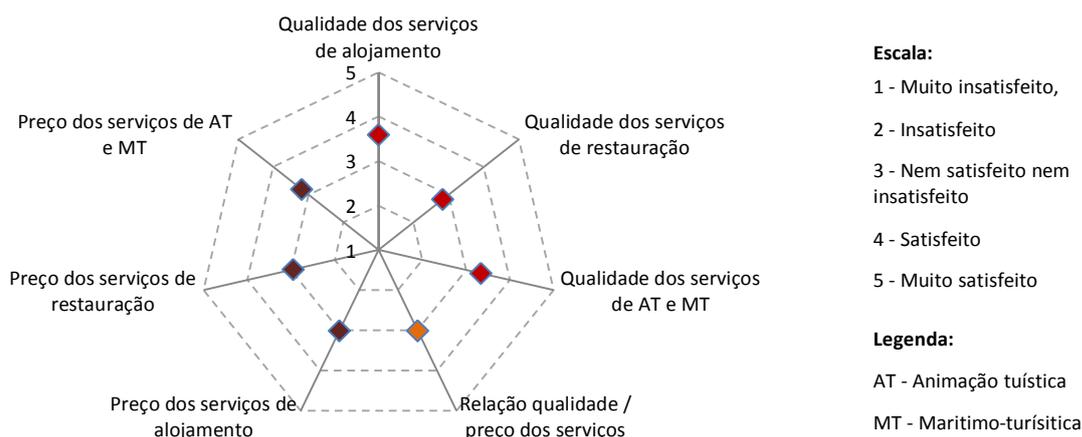


Figura 125 | Satisfação dos *stakeholders* com a qualidade e o preço dos serviços turísticos dos Açores

Apesar do nível de satisfação com a visita aos Açores ser elevado, este é inferior ao dos visitantes que passam férias em Portugal Continental (TP, 2011). Assim, urge desenvolver uma estratégia consistente e continuada para promover a qualidade dos serviços e as experiências turísticas. A ação deve ser transversal a todo o sistema turístico e a muitos outros serviços e equipamentos de outros subsistemas, pelo que também aqui uma abordagem sistémica regional é essencial.

Para que os Açores se tornem num destino mais competitivo e seja reforçada a qualidade da oferta e da experiência turística, é essencial que seja desenvolvido e implementado um sistema de gestão da qualidade integrado adequado à região, considerando as oportunidades e as limitações decorrentes do destino ser muito jovem e constituído essencialmente por microempresas. A proliferação de certificações, a implementação de sistemas demasiado pesados e onerosos e a restrição das preocupações de controlo da qualidade a alguns setores ou mesmo empresas, é um risco que os Açores não devem correr.

As opções são múltiplas mas, pelas características do destino, parece essencial assegurar um sistema de gestão da qualidade por etapas, transversal a diversos setores e facilmente percecionado pelos visitantes, que incorpore igualmente o conceito de turismo responsável. A opção por um sistema de certificação com diversos níveis (e.g. bronze, prata, ouro, ou por estrelas), permitirá uma integração inicial mais facilitadora e abrangente das empresas, estimulando uma evolução contínua. Este sistema deve privilegiar não só a componente da qualidade e da responsabilidade ambiental e social, mas também estimular a valorização da economia local, numa lógica de glocalização.

8.1.10 Desenvolvimento turístico responsável

O objeto final de todo o processo turístico deve passar pela garantia deste ser indutor do desenvolvimento regional, proporcionando as melhores experiências para os visitantes, a melhoria da qualidade de vida das populações, ganhos para a sociedade e economia local e o respeito pela conservação ambiental.

Apesar das representações dos turistas e da população local estar muito associada a elementos positivos em termos de sustentabilidade, na investigação desenvolvida por Moniz (2009), os *stakeholders* do turismo reconhecem que o trabalho desenvolvido para promover práticas turísticas mais responsáveis é relativamente reduzido, embora considerem ser importante a sua implementação. Os resultados da investigação empírica desenvolvida nesta tese também confirmam essa conclusão, conforme se pode observar pelo elevado nível de concordância dos *stakeholders* com a aplicação de diversas medidas voluntárias para a sustentabilidade do turismo (Figura 126).

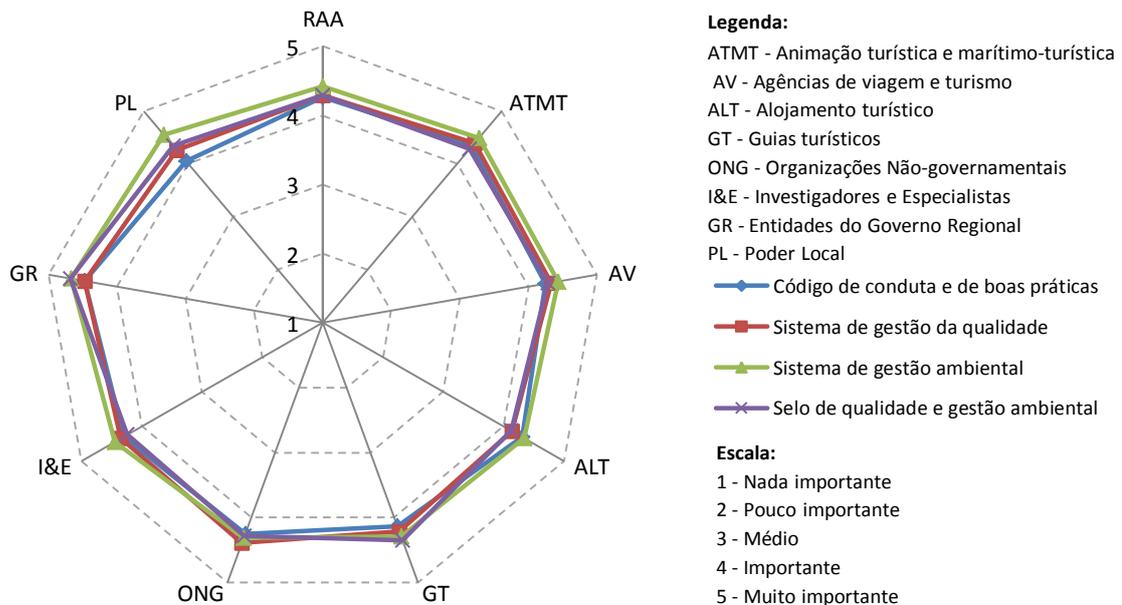


Figura 126 | Grau de importância atribuída pelos *stakeholders* à implementação de medidas de sustentabilidade

Para um destino como os Açores em que os produtos e mercados estratégicos estão muito associados ao turismo de experiências e ativo, a aplicação de medidas para melhorar a qualidade e a sustentabilidade por parte do setor da animação turística é fundamental. Os empresários deste setor também reconhecem a importância da aplicação destas medidas, mas são poucas as empresas que as implementam, pelo que há um amplo trabalho a desenvolver (Quadro 59). Esta situação só não é muito grave, porque os Açores são um destino jovem e com uma pressão turística ainda longe do limite da sua capacidade de carga e por isso, tanto a população local (SREA, 2007a), como os *stakeholders* do turismo, consideram que os impactos negativos da atividade são relativamente baixos.

Quadro 59 | Importância da implementação de sistemas de qualidade e boas práticas no setor da AT

	Códigos de conduta e boas práticas	Sistema de gestão da qualidade	Sistema de gestão ambiental	Selo de qualidade e ambiental
Grau de importância (1 a 5)	4,48	4,27	4,22	4,00
Já implementou (%)	12,7	7,3	5,5	1,8

Outra grande vantagem do destino resulta dos turistas e da população local percecionarem os Açores como um espaço bastante associado ao conceito verde e à sustentabilidade. Esse facto resulta de vários fatores, como o isolamento, características ambientais e baixo nível de urbanização e industrialização e uma forte associação à natureza. O Governo Regional tem procurado incentivar esta associação, verificando-se, nos últimos anos, importantes progressos a nível da sustentabilidade, nomeadamente na gestão dos resíduos e da energia, na gestão das áreas protegidas, na implementação do Geoparque Açores, ou na associação do território a certificações e projetos internacionais como as Reservas da Biosfera e o *Quality Coast*.

Mas a associação de um destino à sustentabilidade exige uma estratégia mais consistente e integrada. Conforme foi definido na Conferência do Rio, é fundamental que as regiões realizem a avaliação e monitorização do processo de desenvolvimento sustentável, sendo essencial constituírem-se indicadores “que sirvam de base sólida para adotar decisões em todos os níveis, e que contribuam para uma sustentabilidade autorregulada dos sistemas integrados do ambiente e do desenvolvimento” (UN, 1992: Cap.40). Ações como a promoção da adoção de boas práticas, a constituição de um sistema de certificação associado ao turismo responsável e à responsabilidade social e ambiental, o desenvolvimento e aplicação de métricas ou índices de sustentabilidade e qualidade do destino, são elementos essenciais para reforçar a qualidade, garantir uma maior sustentabilidade da atividade turística e para melhorar a notoriedade do destino.

A adoção de uma abordagem centrada na responsabilidade, que seja desenvolvida por etapas, em vez de promover a sustentabilidade global, revela-se como algo possível de alcançar a curto prazo, permitindo uma melhor perceção dos objetivos, facilitando o envolvimento dos agentes e credibilizando os processos.

Apesar da sustentabilidade ser um conceito que se generalizou e frequentemente se banalizou, perdendo algum crédito, ou sendo encarada como uma utopia, para que o desenvolvimento seja centrado nas pessoas e assegure a conservação ambiental, os princípios da sustentabilidade têm de ser seguidos, repercutindo-se em ações responsáveis concretas, em particular nos TIPD que apresentam uma importante fragilidade ambiental e menor capacidade de carga turística, comparativamente com destinos mais urbanos, ou com maiores densidades populacionais.

8.2 BASES PARA UM MODELO DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA OS TIPD

“Um modelo é a representação formalizada de um fenómeno ou de um sistema de relações.”

Roger Brunet (2000: 29)

8.2.1 Modelos e planeamento turístico

O desenvolvimento turístico de um destino está dependente de múltiplos fatores tanto internos, como externos. As características geográficas e recursos disponíveis dos destinos condicionam o desenvolvimento turístico, mas este também está muito dependente da capacidade das sociedades se organizarem e estabelecerem condições para o promover. Neste contexto, o planeamento é um elemento crítico para o desenvolvimento a longo prazo dos destinos turísticos (Hall, 2008).

De uma forma simples, pode considerar-se que as orientações gerais ao nível do planeamento estratégico estão sintetizadas através do modelo teórico de desenvolvimento que se pretende adotar. Os modelos constituem uma simplificação refinada e formal da realidade, que incorpora os paradigmas vigentes e adequados à realidade geográfica, temporal e cultural que pretendem representar (Brunet, 2000). Estes estão diretamente associados ao processo de estabelecimento de uma visão estratégica para um determinado território, refletindo os objetivos da comunidade e estabelecendo os padrões preferenciais de uso do espaço e recursos (Vieira, 2007). De forma implícita ou explícita, os modelos respondem igualmente à questão colocada por Strange (1988): quem beneficia?

A definição de um modelo de desenvolvimento deve ser acompanhada por todo um processo de planeamento, desde o nível estratégico ao operacional. Idealmente, o planeamento turístico deve estar orientado para o bem-estar da comunidade (Getz, 1986; Hall e Page, 2006), e alicerçado nos princípios da sustentabilidade e satisfação dos visitantes (Cooper *et al.*, 2007). Ou seja, o planeamento deve permitir construir um futuro em que os lugares apresentem melhores condições para se viver e visitar, garantindo-se em simultâneo a qualidade ambiental e dos valores culturais.

Os paradigmas associados ao planeamento turístico são evolutivos, podendo considerar-se que atualmente o planeamento turístico consiste num processo integrado, abrangente, prospetivo, contínuo, dinâmico e participativo (Beni, 2006; Dencker, 2004; Inskeep, 1991). Outra tendência consiste na perda de peso dos modelos turísticos que adotam uma abordagem mais economicista, em detrimento dos que adotam uma perspetiva holística e apresentam como visão a sustentabilidade. Contudo, a oposição entre um modelo que

posiciona em primeiro lugar o desenvolvimento sustentado por oposição ao que destaca os interesses da “indústria” do turismo, continua a ser um aspeto central no planeamento, especialmente porque se verifica uma importante clivagem entre as abordagens teóricas e a prática, que continua muito influenciada por respostas a curto prazo e por interesses corporativos. Como refere Hall (2008), parte dos princípios inscritos nos planos e o grau de envolvimento dos cidadãos e *stakeholders* nos mesmos, representam frequentemente pouco mais do que uma concessão simbólica.

Mas esta incongruência e o facto do próprio conceito de sustentabilidade ser utilizado de forma relativamente banal, o que tem levado ao seu descrédito, não justifica que se abandonem estes princípios, pois eles induzem uma mudança qualitativa muito importante. Assim, é necessário que os modelos e processos de planeamento encontrem um equilíbrio entre a visão romântica da sustentabilidade e as realidades e interesses das sociedades e do setor do turismo. Sem reconhecer estes factos e adaptar os modelos às realidades possíveis, o planeamento corre o risco de ser desvirtuado na sua execução e criar expectativas irreais e inatingíveis (Burns, 2004).

A sustentabilidade deve ser encarada como uma visão de longo prazo e equilibrada com as expectativas de curto e médio prazo dos diversos *stakeholders* e do setor do turismo, garantido que as vantagens sejam canalizadas preferencialmente para as comunidades locais. Os turistas são necessariamente outro elemento chave deste processo, sendo essencial assegurar uma resposta adequada às suas expectativas, para que regressem e transmitam uma imagem positiva do destino. Mas, simultaneamente é necessário agir controlando os fluxos e processos para assegurar que os visitantes não se tornem demasiado intrusivos e os impactes socioculturais e ambientais da atividade sejam suportáveis.

Outro paradigma fundamental do desenvolvimento turístico é o da qualidade da experiência turística, que é essencial para a satisfação dos visitantes e assim também elemento chave da competitividade dos destinos (Go e Govers, 2000; Wei, 2011). Pode então considerar-se que existem três elementos principais do sistema turístico: turistas, comunidade e ambiente, que são complementados por três outros vetores estritamente associados entre si: qualidade da oferta turística, satisfação dos visitantes e competitividade do destino (Figura 127).

Promover o desenvolvimento turístico numa lógica de sustentabilidade exige que se assegure o equilíbrio entre estes três vetores principais do sistema turístico, uma boa governança, com elevado nível de intervenção de todos os *stakeholders* e a monitorização continuada da atividade, que inclua a auscultação dos turistas e da comunidade local.

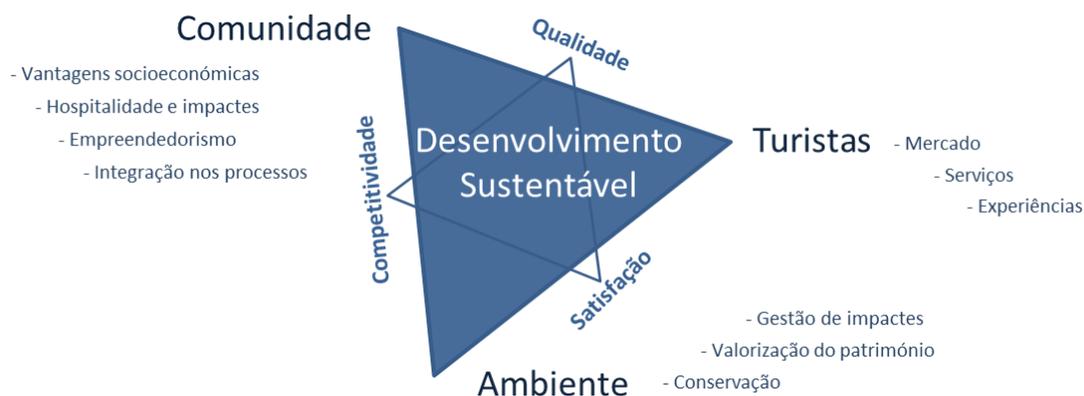


Figura 127 | Vetores estruturantes do desenvolvimento turístico sustentável

Num contexto de globalização e forte concorrência entre os destinos, os territórios têm de definir estratégias para ganhar vantagens competitivas. Muitos destinos dos países mais desenvolvidos dependem hoje bastante do turismo doméstico e de proximidade, vantagem que a maioria dos TIPD não usufrui. Estes territórios são geralmente bastante mais dependentes dos mercados emissores externos, com os turistas internacionais a ser importantes embaixadores da globalização. As especificidades destes territórios, especialmente a sua reduzida dimensão geográfica e demográfica, o isolamento, as dificuldades de acessibilidades, as debilidades económicas e os recursos limitados, condicionam o seu desenvolvimento turístico e justificam a adoção de modelos próprios (Baldacchino, 2007; Bernardie-Tahir, 2011; Briguglio *et al.*, 1996; Butler, 1993; Lombard e Labescat, 2010; Royle, 2001).

A escassez de recursos turísticos, humanos e financeiros de muitos dos TIPD, obriga a que o desenvolvimento turístico tenha de ser suportado nos recursos endógenos e nos fatores de diferenciação em relação a destinos com elevada capacidade competitiva. Apesar dos TIPD constituírem um grupo com muitas características comuns, existem no seu seio múltiplas realidades e potencialidades turísticas. Os modelos de desenvolvimento devem considerar as especificidades de cada território e a sua integração no espaço global, que determina em grande medida a procura. Ou seja, partindo dos recursos, especificidades territoriais, mercados, capacidade competitiva e investimento, deve ser definido o modelo mais adequado para promover o desenvolvimento turístico que responda às necessidades das comunidades locais, do setor e dos visitantes a curto, médio e longo prazo.

Considerando que já existem diversas propostas de modelos de desenvolvimento turístico que destacam a importância do turismo estar ancorado às potencialidades dos territórios e incorporam os princípios da sustentabilidade, da qualidade e uma visão holística, qual o contributo e inovação que se pretende dar na presente tese com a apresentação de um modelo de desenvolvimento turístico para os TIPD considerados de transição? A

justificação e sustentação de um modelo aplicado a esses territórios, parte de uma análise ao estado da arte sobre o assunto e da investigação em torno do caso de estudo referente à RAA e baseia-se nos seguintes pressupostos, previamente apresentados e discutidos em capítulos anteriores, e cujos pontos essenciais se apresentam de seguida:

- ▶ Especificidades das ilhas de transição dentro dos TIPD;
- ▶ Limitações e visão crítica em torno do conceito da sustentabilidade;
- ▶ A qualidade dos destinos e dos serviços adaptada aos TIPD;
- ▶ Distinção entre uma abordagem holística do turismo e a visão sistémica do território.

8.2.2 Especificidades das ilhas de transição

Conforme apresentado no subcapítulo 3.3, as ilhas são reportórios do imaginário idílico da “indústria” do turismo e dos viajantes, mas esse universo simbólico percecionado pelos turistas e induzido pelo setor e pelos *media*, está essencialmente ligado às ilhas tropicais com praias esplendorosas. Suportando-se no “síndrome do paraíso”, muitos destes TIPD têm optado por modelos de desenvolvimento turístico com base na procura e no produto 3S, com o turismo de cruzeiros e o náutico a ganharem também uma expressão significativa. Em simultâneo, muitas destas pequenas economias insulares apostaram no *cluster* financeiro (OFCs - Offshore Financial Centres). Este é um modelo de desenvolvimento predominantemente exógeno, com os setores do turismo e o financeiro a serem dominados por grandes companhias internacionais (Croes, 2006; Pattullo, 2003).

Mas, se na imagem mental dos turistas predominam as ilhas tropicais, a maioria dos territórios insulares está situada nas latitudes mais elevadas com climas frios, e é banhada por águas que não são propícias a banhos (Baldacchino, 2006b). As especificidades ambientais e climáticas destes territórios repercutem-se tanto na economia e povoamento como nas potencialidades turísticas. Estes são geralmente territórios de baixa densidade demográfica ou mesmo desabitados, com a atividade turística bastante limitada e elevada sazonalidade. Os visitantes desses territórios são essencialmente motivados pela oferta de alguns produtos de nichos associados à natureza e à cultura.

Entre estes dois grupos existe um conjunto de ilhas localizadas nas regiões de climas temperados que, dependendo da sua localização, clima e temperatura das águas oceânicas, podem pender mais para se incluírem nas ilhas de águas quentes ou frias, ou nos dois grupos consoante a estação do ano. Muitas destas ilhas apresentam no verão boas condições para o turismo balnear e náutico, como é o caso da maioria das ilhas mediterrânicas, que usufruem ainda da vantagem de se localizarem próximo dos principais mercados.

Existe ainda um grupo de ilhas, no qual se incluem os Açores, que mesmo no verão o produto 3S é relativamente limitado. Mas, ao contrário das ilhas de águas frias, estes são territórios relativamente povoados e que necessitam de encontrar alternativas ou complementos aos setores da pesca, da agricultura, ou outros ligados aos recursos naturais, geralmente os únicos que apresentam alguma capacidade exportadora. Em muitos destes territórios o turismo pode mesmo afirmar-se como um setor estratégico para o desenvolvimento regional. Porém, sem a atratividade das ilhas de águas quentes, o modelo de desenvolvimento dificilmente poderá ser centrado na procura, sendo necessário que estas regiões invistam significativamente a nível da oferta, criando condições para que

o destino se consiga afirmar pela qualidade e possibilidade de oferecer experiências distintas aos visitantes.

Estes destinos têm a oportunidade de explorar a imagem mental dos turistas associada à insularidade, que vai para além do idílico tropical. De facto, a sedução em torno das ilhas está também relacionada por serem espaços geralmente percebidos como locais de evasão e de busca de identidades perdidas, que mantêm muitos valores tradicionais, uma natureza “intacta”, populações hospitaleiras e elevado nível de segurança (Bernardie-Tahir, 2005; Lowenthal, 2007). Desta forma, os fatores diferenciadores e catalisadores da competitividade destes territórios deverão estar ancorados no seu património ambiental e cultural e na exploração do forte valor simbólico associado à insularidade.

Outra oportunidade destes destinos resulta de um dos paradoxos associados ao idílico insular. A atratividade de muitos dos destinos insulares das regiões tropicais, subtropicais e mediterrânicas, foi acompanhada por uma elevada procura e por um turismo predominantemente de massas, com resultados que se traduziram frequentemente na excessiva artificialização dos principais espaços turísticos desses destinos e na perda de autenticidade. Apesar de atraídos pelo exotismo das ilhas e uma natureza “virgem”, a maioria dos turistas acaba por se concentrar em sítios turísticos fortemente artificializados (Pattullo, 2003). A maioria destes turistas procura um ideal paradisíaco bastante fantasiado, com uma natureza controlada, acesso a equipamentos e serviços turísticos dentro dos seus padrões culturais e de consumo e uma autenticidade encenada (Cohen, 2004b; Cole, 2007; MacCannell, 2007; Terrasson, 2007; Uriely, 2005).

Esta realidade deixa espaço para as ilhas com menor procura turística, que assim podem responder aos anseios dos “verdadeiros” consumidores de destinos de evasão e que buscam uma autenticidade mais objetiva, que é elemento essencial da experiência turística (Uriely, 2005). Situadas entre as “idílicas” ilhas tropicais e as de águas frias, com climas agrestes e autênticos territórios de aventura, as ilhas de transição respondem um pouco aos “dois mundos”, apresentando climas agradáveis, com uma natureza e um mar convidativo e boas condições para viajar e, em simultâneo, mantêm a mística associada aos espaços de escape, evasão, aventura, exotismo, beleza natural e autenticidade. Esta abrangência confere a estes destinos uma ampla possibilidade de mercados, especialmente junto dos turistas mesocêntricos e aventureiros.

8.2.3 Limitações e visão crítica em torno do conceito da sustentabilidade

Desenvolvimento, sustentabilidade, qualidade, inovação, governança, são atualmente conceitos transversais à generalidade dos instrumentos de planeamento e gestão territorial. A sustentabilidade é indiscutivelmente um conceito nobre, sedutor e cuja aplicação é indutora de importantes mudanças, mas simultaneamente é uma noção vaga e frequentemente banalizada, ou mesmo mal utilizada. Como refere Cooper *et al.* (2007: 33) “o turismo está cercado por uma série de mitos que têm contribuído, de modo irreal, para alimentar imagens glamorosas”, e a sustentabilidade é, certamente, um desses mitos mais recentes. O mito da sustentabilidade resulta não só de uma visão romântica em torno deste conceito que está na moda, como de alguma demagogia frequentemente associada ao *marketing* turístico, que leva à separação entre o proposto e a prática⁸².

Neste ponto de vista, as abordagens mais otimistas em torno do desenvolvimento turístico sustentável devem ser contextualizadas, para além que este é um setor que normalmente envolve um “elevado consumo de recursos por turistas e infraestruturas turísticas, sendo difícil a sua compatibilidade com o desenvolvimento sustentável” (UNCSD, 1999: 5).

Por sua vez, a incorporação do paradigma da sustentabilidade no planeamento, geralmente não se traduz com a mesma intensidade na ação. Tornou-se prática comum, em particular no meio dos agentes turísticos, que basta reduzir os consumos ou atenuar os impactes para se ser sustentável. Mas um hotel não passa a ser sustentável por aumentar a sua eficiência energética, embora seja uma medida importante e responsável, que permite reduzir a sua pegada ecológica e a dos clientes.

Outra incongruência resulta de geralmente não se incorporarem todas as escalas e elementos envolvidos na atividade turística. O turismo em ilhas afastadas dos mercados implica, desde logo, uma importante pegada ecológica associada às deslocações (ICAO, 2010; Leigh, 2011)⁸³. Efetivamente, a generalidade da atividade turística está longe de ser sustentável. Para além dos impactes associados às deslocações, é necessário ainda considerar o elevado consumo de recursos por parte dos turistas (energia, água, etc.), a massificação de muitos locais, a pressão sobre as comunidades locais e ecossistemas e os

⁸² Entre muitos exemplos, a utilização inconsequente deste axioma está bem patente, na proposta de revisão do PENT apresentada em 2011, que apontava como objetivo que Portugal se deve afirmar como “um dos destinos na Europa com um desenvolvimento mais sustentável (...) e assumir o desafio de liderar no desenvolvimento sustentável do Turismo” (MEID e TP, 2011: 10).

⁸³ Segundo a Organização Internacional da Aviação Civil (ICAO, 2011) o impacte provocado pelos voos da aviação civil é muito elevado. Como exemplo, a pegada de carbono por passageiro num voo ida e volta de Lisboa para Ponta Delgada (2890 km) é aproximadamente 268,43 kg de CO₂. Os esforços com a redução dos impactes ambientais da aviação recorrendo à tecnologia e melhor gestão dos voos, resultam em poupanças inferiores ao incremento do tráfego de passageiros, que a ICAO (2010), estima que até 2036 deva crescer em média 4,8% ao ano, levando ao aumento das emissões de NO_x entre 2,4 e 3,5% ao ano.

investimentos em infraestruturas e equipamentos turísticos (Swarbrooke, 1999). Como refere Mckercher (1993: 8), “o turismo é consumidor voraz de recursos”. Não descurando os ganhos com as melhorias a nível da gestão turística e ambiental e com incremento da eficiência e de práticas alternativas, o crescimento da procura turística tende a ser mais rápido do que esses ganhos, o que se traduz no aumento dos Impactes da atividade turística.

A sustentabilidade a nível ambiental é também uma batalha com muitos recuos e avanços. A pressão sobre as áreas de valor natural é crescente⁸⁴, sendo difícil encontrar um equilíbrio entre o acesso e fruição desses espaços e a conservação da natureza (Dearden e Rollins, 2009; Warren, 2006). De um dos lados temos impactes desmesurados, e do outro, limitações de acesso que podem condicionar significativamente a atividade turística e os utilizadores regulares. Apesar da crescente consciencialização ambiental e social por parte dos turistas, em geral, as suas práticas ainda são pouco responsáveis. Conforme refere Neto (2003: 4),

o facto da maioria dos turistas não estar disponível para alterar significativamente os seus elevados padrões consumo e geração de resíduos quando chega aos destinos, constitui um problema particularmente grave para os países e regiões em desenvolvimento, que não têm meios adequados para proteger os seus recursos naturais e ecossistemas locais das pressões do turismo de massas.

As sociedades acolhedoras também são confrontadas com o dilema entre as vantagens do turismo e os seus efeitos perniciosos. Com o crescimento da procura é comum que a fase inicial de euforia evolua para a caracterizada pela indiferença e, posteriormente, uma fase de aborrecimento ou mesmo hostilidade (Doxey, 1976; Pearce, 1989), levando a uma redução significativa da hospitalidade e, conseqüentemente, a uma promoção negativa (Fodness e Murray, 1997).

Apesar destas incongruências, é essencial continuar a valorizar este conceito, pois na sua essência a sustentabilidade é qualitativa e apela a valores de solidariedade e de justiça social e a uma gestão adequada dos recursos. Há muito a fazer rumo à sustentabilidade, mas é também necessário reconhecer que muitos destinos corrigiram erros do passado e reforçaram os mecanismos de planeamento e de gestão da atividade, pelo que estão hoje mais preparados para receber os turistas e repercutir as vantagens do turismo na valorização do património ambiental e cultural e na qualidade de vida dos cidadãos. Em

⁸⁴ Como exemplo, a procura de alguns santuários naturais é extremamente elevada, como o caso Parque Natural de Yosemite, que é visitado anualmente por cerca de 3,4 milhões de turistas, e do Grand Canyon, com mais de 4 milhões de visitas (Warren, 2006), sendo ainda de considerar que existe uma forte concentração destes visitantes nos meses de verão.

muitos casos o turismo tem sido mesmo um importante motor para práticas mais sustentáveis e alterações de comportamentos fortemente impactantes sobre o ambiente por parte das comunidades locais, como é o exemplo da caça grossa e da pesca com recurso a explosivos, altamente destruidora dos ecossistemas coralíferos.

Neste estudo defende-se que a sustentabilidade deve ser entendida como uma visão de longo prazo relativamente utópica, ou seja, um ideal. A comunicação em torno da sustentabilidade deve transmitir o empenho do destino na valorização do paradigma da sustentabilidade, capitalizando-o para reforçar a imagem positiva do destino. Mas, simultaneamente, este desígnio e consequentes medidas de ação, devem ser amplamente discutidas, comunicadas claramente e executadas para que os visitantes e a comunidade possam conhecer e integrar esses processos. Devido, quer à relativa banalização do termo, quer por este representar um estado ideal de desenvolvimento, considera-se mais adequado centrar o foco no turismo responsável, que permite, de forma mais simples, traduzir a via da sustentabilidade em ações concretas, evolutivas e mensuráveis. Encarando a sustentabilidade como uma meta, e o conjunto de ações responsáveis como passos na sua direção, torna-se mais fácil comunicar, fazer perceber e envolver todos os agentes num processo exigente e evolutivo que obriga a uma constante monitorização.

8.2.4 A qualidade dos destinos e dos serviços adaptada aos TIPD

Atualmente a qualidade e a competitividade são dois dos principais fatores estratégicos dos destinos, organizações e empresas (EC, 2003). Para Silva *et al.* (2001a, pp. 19-20) a aposta na persecução de “sistemas de qualidade tanto nas empresas como nos destinos, traduzem-se em maior segurança na condução dos processos, em imagem e reputação positivas, bem como em maior facilidade no lançamento de novos produtos e na conquista de novos mercados, resultando em vantagens competitivas evidentes para os envolvidos”.

A qualidade é transversal a todos os produtos e serviços, tanto num simples passeio a pé com pernoita em tenda, como num serviço de luxo como a descida em submarino a fontes termais submersas, pelo que a fórmula mais eficaz para a avaliar é através da satisfação dos clientes. Contudo, isso não desvaloriza a importância de se estabelecerem procedimentos e indicadores mais objetivos para se avaliar a qualidade dos produtos e serviços, que podem ser muito úteis para a implementação de sistemas de melhoria contínua da qualidade.

O enfoque na gestão da qualidade resulta, em grande parte, da crescente concorrência entre os destinos e empresas e da exigência por parte dos turistas. Este é um campo complexo, ao qual nem sempre é atribuída a atenção devida e se desenvolvem as estratégias mais adequadas. A gestão da qualidade de um destino deve abranger a totalidade da cadeia de valor do sistema turístico, mas na prática isso é pouco comum. Caso se opte por restringir o âmbito da ação apenas às empresas do setor do turismo, “corre-se o risco de não incorporar no processo de mudança variáveis do meio envolvente, que poderão ser tão ou mais importantes, em termos de avaliação global da qualidade, que os serviços prestados pelas organizações do setor” (Silva *et al.*, 2001a: 24). De facto, a satisfação dos turistas depende da qualidade de cada serviço, mas também da globalidade do setor, bastando por vezes falhar um dos elementos da cadeia para que a perceção positiva global seja arruinada (Campos *et al.*, 2006).

Desta forma, a gestão integrada da qualidade de um destino implica um grande envolvimento de todos os agentes do setor ou a ele interligados, o que não é tarefa fácil (Wei, 2011). Nesse sentido, a reduzida escala dos TIPD pode ser encarada como uma oportunidade para se implementarem os sistemas integrados de qualidade e se garantir a sua monitorização. Contudo, a maioria dos TIPD apresentam um tecido empresarial constituído essencialmente por microempresas e o setor do turismo tem grandes dificuldades em implementar os tradicionais sistemas de gestão de qualidade. O envolvimento dos *stakeholders* nesses processos também é dificultado por não existirem suficientes estruturas associativas que representem os diversos agentes do setor,

dificuldade que se acentua nos territórios insulares com grande dispersão territorial, como é o caso dos Açores.

Simultaneamente, alguns dos subsetores do turismo, como o da animação turística, apresentam especificidades que levam a que os sistemas comuns de gestão da qualidade não sejam muito adequados. Os próprios empresários estão frequentemente relutantes na aplicação de procedimentos mais complexos e burocráticos, dando mais valor a ações como a adoção de códigos de conduta e boas práticas, conforme foi expresso no questionário aos *stakeholders* do turismo dos Açores.

Apesar destas dificuldades e da generalidade dos TIPD de transição não apresentar um sistema integrado de avaliação da qualidade, esta deve ser uma tarefa prioritária no âmbito do planeamento desses destinos. O modelo a seguir deve considerar as especificidades desses territórios e do setor, apoiando-se em soluções criativas, com aplicação progressiva e com grande envolvimento dos *stakeholders*.

A qualidade deve estar aliada à sustentabilidade, pelo que, para além de estar centrada na satisfação dos visitantes, deve estimular a proatividade em termos de redução de consumos e outras práticas turísticas responsáveis. Esta interligação entre a gestão da qualidade e o turismo responsável é essencial e pode ajudar a motivar os *stakeholders* e os turistas a terem uma participação mais ativa no processo, o que induzirá ainda a melhoria da notoriedade do destino.

8.2.5 De uma abordagem holística do turismo a uma visão sistémica

No capítulo 3.2 foram apresentados e discutidos diversos modelos holísticos que abordam o turismo como um sistema (Leiper, 1979; Beni, 1988, Inskoop, 1991; Moscardo *et al.*, 1996; Boullón, 1997; Petrocci, 2001; Hall, 2001 e Ritchie e Crouch, 2003). A adoção uma abordagem holística do turismo tem como principal vantagem a de assegurar, ao nível do planeamento, o estabelecimento de ligações entre as diversas componentes do sistema turístico, evitando que atuem de forma independente e desligada. Como evidencia Beni (2006: 17), “cada variável, num sistema, interage com as outras variáveis de forma tão completa que causa e efeito não podem ser separados”.

Estimular o funcionamento interativo e inclusivo de todas as componentes do sistema turístico é igualmente importante para se evitar que os esforços e investimentos privilegiem umas componentes em detrimento de outras. Como exemplo da falta de articulação entre as componentes do sistema turístico, Cunha (2009: 113) refere “que durante muitos anos, sobretudo no início do processo de desenvolvimento do turismo do Algarve toda a ênfase foi dada ao alojamento turístico com secundarização das infraestruturas e dos equipamentos de animação, o que conduziu ao desequilíbrio da oferta turística algarvia.” Esse erro ocorreu igualmente nos Açores, agravado pelo facto da aposta no alojamento turístico não ter sido suficientemente adequada às especificidades do destino.

É necessário ainda considerar as conexões dos vários elementos do turismo com outros sistemas que interatuam no território, o que acrescenta complexidade à interpretação do fenómeno turístico. Estes modelos reforçam a importância das dinâmicas das variáveis e das inter-relações e dependências das suas componentes.

Todavia, a aplicação de uma abordagem holística comporta riscos, o que leva a alguns investigadores (Hudson, 1979; Mitchell, 1989 *op. cit.* Timothy, 1998), a defender a adoção de modelos mais pragmáticos e focalizados na raiz do setor turístico. Para evitar que o elevado nível de abrangência exigido pela adoção de uma visão sistémica para o turismo degenerem numa dispersão, limite a capacidade de ação, ou estimule a ineficiência, pode ser recomendável proceder-se a uma transição no tipo de abordagem. Inicialmente esta poderá ser mais centralizadora e focalizada, tornando-se progressivamente mais holística, e podendo depois evoluir para uma gestão ainda mais integrada.

Como refere Vieira (2007, pp. 32-33) “o âmbito do planeamento turístico excede em muito o próprio fenómeno turístico, devendo alargar-se a todas as dimensões da sociedade”. Teoricamente, esta perspectiva é defendida e aplicada pela maioria dos países desenvolvidos, que já têm um sistema de planeamento integrado e com diferentes níveis. Todavia, isso só muito parcialmente acontece, quer porque a ausência de um adequado processo de monitorização permite que as aplicações dos planos não sigam as diretrizes

definidas neles, quer pela dificuldade de conjugar os objetivos associados a cada um dos subsistemas. Mesmo ao nível da política e gestão pública é difícil garantir uma abordagem integrada, verificando-se frequentemente a duplicação de competências e iniciativas, ou mesmo a tomada de decisões conflitantes entre os diversos organismos. Apesar destas dúvidas e incongruências, a tendência atual é de defesa de modelos holísticos que incorporem o paradigma da sustentabilidade (Alvares, 2008; Beni, 2006; Cooper *et al.*, 2007).

No caso dos TIPD de transição que apresentam condições para o turismo desempenhar um papel importante na economia, a adoção de uma abordagem holística para o turismo é essencial. Nesta investigação defende-se mesmo que estes territórios deveriam considerar ainda uma perspetiva mais integrada. Ou seja, em vez de uma abordagem holística do turismo propõe-se como mais adequada uma visão sistémica do território, considerado que há diferenças estruturantes entre estas duas abordagens, conforme se esquematiza na figura 128. Uma abordagem holística tem como ponto de partida o setor do turismo, considerando-o um sistema, a partir do qual se estabelecem ligações com outros sistemas, enquanto a visão sistémica considera a globalidade do território, com todas as suas dimensões: espacial, ambiental, económica, social, cultural, psicológica, etc.



Figura 128 | Da perspetiva holística do turismo à visão sistémica do território

Tendo como base o espaço geográfico, o território resulta da conjugação das dinâmicas ambientais e da tensão entre os vários grupos sociais que interatuam nele, levando ao estabelecimento de padrões próprios e evolutivos (Lajarge, 1999). Se inicialmente a noção de território se confundia com a de espaço físico, posteriormente passou a ser visto mais como um espaço apropriado e alterado, para atualmente ser essencialmente entendido como espaço criado (Brunet, 2001; Champollion, 2006; Moine, 2006). Para além do jogo de forças entre os atores e dos seus interesses e capacidade para influenciar as dinâmicas territoriais, é necessário ainda considerar um conjunto de valores simbólicos que condicionam a perceção e utilização do espaço. Esta abordagem leva à desconstrução do conceito de território que, como defende (Moine, 2006), deve ser entendido tanto do ponto de vista espacial e das dinâmicas sociais, como simbólico. O autor sintetiza esta abordagem através de uma representação gráfica, na qual apresenta o território como um

sistema complexo, composto por três subsistemas interdependentes: espaço, representações e atores (Figura 129).

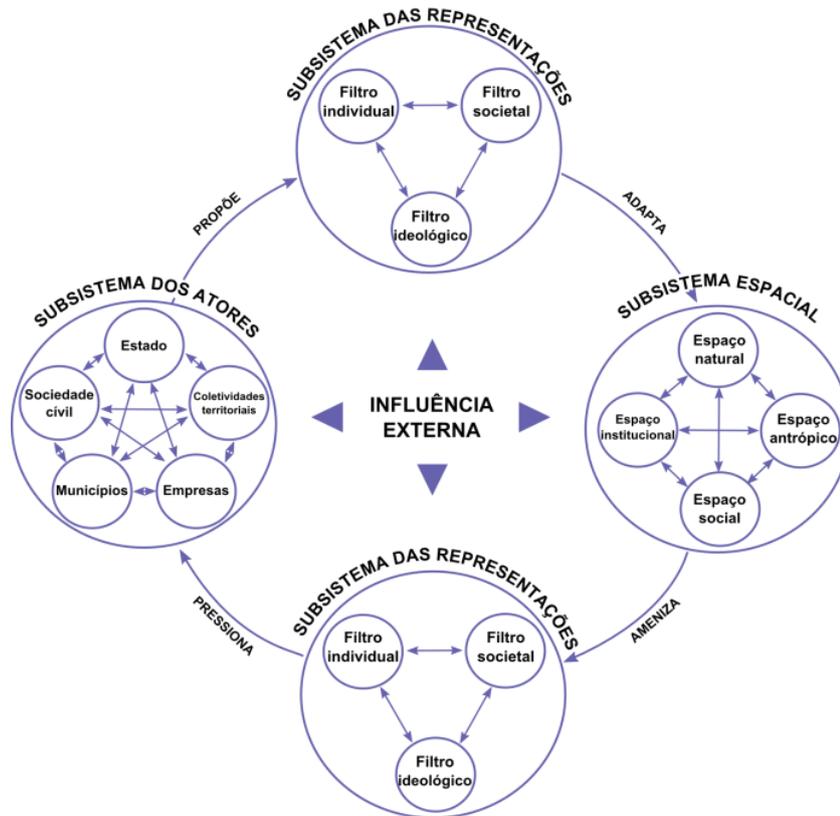


Figura 129 | O sistema território como um conjunto de subsistemas em inter-relação (Moine, 2006: 124)

A organização do espaço é assim resultado de um construto interativo com ciclos de retroação, num jogo de forças entre os diversos atores e destes com o ambiente físico, influenciando-se mutuamente (Figura 130). Para o autor, esta dinâmica e interdependências sustentam o paradigma de uma visão sistémica do território.

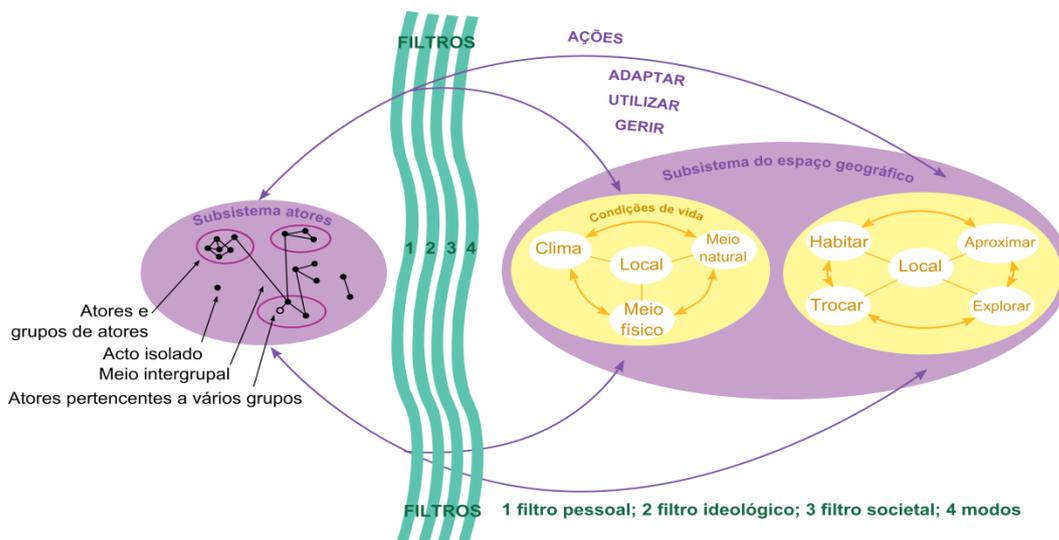


Figura 130 | Ferramentas e métodos de análise e de compreensão da evolução de um território (Moine, 2006: 126)

Os territórios são ainda um espaço de tensão entre o local e o global (Champollion, 2006), pelo que os turistas, como atores privilegiados da globalização, têm um papel importante nas dinâmicas territoriais dos destinos. Assim, para os territórios que se pretendem afirmar como importantes destinos turísticos, é indispensável que os seus atores internos estejam conscientes da tensão gerada pelo turismo, e disponíveis para conciliar os seus interesses e valores simbólicos, com os dos novos atores que são os turistas. Estes visitantes, representantes de uma panóplia de culturas e interesses, implicam mudanças, induzidas tanto diretamente durante a sua visita, como na necessidade de adaptação do território para este se tornar mais atrativo e logo, mais competitivo.

Um destino competitivo deverá assim ser o resultado do equilíbrio entre os interesses e expectativas dos atores locais e as necessidades e representações simbólicas por parte dos turistas. Essa dinâmica reflete-se no ciclo de vida dos destinos e não deve ser deixada ao acaso, pelo risco de prevalecerem os interesses de alguns atores em detrimento do bem comum. Neste contexto, o planeamento territorial e a governança são os diamantes da gestão territorial, sendo essenciais para que o jogo de forças entre os diversos atores, tanto internos como externos, gere as dinâmicas necessárias para melhorar a competitividade dos destinos e promover o desenvolvimento sustentável desses territórios.

O jogo entre os locais e os visitantes, e entre os territórios “autênticos” e os espaços turísticos, pode tanto ser determinado por uma constante tensão, como por uma partilha em simbiose. Uma abordagem sistémica, partindo da região como o macro sistema estruturante, dá mais garantias que os interesses e valores dos múltiplos atores locais sejam respeitados e simultaneamente que se encontrem soluções que capitalizem e transformem esses territórios em espaços turísticos atrativos, tanto para os visitantes como para os próprios cidadãos locais. De facto, atualmente muitos dos espaços e “práticas turísticas” confundem-se com as atividades de lazer das populações locais.

Mas a defesa de uma abordagem que englobe uma perspetiva sistémica do território, colocando o subsistema do turismo em segundo plano, não descarta a necessidade e importância de valorizar o estudo mais focalizado na atividade turística e mesmo em aspetos específicos da mesma. No entanto, considera-se importante que estas análises mais focalizadas assumam as inter-relações dos diversos elementos do subsistema turístico com o macro sistema da região e que este se insira e se relacione a diversas escalas: local, regional, nacional ou internacional. Tal como defende Cunha (2009: 113),

o estudo e a avaliação do turismo implicam, por um lado, a análise da competitividade das empresas, do ambiente, do mercado, dos resultados, das ligações com instituições, do consumidor e das suas relações com os produtores e, por outro, a análise do ponto de vista macro, ou seja, o exame do turismo como conjunto de atividades de um país ou de uma região e as relações com outros sistemas tais como o político, económico e social.

Uma abordagem sistémica incorpora riscos significativos por exigir um nível de governança elevado e uma prática enraizada do envolvimento das populações e *stakeholders* locais no processo de planeamento. Contudo, este tipo de abordagem apresenta diversas vantagens, especialmente para territórios insulares, periféricos e de pequena dimensão que tenham independência ou forte autonomia política e recursos limitados. Como exemplo, poderá referir-se a tomada de decisão do investimento num equipamento cultural que deve considerar as prioridades e disponibilidade financeira do território e o interesse e adequação do mesmo para servir as populações locais e os visitantes.

Perante o exposto, considera-se que a apresentação de uma proposta de modelo específico e diferenciador para os TIPD de transição se justifica e é sustentada pelos seguintes pressupostos:

- ▶ Particularidades geográficas dos TIPD de transição:
 - Muitos destes TIPD são espaços geográficos caracterizados pelo isolamento e dispersão territorial, fortes constrangimentos a nível de acessibilidades e reduzida dimensão territorial e demográfica;
 - São territórios com importantes especificidades económicas, caracterizados pela debilidade e exposição externa, em consequência da reduzida escala do mercado interno, dos custos acrescidos com os transportes e da limitação de recursos;
 - Verifica-se nos mesmos uma importante dualidade territorial, em que a forte identidade e autenticidade conflui com uma importante globalização cultural induzida, em grande parte, pelos turistas e pela diáspora.
- ▶ O modelo de desenvolvimento destes territórios deve estar muito suportado no planeamento e na gestão territorial, com base numa visão sistémica integrada do território e nos paradigmas da sustentabilidade e da glocalização:
 - O sistema de planeamento nestes territórios não tem sido suficientemente integrado nem acompanhado por uma gestão eficaz que garanta um elevado nível de integração dos diversos atores e subsistemas;
 - Os territórios de pequena dimensão politicamente independentes, ou com grande autonomia política e administrativa, têm maior oportunidade para implementar um modelo sistémico integrado;
 - A reduzida escala é facilitadora de uma abordagem sistémica e da integração tanto das estruturas políticas e de gestão territorial como dos grupos de *stakeholders* e dos cidadãos;
 - Pela sua reduzida dimensão, forte identidade e individualização territorial, os TIPD são “laboratórios” privilegiados para colocar em prática novas dinâmicas, em particular as associadas à governança e à responsabilidade ambiental e social;

- A capacidade de investimento nos TIPD de transição é muito limitada, o que reforça a necessidade de se criarem sinergias entre os diversos subsistemas;
 - Uma abordagem orientada para a qualidade de vida e bem-estar das comunidades exige uma elevada integração dos diversos subsistemas e dos investimentos, como os transportes, equipamentos culturais, etc.;
 - Os grupos de interesse e lóbis são fatores de pressão em especial nas economias de proximidade, levando a que os investimentos e políticas sejam facilmente desvirtuados para responderem a esses interesses, em vez do bem comum estabelecido nos objetivos estratégicos. Para se evitar isso, é essencial apostar-se numa política adequada de gestão do território, que permitirá ainda evitar o desgastante jogo de forças conflitantes, deslocando o foco para uma “relação de forças construtivas no seio das quais, cada vez mais atores têm a capacidade de se expressar” (Moine, 2006: 122);
 - Devido à reduzida escala da economia, os setores de atividade, o investimento e o empreendedorismo estão muito dependentes das políticas e apoios governamentais e da gestão de fundos de ajuda ao desenvolvimento, o que reforça a importância do sistema de planeamento e de gestão territorial;
 - Nestes territórios existem diversos subsistemas com interligações muito fortes, como é o caso do turismo com a cultura, o ambiente, os transportes, o ensino e a política externa e de investimentos públicos;
 - O turismo sustentável exige práticas turísticas responsáveis, quer a nível da oferta, quer dos próprios turistas, e isso só pode ser conseguido através de uma forte articulação com as políticas e práticas do planeamento territorial a nível local (Silveira, 2002), e um elevado envolvimento da comunidade local no processo de planeamento (Hall e Page, 2006);
 - A afirmação destes territórios como destinos turísticos passa em grande parte pela notoriedade que conseguirem obter à escala internacional, pelo que os elementos diferenciadores e qualitativos devem ser transversais ao território e não apenas ao setor do turismo;
- ▶ Potencialidades e desenvolvimento turístico como oportunidade e necessidade:
- A fraca capacidade competitiva dos setores exportadores reforça a importância destes territórios apostarem na atividade turística, que pode tornar-se num setor estratégico;
 - O turismo destes territórios está muito dependente dos mercados externos;
 - Os TIPD de transição apresentam um conjunto de especificidades que os permite individualizar do grupo das ilhas de águas frias e do das águas quentes;

- É possível identificar realidades distintas dentro deste grupo dos TIPD, em termos de potencialidades turísticas. Estas diferenças estão muito relacionadas com a proximidade e acessibilidade aos mercados emissores, o clima, a temperatura da água do mar e a qualidade e abundância de praias;
- Os TIPD de transição, como os Açores, que não apresentam grande potencial a nível do produto 3S, têm fortes debilidades de acessibilidade aos mercados e estão fora das grandes rotas de cruzeiros, pelo que, para se poderem afirmar como importantes destinos turísticos, necessitam de apostar num modelo de desenvolvimento turístico diferenciador. Devem assim procurar aliar a atratividade associada à imagem mental das ilhas, com a aposta no turismo de nichos na natureza e cultural com forte identidade. A ação deve estar suportada nos recursos, autenticidade, hospitalidade, inovação e qualidade e ter como objeto último proporcionar experiências qualitativas e diferenciadoras aos visitantes (turismo de descoberta e emoção);
- Estes territórios são predominantemente caracterizados por turismo de pequena escala e uma sazonalidade elevada, o que condiciona o interesse de investimento por parte dos grandes operadores internacionais e reforça a necessidade de apostar numa cultura local empreendedora;
- A capacidade dos TIPD se converterem em espaços de atração turística está muito dependente da sua habilidade para criar ou adaptar os seus produtos potenciais aos novos padrões da procura turística (Consórcio GEOIDEIA *et al.*, 2002);
- Sendo os TIPD de transição destinos predominantemente jovens e de baixa escala, os efeitos perniciosos associados ao turismo são pouco significativos e o nível de hospitalidade tende a ser elevado;
- O desenvolvimento turístico deve contribuir essencialmente para o reforço da economia local e não para estimular importações e consumos exógenos, o que reforça a necessidade de adoção de um modelo baseado numa visão sistémica integrada.

8.2.6 O modelo concetual - Turismo nos TIPD de transição

Os TIPD que conseguirem desenvolver um modelo territorial com elevado nível de integração entre os diversos subsistemas territoriais apresentam condições para adquirir importantes vantagens, tanto a nível da capacidade competitiva, como na racionalização e eficiência dos investimentos.

Partindo de uma posição de debilidade económica e de conflito entre um modelo baseado numa economia fechada versus uma economia global, é possível construir uma via de desenvolvimento alternativa, ancorada numa economia glocal, que simultaneamente seja aberta ao exterior e reforce as condições para a integração da economia local, de pequena escala e de proximidade. Os fatores chave deste modelo são certamente uma governança forte, uma filosofia ancorada no capital humano e na lógica da cosmovisão e a definição de valores e objetivos estratégicos comuns orientados por práticas responsáveis, que se reflitam em todos os subsistemas, como é o caso do turismo.

Mas este é um caminho difícil, muito exigente e que implica importantes retroações e uma grande capacidade de organização das sociedades, ajustando as formas tradicionais solidárias e cooperativas às novas exigências da cidadania, à inovação e contemporaneidade, ou seja, atuar-se localmente segundo novos padrões que têm como base a necessidade de ser competitivo a nível global e, simultaneamente, de valorizar a economia local.

Considerando que as dinâmicas territoriais são bastante complexas, a apresentação de um modelo de desenvolvimento regional integrado para os TIPD de transição, que consiga simultaneamente destacar o subsistema do turismo, comporta riscos de demasiada simplificação, ou do oposto, em que o excessivo detalhe dificulte a individualização dos axiomas e conexões essenciais. Procurando encontrar um equilíbrio entre estas duas posições, optou-se por apresentar o modelo dividido em duas representações gráficas. A primeira tem como ponto de partida o macrossistema regional, mas incorpora as ligações, tanto aos principais sistemas externos com que se encontra conectado, como os múltiplos subsistemas regionais (Figura 131).

Este modelo, designado por SDITIT - Sistema de Desenvolvimento Integrado para os Territórios Insulares de Transição, é suportado por quatro pilares claramente definidos mas que se cruzam:

- ▶ A insularidade, que é o principal fenómeno diferenciador destes territórios e que incorpora tanto os seus elementos de força como de fraqueza, desde as especificidades geográficas, às sociais e económicas;

- ▶ Os atores (Estado, empresas, cidadãos, etc.) e o espaço antrópico que se decompõe nas vertentes: social, cultural, política, artística, tecnológica, etc.;
- ▶ O ambiente, considerando os recursos, a paisagem, a biodiversidade, o clima, etc.;
- ▶ Os diversos subsistemas regionais que interatuam no territórios (turismo, transportes, agricultura, economia, etc.).

Como ponto central para o desenvolvimento destes territórios destaca-se a capacidade das sociedades se organizarem gerindo o território, transformando-o e criando as condições para o desenvolvimento, que deve suportar-se no planeamento e ordenamento aos vários níveis e escalas, segundo os princípios da responsabilidade social e ambiental e uma adequada governança com elevada participação dos atores locais. Devido aos vários constrangimentos associados à insularidade e à reduzida dimensão, o desenvolvimento destes territórios deve ainda dar especial ênfase às suas forças, que podem ser a natureza, as potencialidades turísticas, as pescas, a posição, algum recurso natural que se destaque, a cultura, etc.



Figura 131 | Estrutura geral do modelo SDITIT

Tal como na proposta de Moine (2006), considerou-se importante destacar a vertente das representações, que estão dependentes de diversos filtros como o individual, o societal e o ideológico. Contudo, defendendo-se um modelo que promova uma economia aberta ao exterior, reforçado pelo peso da diáspora e pela importância destes territórios se afirmarem como importantes destinos turísticos, as representações ganham importância significativa no contexto externo, pelo que aparecem neste modelo fazendo parte, tanto do sistema territorial, como dos sistemas externos. Representações, notoriedade e competitividade,

surgem em conjunto pela sua elevada associação e dependência dos diversos sistemas. A geopolítica surge igualmente neste grupo pelo seu peso determinante a muitos níveis, desde os acordos comerciais, ajudas ao desenvolvimento ou insularidade, instalação de bases militares ou centros operacionais nesses territórios, segurança internacional, alterações de fluxos de turistas devido a situações de instabilidade em destinos concorrentes, estabelecimento de novas rotas aéreas, etc.

Por fim, o modelo incorpora a dinâmica entre os espaços externos e internos, representada através dos fluxos e acessibilidades, que apresentam uma importância bastante elevada nas economias abertas e nos territórios isolados de pequena dimensão, muito dependentes de fluxos de turistas, da emigração, de apoios financeiros, da tecnologia, da informação e cultura, bem como das trocas comerciais.

Este modelo, que parte do território como um todo, deve depois decompor-se em abordagens mais orientadas aplicadas a cada um dos principais subsistemas, mas sem descuidar as premissas e conexões essenciais de partida e identificadoras do território e do modelo de desenvolvimento regional. Na figura 132 apresenta-se o SDITIT com maior nível de detalhe, destacando o subsistema composto pelo setor do turismo.

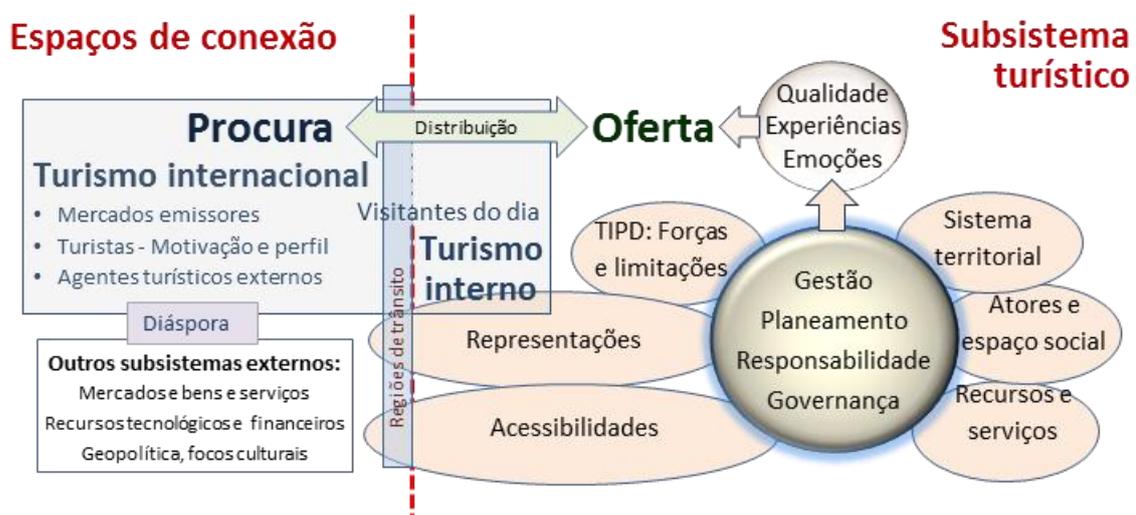


Figura 132 | Modelo SDITIT aplicado ao turismo

Considerando que esta proposta parte do estado da arte sobre os modelos de planeamento turístico, em particular os holísticos, as realidades insulares e as abordagens territoriais sistémicas, o SDITIT aplicado ao subsistema turístico incorpora muitos aportes de outros modelos. Esse facto justifica que a sua apresentação tenha em conta, em primeiro lugar, o modelo SDITIT para o sistema territorial e, em segundo, as principais ligações deste modelo com outros que o suportam.

No que se refere aos pontos de convergência com o modelo de Leiper (2004) e modelos congêneres, destaca-se a incorporação e clara identificação dos cinco elementos do sistema turístico identificados por esses modelos (turistas, indústria turística e regiões emissoras, de trânsito e de destino), e a importância dada ao ambiente (humano, sociocultural, económico, físico, etc.). Por sua vez, as principais divergências relacionam-se com uma maior complexidade do modelo e a forte interdependência com outros sistemas, a diferentes níveis e escalas.

De realçar igualmente a incorporação de alguns princípios definidos no modelo de Beni (2006), nomeadamente a sustentabilidade, que no SIDTIT é representada pela responsabilidade. O mercado apresenta em ambas as propostas uma posição central, decomposto na procura e na oferta. Contudo, nesta proposta pretende-se que fique mais clara a ideia de que a oferta se refere tanto ao mercado emissor, como ao interno, e que deve incorporar os visitantes do dia, que são importantes “consumidores” de espaço e dos serviços turísticos.

A importância dos agentes ligados às políticas de turismo, ao planeamento e à promoção do turismo, bem como ao ordenamento administrativo e jurídico, nomeadamente organismos públicos e associações, que Beni (2006) agregou no conjunto de superestruturas, é neste modelo incorporada no grupo planeamento e governança, considerando que, mais que a definição de políticas e planos, a sua aplicação e gestão deve incorporar todos os agentes locais e ver valorizados os aspetos associados à governança e responsabilidade, elementos estruturantes para a persecução dos princípios da sustentabilidade.

São de realçar ainda outros fatores estruturantes nesta proposta específica para os TIPD de transição:

- ▶ Embora se associe a oferta essencialmente ao destino turístico, parte desta pode ocorrer na região de trânsito e na emissora, especialmente no que se refere aos transportes e aos serviços de alguns operadores de viagem, sendo que, com o crescimento do e-comércio as fronteiras físicas desvaneceram-se e parte desses serviços passaram a estar apenas no espaço da internet. Neste modelo continua-se a dar ênfase à oferta de serviços turísticos por parte do destino, mas estabelece-se uma maior interdependência entre alguns dos subelementos e os mercados emissores;
- ▶ Tal como no modelo para o sistema regional, também no aplicado ao turismo se destaca a importância do elemento representações, das quais depende muito a notoriedade e competitividade do destino. Este elemento é de maior relevância no turismo, pela imagem mental que os turistas fazem dos destinos insulares, dado que

a competitividade depende muito da concorrência entre os destinos e da notoriedade de cada um;

- ▶ Este modelo assume que a chave da oferta turística é composta por uma trilogia de que fazem parte a qualidade (percebida pelos visitantes), as experiências e as emoções. Estes elementos dependem de um conjunto de seis grandes grupos de fatores, que se estruturam em torno da capacidade do destino se organizar em termos do planeamento, gestão do território e da atividade turística em particular. Em simultâneo, a responsabilidade, e a governança são determinantes para a promoção de uma estratégia de desenvolvimento centrada nas comunidades locais e nos diversos agentes. Estes seis grupos de fatores são:
 - As especificidades dos TIPD, tanto no que se refere às suas limitações, como às forças; sendo que, algumas limitações são simultaneamente importantes oportunidades, como é o caso do isolamento e da reduzida dimensão, que constituem fatores apelativos para muitos turistas. Nas ilhas de transição, a natureza, o mar e a autenticidade são as principais forças a partir das quais a oferta turística se deve organizar;
 - As representações, já anteriormente explicadas;
 - As acessibilidades e os transportes, quer entre os espaços de conexão e o destino, quer a nível interno, com grande ênfase nos transportes inter-ilhas;
 - O sistema territorial, considerando a organização na globalidade do território com um fim comum e com a necessidade de articulação entre os múltiplos subsistemas interdependentes;
 - Os atores e o espaço sociocultural, nomeadamente as qualificações técnicas e profissionais, as motivações, a capacidade de empreendedorismo, as representações culturais e a hospitalidade;
 - Os recursos e serviços, juntando-se neste grupo tanto o património natural e cultural, como as potencialidades de oferta de produtos turísticos e a diversidade da oferta por parte dos agentes.
- ▶ Na procura, dividida no turismo internacional, no interno e nos visitantes do dia, destacam-se os elementos compostos pelos mercados emissores (proximidade, ligações, clima, ambiente sociocultural, etc.), o perfil dos turistas e os agentes turísticos externos;
- ▶ Nos espaços de conexão destaca-se ainda a importância de outros subsistemas que condicionam parcialmente a procura turística, pois as ligações comerciais, a política e a cultura são elementos que contribuem para as representações e para a promoção do destino, podendo ser facilitadores de estabelecimento de ligações por via aérea ou marítima;

- ▶ Por último, a individualização do elemento diáspora que se insere tanto na procura, na lógica de mercados afetivos, como na capacidade de serem “embaixadores”, investidores, ou estimularem a atividade comercial.

Em conclusão, considera-se que a defesa de uma abordagem que englobe uma perspetiva sistémica territorial não descarta a necessidade e importância de valorizar o estudo mais focalizado na atividade turística e mesmo em aspetos específicos do mesmo, como o objeto de estudo desta própria investigação, mas é indispensável que estas análises mais focalizadas considerem as inter-relações dos diversos elementos do sistema turístico e do ambiente (físico, político, económico, social, etc.), em que este se insere, e se relacionem a diversas escalas (local, regional, nacional, internacional). Esta opinião é corroborada por diversos investigadores como Beni (2006), Cooper *et al.* (2007), ou Vieira (2007) e está bem retratada, quando Cunha (2009: 113) refere que,

o estudo e a avaliação do turismo implicam, por um lado, a análise da competitividade das empresas, do ambiente, do mercado, dos resultados, das ligações com instituições, do consumidor e das suas relações com os produtores e, por outro, a análise do ponto de vista macro, ou seja, o exame do turismo como conjunto de atividade de um país ou de uma região e as relações com outros sistemas tais como o político, económico e social.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

9.1 SÍNTESE E DISCUSSÃO CRÍTICA DO TRABALHO DESENVOLVIDO

Apesar do turismo se ter constituído, desde a segunda metade do século XX, num dos setores de atividade mais dinâmicos e importantes à escala mundial e estratégico para um número crescente de destinos, ainda não se encontra estabelecido um quadro concetual próprio que permita que esta área de estudo se possa assumir como disciplina autónoma (Graburn e Jafari, 1991; Pearce e Butler, 1993; Tribe, 2003). As principais justificações derivam do turismo ser uma área relativamente recente, complexa e com acentuada multidisciplinarietà (OMT, 1998).

O reconhecimento de que este é um setor abrangente e complexo tem levado à adoção de uma abordagem holística do turismo, mas esta tem-se revelado limitada pela insuficiência de dados, o que condiciona igualmente o desenvolvimento de estudos que visam contribuir para compreender melhor o fenómeno do turismo (Ioannides e Debbage, 1998). Na tentativa de atenuar esta limitação, a OMT promoveu o desenvolvimento de um sistema de informação turística integrado no sistema de contas nacionais, propondo a criação da conta satélite do turismo (ONU, 2010a: 5). Contudo, a complexidade do setor e a dificuldade de recolha de dados com o nível de abrangência proposto, têm dificultado a sua implementação.

Deste modo, a disponibilização de dados credíveis, suficientemente detalhados e que possam ser comparáveis a diferentes escalas, ainda está longe de ser conseguida, pelo que a maioria dos estudos continua a ser suportada por dados muito limitados. Para colmatar essa lacuna, é necessário proceder a estudos sustentados numa importante componente de investigação empírica, como a desenvolvida nesta tese, que recorreu à aplicação de questionário aos *stakeholders* do turismo da Região Autónoma dos Açores.

Na análise apresentada e discutida neste trabalho evidenciam-se as novas dinâmicas do turismo, que se afirmaram essencialmente a partir das últimas décadas do século XX. Sustentabilidade, turismo responsável, turismo alternativo, novos turistas, qualidade dos destinos, são vetores positivos indutores de algumas mudanças importantes. Contudo, parte dessas mudanças propostas nos instrumentos de planeamento e na gestão turística frequentemente ficam apenas no domínio das promessas ou intenções (Kerala Tourism e ICRT, 2008).

Alguns desses paradigmas e conceitos, como os do turismo alternativo e do desenvolvimento sustentável, banalizaram-se ou tornaram-se numa moda, o que tem levado a algum inconformismo e acentuado as críticas em torno da sua utilização. Para ultrapassar este problema, é aconselhável a adoção de noções menos ambíguas, como a

de turismo responsável, que ganhou acuidade na conferência de Tamanrasset (Stanford, 2006). Nesta tese defende-se que o turismo responsável é mais pragmático do que o sustentável, porque não atende a uma visão utópica, resulta de atitudes e ações concretas, atua no imediato e é compreensível em cada ação e dimensão. Desta forma, a responsabilidade é entendida como o processo e o caminho decomposto em ações rumo ao desenvolvimento sustentável. Reforçando este ponto de vista, Harrison e Husbands (1996) defendem que o turismo responsável é o que coloca em prática os princípios da sustentabilidade. Esta abordagem pressupõe a necessidade de se responsabilizar e estimular todos os agentes, como os governos, empresas, turistas e comunidades locais, a promoverem ações em direção a uma maior sustentabilidade da atividade turística, criando ao mesmo tempo melhores lugares para as pessoas viverem e visitarem (Spenceley *et al.*, 2002).

Para tal, é essencial centrar o paradigma da sustentabilidade em atitudes e ações responsáveis quantificáveis, estimulando o envolvimento dos agentes em iniciativas voluntárias em torno da responsabilidade ambiental e social, como a adoção de códigos de boas práticas. Simultaneamente, é necessário desenvolver-se um sistema de indicadores que permita monitorizar e avaliar o nível de sustentabilidade da atividade turística.

Outro paradigma atual, associado ao desenvolvimento e à competitividade, consiste na qualidade dos destinos e dos produtos turísticos (Baker e Crompton, 2000; EC, 2003; Hudson *et al.*, 2004). Nas abordagens atuais à qualidade passou-se a colocar no centro os clientes e a combinar a tangibilidade com intangibilidade. Como referem Silva, Mendes e Guerreiro (2001a), os sistemas de gestão da qualidade aportam vantagens competitivas para os destinos e empresas, nomeadamente através de reputação positiva, maior satisfação dos clientes e melhoria nos processos de gestão e da competitividade.

Num ambiente de competitividade crescente entre os destinos, a gestão da qualidade assume elevada relevância, devendo garantir-se a continuidade e a coerência dos processos de forma transversal a todo o setor e aos outros serviços que interferem na atividade turística, o que implica um grande empenho das entidades gestoras e dos *stakeholders*.

No entanto, os processos de gestão da qualidade aplicados aos destinos e aos produtos revelam-se tão exigentes, complexos e onerosos, que dificultam a sua aplicação ao conjunto do destino e dos serviços, especialmente em áreas como o turismo, nas quais os fatores afetivos e intangíveis são determinantes. Consequentemente, muitos agentes do turismo encaram estes processos com algum ceticismo, questionando a relação custo-benefício, sendo a sua aplicação a setores como o da animação turística bastante

limitada e difícil, recomendando-se o desenvolvimento de processos faseados adaptados a cada uma das realidades.

Os novos paradigmas e o incremento da procura e da concorrência reforçam a necessidade de se apostar no planeamento e em processos de gestão eficazes. Contudo, o desenvolvimento dos destinos continua, em muitos casos, demasiado centrado nos aspetos económicos e quantitativos, com o setor do turismo a manter-se controlado por grandes operadores e a gerar elevados impactes (Butler, 1993; Curtis, 2011; Scheyvens e Momsen, 2008). Apesar da crescente preocupação com a sustentabilidade e da emergência do turismo de nichos, o turismo de massas continua em expansão. Acresce que a presunção que este tipo de turismo é necessariamente negativo ou que é menos adequado e apresenta sempre mais impactes negativos que o de nichos não é a mais adequada (Butler, 1992). Assim, a preocupação em torno do turismo de massas não deve passar necessariamente por o substituir, mas antes por procurar reduzir os seus impactes, adaptando a oferta através de “uma abordagem compreensiva, sistémica e orientada para a comunidade e para o meio” (Godfrey, 1996: 63).

Mas se o turismo de massas é uma realidade que tende a perdurar e mesmo a acentuar-se, a novidade consiste na crescente diversificação da procura e da oferta turística com a emergência de “novos turistas” e atividades que levam a uma elevada segmentação e à proliferação do turismo de nichos. Esta realidade é fonte de oportunidade para muitas regiões que, sem capacidade de concorrer com os principais destinos, podem direcionar-se para uma oferta diferenciada, mais especializada, podendo mesmo constituir-se como territórios turísticos de nichos (Cavaco e Simões, 2009).

Estas novas tendências, conjugadas com a expansão da procura turística e da evolução significativa das acessibilidades, criaram condições para o desenvolvimento da atividade turística em muitos territórios insulares de pequena dimensão (TIPD), tornando-se rapidamente num setor estratégico em inúmeros destinos (Hampton e Christensen, 2007; Lombard e Labescat, 2010; McElroy, 2003). Esta oportunidade foi fortalecida pela atratividade em torno destes territórios, decorrente das representações ligadas à insularidade e ao isolamento, com as ilhas a serem percecionadas como espaços de evasão e descoberta, associados ao exotismo, beleza natural e autenticidade (Bernardie-Tahir, 2005; Lowenthal, 2007).

Apesar de parte desta atratividade ser transversal a todos os TIPD, a sedução em torno da insularidade está especialmente associada ao ideal paradisíaco, e por isso restrito às ilhas de águas quentes com praias idílicas. Contudo, é de destacar um certo paradoxo em torno da geografia mental dos principais destinos insulares, com o isolamento e a natureza a serem entendidos frequentemente de forma fantasiosa pelos turistas, que acabam por se

concentrar em sítios turísticos significativamente artificializados, com uma natureza bastante controlada e suavizada (Terrasson, 2007).

Se inicialmente a procura destes destinos era centrada essencialmente no turismo de nichos, rapidamente os grandes operadores internacionais se aperceberam das potencialidades destes novos territórios, que se tornaram moda com ajuda dos *media*, que têm explorado intensamente as representações das ilhas com praias tropicais, associando-as ao ideal paradisíaco e a refúgios do mundo moderno (Baldacchino, 2006c; Péron, 2005). Por consequência, assistiu-se ao forte crescimento da procura e do investimento externo em inúmeras ilhas tropicais e nas situadas na periferia dos principais mercados (UN-DESA, 2010).

Os modelos de desenvolvimento de muitos destes destinos rapidamente se direccionaram para uma procura associada ao turismo balnear frequentemente massificado, com viagens organizadas e alojamento em *resorts* turísticos de cadeias hoteleiras internacionais (Pattullo, 2003). Este modelo de turismo exógeno tem sido acentuado pela forte expansão do turismo de cruzeiros verificada nas últimas décadas (Robert, 2006). Consequentemente, o turismo constituiu-se como o principal motor do desenvolvimento de muitos desses territórios, transformando consideravelmente as economias locais (McElroy, 2003).

Mas este desenvolvimento foi frequentemente acompanhado por importantes impactes negativos a nível social, cultural e ambiental (Butler, 1993; Lombard e Labescat, 2010). Para além das ilhas de pequena dimensão serem particularmente vulneráveis, muitas passaram a estar sujeitas a uma carga turística demasiado elevada, o que, em certos casos, tem levado à perda de competitividade desses destinos (Briguglio *et al.*, 1996).

A saturação de muitos destes territórios e a emergência dos “novos turistas” proporciona uma oportunidade do desenvolvimento turístico para outros TIPD, mais isolados ou menos propensos ao turismo de massas. Estes são destinos que não têm o foco da oferta no turismo balnear, particularmente porque são banhados por águas com temperaturas menos propícias a banhos, que na literatura se convencionou designar por ilhas de águas frias.

Comparativamente com os destinos de águas quentes, este grupo de ilhas apresenta um potencial turístico bastante limitado, especialmente pelas condições do mar e atmosféricas serem frequentemente adversas. Com uma procura turística reduzida e elevada sazonalidade, a oportunidade de desenvolvimento do setor do turismo nestes territórios está condicionada ao turismo de nichos, associados à história e cultura local e ao turismo na natureza e de aventura, direccionado para a observação e interpretação ambiental e para os desportos na natureza (Baldacchino, 2006b).

Apesar de, no âmbito dos TIPD, a bibliografia apenas individualizar as ilhas de águas quentes e as de águas frias, é possível identificar-se um conjunto de territórios insulares com climas amenos e águas relativamente propícias para banhos, especialmente durante o verão, que neste estudo se convencionou designar por TIPD de transição.

Estas ilhas partilham com os outros dois grupos a atratividade associada à insularidade e ao isolamento, diferenciando-se por não terem climas tão inóspitos como as ilhas de águas frias, nem a oferta centrada no produto balnear como as ilhas de águas quentes. Assim, podem assumir-se, simultaneamente, como verdadeiros espaços de evasão, aventura e de autenticidade, capazes de atrair tanto nichos de turistas mais especializados, como uma procura mais generalista.

Como produtos estratégicos, os TIPD de transição contam essencialmente com o turismo na natureza e o náutico, mas estes podem ser complementados com outros como o cultural, o *touring*, o balnear ou o turismo de cruzeiros, consoante as especificidades de cada território. A natureza constitui, assim, o elemento central da atratividade e das representações destes territórios, ganhando força, tanto por ser a base de um produto turístico com múltiplos segmentos, como pela forte associação aos conceitos da sustentabilidade e autenticidade. Os TIPD de transição podem usufruir da oportunidade de apostar no turismo na natureza, que é um produto amplo e que tem vindo a crescer significativamente nas últimas décadas (Buckley *et al.*, 2003; Hill e Gale, 2009; Mehmetoglu, 2007; Nyaupane *et al.*, 2004).

Como refere Buckley (2003: 1), as alterações das dinâmicas do lazer e do turismo, associadas a uma maior consciência ambiental e à valorização da atividade física, conjugadas com a crescente comercialização da natureza e da aventura, levaram a que, atualmente, o “turismo baseado no ambiente se tenha tornado numa enorme indústria internacional com efeitos económicos, sociais e ambientais relevantes, tanto à escala local como global”. Contudo, os dados existentes sobre a procura e a oferta deste produto continuam a ser muito imprecisos, sendo muito dependentes dos critérios de recolha de informação e do nível de abrangência que se atribui à definição concetual deste produto (Curtin, 2010; Jamal *et al.*, 2003). Acresce que, geralmente é difícil associar as viagens a um produto turístico específico, pois normalmente os turistas procuram satisfazer várias motivações durante a mesma visita e porque conceptualmente muitos dos produtos se sobrepõem (European Commission, 2002; Leidner, 2004).

Partindo da multiplicidade de abordagens existentes sobre o turismo na natureza, neste estudo adotou-se uma noção abrangente, definindo-o como aquele que é constituído por qualquer tipo de turismo que consista na visitação de territórios predominantemente naturais com objetivo de apreciar e fruir da natureza, ou na prática de atividades e

experiências diretamente relacionadas com o património natural. Assim, estamos perante um produto muito vasto, com ampla possibilidade de segmentação e com diferentes níveis de intensidade de incorporação da natureza. Esta diversidade e abrangência refletem-se igualmente no mercado, com turistas com perfis bastante distintos (Higham, 2007).

Como refere Buhalis (2000), a segmentação do turismo na natureza por tipologias e motivações dos turistas é uma área de estudo cada vez mais complexa, mas essencial para os mercados, desenvolvimento de negócios e para a gestão dos espaços naturais. Os estudos em torno da segmentação do turismo na natureza apontam para a existência de duas abordagens interligadas, uma associada à motivação e ao perfil dos turistas, e outra aos produtos decompostos em atividades (Fredman e Tyrväinen, 2010; Mehmetoglu, 2007; Pearce, 1988; Weaver *et al.*, 1999). Enquanto a segmentação firmada na motivação é especialmente importante para a compreensão do fenómeno, a baseada na atividade é especialmente útil para a gestão no setor do turismo (Mehmetoglu, 2007).

Nos estudos aplicados, como o que se desenvolve nesta tese, parece ser mais adequado recorrer a uma segmentação baseada nas atividades, por ser mais compreensível para os *stakeholders* do turismo. Assim, e atendendo às especificidades do território de estudo, foram considerados cinco segmentos principais:

- ▶ Ecoturismo e interpretação ambiental;
- ▶ Descansar e relaxar na natureza;
- ▶ Observação de fauna marinha e terrestre;
- ▶ Turismo e desporto de aventura;
- ▶ Turismo de experiências na natureza.

Foram ainda definidos quatro segmentos complementares diretamente relacionados com os recursos e representações em torno da natureza:

- ▶ Alojamento em espaço natural;
- ▶ Caça e pesca turística;
- ▶ Saúde e bem-estar na natureza;
- ▶ Touring cultural e paisagístico (circuitos turísticos).

A necessidade de segmentação do turismo na natureza é particularmente importante para o desenvolvimento dos destinos, como os Açores, em que os principais fatores de motivação das visitas estão associados à natureza. De facto, da análise tanto dos inquéritos oficiais aos turistas (SREA, 2001, 2007b) e a dos residentes (SREA, 2007a), como dos realizados no âmbito desta tese aos *stakeholders* do turismo dos Açores, a natureza e a paisagem destacam como os elementos mais fortes da atratividade deste destino. Também noutros estudos e nos próprios instrumentos de planeamento a nível

nacional e regional é realçado este aspeto (Consórcio GEOIDEIA *et al.*, 2007; MEI, 2006; Moniz, 2009; SRAM, 2006; SRAM e DROTRH, 2008b; SREA, 2007b). Contudo, identificam-se algumas divergências ou mesmo incoerências a nível dos produtos complementares.

Como seria de esperar, a importância do turismo na natureza nos Açores repercute-se na oferta, existindo atualmente mais de uma centena de empresas de animação turística ou marítimo-turística que prestam serviços no âmbito do turismo na natureza. Este é um setor jovem dominado por microempresas, determinante para expandir o turismo de nichos na região, pelo que merece uma especial atenção por parte do Governo Regional, estimulando o empreendedorismo e a inovação, a melhoria da qualificação dos técnicos e empresários, e reforçando a aposta na gestão ambiental e da qualidade.

Embora se verifique esta unanimidade em torno da centralidade do produto turismo natureza nos Açores, os *stakeholders* do turismo consideram que a oferta atual não é a adequada, já que a avaliam de forma relativamente modesta, existindo um importante desfasamento entre o estado atual da mesma nos diversos segmentos associados ao turismo na natureza (médio a médio elevado) e as suas potencialidades de desenvolvimento (elevadas a muito elevadas). Para atenuar este desfasamento, estes agentes defendem o reforço do apoio ao setor, a melhoria da legislação e a implementação de medidas e ações para potenciar o turismo na natureza, como desenvolver a oferta de experiências, melhorar a promoção, diversificar a oferta e reforçar a aposta na formação e qualificação dos técnicos de turismo na natureza.

Todavia, a problemática em torno do turismo nesta região é bastante mais abrangente, estendendo-se às políticas e ao próprio modelo de desenvolvimento. Apesar dos *stakeholders* do turismo terem uma atitude bastante positiva perante o turismo, reconhecendo que este é um setor estratégico para a região, que tem contribuído para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida das populações, a maioria dos inquiridos (62%) considera que a atividade turística nos Açores se encontra numa fase de crescimento moderado e 28% numa fase de estagnação. Por sua vez, os níveis de satisfação com o modelo de desenvolvimento, com a gestão turística e com a qualidade dos serviços e do destino são modestos. Consideram igualmente que a capacidade competitiva do destino, é ainda bastante condicionada pelas dificuldades a nível das acessibilidades aéreas e marítimas.

Apesar do POTRAA apontar para a necessidade dos Açores reforçarem a aposta no turismo de nichos, nos seus produtos estratégicos e na qualificação da oferta (Consórcio GEOIDEIA *et al.*, 2007), a gestão turística da região tem privilegiado uma política centrada na procura e para alguns produtos que requerem elevados investimentos e sem grande

potencialidade na região, como o golfe, o turismo de cruzeiros e a *meeting industry*. Simultaneamente, a estratégia de captação de turistas tem sido direcionada para um modelo de promoção e apoio a operadores destinada para mercados generalistas, particularmente para o nacional e o escandinavo. Atendendo às limitações e potencialidades do destino e à necessidade dos Açores reforçarem a sua capacidade competitiva, é essencial redirecionar a política de promoção e de captação de turistas para mercados mais especializados e afetivos.

A realidade tem vindo a mostrar a existência de um crescente hiato entre a procura e as projeções de crescimento estabelecidas pelos diversos instrumentos de planeamento, impelindo o Governo Regional a redirecionar a gestão e promoção turística para encontrar soluções de curto prazo, para manter sustentáveis os investimentos que foram realizados e que hoje estão desfasados das necessidades, em particular a nível da hotelaria tradicional. Consequentemente, o planeamento e a gestão turística tornaram-se mais reativos do que prospetivos, situação que urge alterar.

A solução para o desenvolvimento turístico da região deverá passar por uma estratégia a longo prazo centrada nas forças e representações diferenciadoras, na melhoria da qualidade dos serviços e do destino e na ampliação e qualificação da oferta turística, em especial nos múltiplos segmentos associados ao turismo na natureza, à hospitalidade e à autenticidade. Para isso, é necessário que os Açores reforcem a aposta no turismo de nichos e canalizem a maioria dos seus investimentos turísticos para uma oferta diferenciadora, em vez de procurarem responder a modas de padrões internacionais ou a interesses de alguns grupos.

Apesar destas críticas, nota-se uma crescente aposta no turismo de nichos. Como refere Ávila (2008), a promoção turística dos Açores tinha como foco a contemplação da natureza e só recentemente passou a explorar a componente experiencial e de uma natureza vivenciada.

A importância que o turismo apresenta atualmente para o desenvolvimento da região necessita de ser potenciada, através do aumento da procura, da estada média, da dispersão ao longo do ano e do território e no reforço do consumo de bens turísticos por visitante, e simultaneamente ser garantida a sua continuidade a longo prazo. Com as limitações de uma economia ultraperiférica, agravada pela grande dispersão territorial e limitação de recursos naturais e acessibilidades, os Açores necessitam de desenvolver o turismo, quer pelos benefícios diretos na economia e na sociedade, quer pela reduzida oportunidade de encontrarem outros setores exportadores competitivos. Este setor torna-se ainda mais vital para a economia local, pelo facto dos outros dois setores exportadores, o vetor do leite e das pescas, serem relativamente tradicionais e dependentes de subsídios

para manter o seu nível de competitividade, para além da sua modernização provavelmente implicar uma libertação significativa de mão-de-obra.

Sem a atratividade das ilhas de águas quentes, o desenvolvimento turístico dos Açores terá de ser mais direcionado para a oferta do que para a procura, o que reforça a necessidade da aposta no planeamento e de gestão turística, assumidos atualmente como elementos críticos para o desenvolvimento a longo prazo dos destinos (Hall, 2008). Considerando o estado da arte em relação ao desenvolvimento turístico em ilhas, particularmente dos TIPD de transição, especificidades da RAA e a opinião expressa pelos *stakeholders* no questionário desenvolvido nesta investigação, foram apresentados e discutidos no capítulo 8.1 deste trabalho os elementos estruturantes de um modelo de desenvolvimento turístico para a região, que passam por:

- ▶ Apostar numa abordagem sistémica ao desenvolvimento regional, na qual o sistema turístico aparece integrado no macrossistema regional;
- ▶ Ancorar a oferta turística às forças e capitalizar algumas limitações ao desenvolvimento como oportunidades (reduzida dimensão, dispersão territorial, isolamento);
- ▶ Reforçar as representações que os visitantes e comunidade associam ao destino, nomeadamente no que se refere à natureza, autenticidade e responsabilidade;
- ▶ Considerar as limitações nas acessibilidades, assumindo que este é um elemento transversal à região que se repercute negativamente na competitividade do destino, pelo que para além do esforço para atenuar este problema se devem encontrar soluções que passam pela aposta na captação de turistas de nichos mais especializados e motivados a visitar o destino;
- ▶ Reforçar a aposta no planeamento e na gestão, encarando-os como elementos estruturantes para o desenvolvimento turístico dos Açores, devendo ser privilegiada uma abordagem prospetiva de longo prazo, incorporando processos amplamente participados, a minimização dos impactes negativos e direcionados para melhorar as experiências turísticas, a economia e a qualidade de vida das comunidades locais;
- ▶ Dar especial importância à oferta, considerando que esta estimulará diretamente a procura. Sem a atratividade das ilhas de águas quentes o modelo de desenvolvimento deve ser essencialmente direcionado para criar fatores de diferenciação e para reforçar a qualidade e notoriedade do destino. Quanto aos mercados, devem privilegiar-se os afetivos, como os de diáspora, os de proximidade e os mais especializados e ancorados nas potencialidades do destino. Sem capacidade competitiva e de investimentos dos grandes destinos os Açores devem

reforçar a aposta nos turistas alocêntricos, jovens e alguns micro nichos associados a atividades próprias do destino;

- ▶ Assumir os atores como elementos determinantes, pela sua capacidade de induzir o desenvolvimento e de gerir o espaço geográfico para o transformar e preservar;
- ▶ Ancorar a oferta nos produtos estratégicos associados aos recursos endógenos e nas suas potencialidades diferenciadoras, em particular na natureza, mar e cultura local, que os agentes locais deverão ter como ponto de partida para oferecer serviços distintivos e de qualidade;
- ▶ Promover a qualidade, as experiências e as emoções, como essência do próprio setor, pelo que os elementos anteriores devem confluír para acentuar a qualidade da oferta turística medida pelo nível de satisfação dos turistas com a sua visita;
- ▶ Apostar no desenvolvimento turístico responsável. O reforço da competitividade dos Açores como destino turístico, a garantia de que as vantagens associadas ao crescimento da atividade são canalizadas para melhorar a qualidade de vida das populações e o desempenho de uma gestão ambiental adequada estão dependentes do reforço da sustentabilidade da atividade turística. Esta deve ser desenvolvida por etapas, envolvendo todos os intervenientes e estimulando a adoção de procedimentos e ações responsáveis.

Esta análise crítica e proposta de elementos estruturantes de um modelo de desenvolvimento turístico para a Região Autónoma dos Açores, cruzada com o estado da arte em torno dos TIPD, confluíram na apresentação de um modelo de desenvolvimento regional e turístico para os TIPD de transição que assume os principais paradigmas atuais associados ao planeamento turístico.

O planeamento turístico, entendido de forma transdisciplinar, assume-se cada vez mais como um fator determinante para assegurar a competitividade, a qualidade e o desenvolvimento regional, consistindo num processo integrado, abrangente, prospetivo, contínuo, dinâmico e participativo (Beni, 2006; Dencker, 2004; Inskip, 1991). As abordagens holísticas do turismo assentes numa visão de sustentabilidade são hoje amplamente defendidas, considerando-se que este é um setor muito abrangente e interligado a diversos outros sistemas e que deve estar ancorado no equilíbrio entre três vetores principais do sistema turístico nomeadamente os turistas, a comunidade e o ambiente. Por sua vez, a competitividade a curto e longo prazo está estritamente associada à capacidade destes destinos chegarem aos mercados e de garantirem um elevado nível de satisfação dos visitantes, que depende muito da qualidade da oferta turística e da capacidade de captação dos segmentos de turistas que valorizem as forças dos destinos.

Com grandes limitações de recursos turísticos e financeiros para competir com os grandes destinos internacionais e sem as praias idílicas das ilhas tropicais, os TIPD de transição necessitam de centrar o seu esforço de promoção na valorização das representações em torno da insularidade, da autenticidade, da natureza e da responsabilidade. Simultaneamente, devem procurar melhorar a competitividade do destino direcionando-se para o turismo de nichos, no máximo de segmentos que os seus recursos e serviços conseguirem oferecer de forma especializada e distintiva.

Esta necessidade de sustentar o desenvolvimento turístico nos recursos endógenos e nos fatores de diferenciação em relação a destinos com elevada capacidade competitiva, obriga a que os modelos de desenvolvimento para os TIPD de transição, embora partam de princípios comuns, devam considerar as especificidades de cada território e a sua integração no espaço global, que determina em grande medida a procura, isto porque no seio dos TIPD de transição existem múltiplas realidades com distintas potencialidades turísticas.

Tendo em consideração a reduzida dimensão e a escassez de recursos dos TIPD de transição, defende-se como mais vantajoso para o desenvolvimento turístico destes territórios a adoção de um modelo suportado por uma visão sistémica, considerando uma perspetiva integrada do território, com inclusão de todas as suas dimensões. Ou seja, deve ancorar-se o planeamento setorial ao modelo e diretrizes emanadas de um nível superior, considerando que o desenvolvimento regional deve ser construído a partir do topo e do entendimento do território como um todo, a partir do qual se estabelecem as linhas orientadoras de uma visão de futuro e das sinergias necessárias para melhorar a eficiência dos investimentos e para que o todo seja bastante mais que a soma das partes.

9.2 CONCLUSÕES

Entre as principais problemáticas associadas aos estudos em torno do turismo destaca-se o facto de estes serem frequentemente divididos entre os aplicados e as investigações empíricas em torno da análise teórica do turismo, sendo importante que se estabeleçam pontes entre estas duas abordagens (Davis, 2001; Hughes, 1992) e que seja reforçada a perspetiva crítica das políticas de desenvolvimento (Butler, 1997; Hannam, 2002).

Tendo este estudo como objetivo contribuir para enriquecer o quadro concetual em torno da investigação em turismo, procurou-se estabelecer uma abordagem, onde o teórico, a perspetiva crítica e a investigação empírica aplicada a um caso de estudo se cruzassem. Esta metodologia foi igualmente essencial para dar corpo ao desafio contido na própria pergunta de partida desta investigação, que apresenta uma dupla escala, uma macro referente aos territórios insulares de pequena dimensão (TIPD) de transição e a outra confinada ao caso de estudo constituído pelo Arquipélago dos Açores. Esta dupla escala de abordagem implicou que se estabelecessem igualmente dois grandes grupos de objetivos principais.

No primeiro identificou-se como principal objetivo a conceção de uma proposta de modelo de desenvolvimento turístico dos TIPD de transição, com enfoque numa perspetiva sistémica e responsável. Para alcançar este objetivo desde logo era necessário validar um conjunto de hipóteses que suportavam esta análise, nomeadamente:

- ▶ Os territórios insulares de pequena dimensão periféricos apresentam especificidades comuns que justificam uma abordagem particular destes destinos;
- ▶ Apesar dos modelos de desenvolvimento turístico mais adequados para estes territórios apresentarem pressupostos comuns, existem fatores diferenciadores estruturantes que justificam a constituição de diversos subgrupos;
- ▶ Existem TIPD que não se inserem nem no grupo das ilhas das “águas quentes”, nem no das “águas frias”.

Através da revisão do estado da arte foi demonstrado que existe amplo consenso sobre o facto dos TIPD apresentarem características próprias que justificam uma análise particular destes territórios e que estes oferecem um quadro excepcional para a análise e experimentação de modelos de desenvolvimento (Baldacchino, 2006c; Bernardie-Tahir, 2011; Briguglio, 1995; Butler, 1993; Croes, 2006; Douglas, 2006; Ioannides, 1994; McElroy, 2003; Royle, 2001).

Apesar da existência de uma importante diversidade de realidades das economias insulares periféricas de pequena dimensão, é possível identificar um conjunto de traços comuns a muitos desses territórios, destacando-se uma estrutura económica condicionada

pela escassez de recursos e reduzida escala de produção, importantes limitações nas acessibilidades e uma significativa fragilidade ambiental e sociocultural (Bernardie-Tahir, 2011; Briguglio, 1995; Butler, 1993; Codina, 2008; Conlin e Baum, 1995; Croes, 2006; Curtis, 2011; Easterly e Kraay, 1999; Estevão, 1999; Poirine, 1995; Santos, 2011; Sarmiento, 2008; UN-OHRLLS, 2011). Estes fatores repercutem-se em constrangimentos ao desenvolvimento, levando a que estas economias estejam atualmente sujeitas a um importante dilema, com a necessidade de abrirem a sua economia ao exterior, mas apresentarem grande dificuldade em serem competitivas à escala global. De facto, se a exiguidade do mercado interno e escassez de recursos e *know-how* é um forte constrangimento para que a economia possa basear-se na dinâmica interna, por outro, as limitações de acessibilidade, a reduzida escala de produção e a crescente competitividade internacional tornam difícil o aproveitamento das possibilidades criadas pela globalização económica (Easterly e Kraay, 1999).

Estas economias são então confrontadas com o desafio de encontrarem um modelo de desenvolvimento alternativo que permita induzir as transformações estruturais necessárias para reduzir a sua vulnerabilidade (Sarmiento, 2008). A adoção de um modelo orientado para o exterior (*outward-looking*), exige que essas economias apostem na especialização de alguns produtos ou serviços, para que possam ter vantagens competitivas a nível internacional. Simultaneamente, necessitam de assegurar a criação de uma dinâmica interna que promova a valorização da economia local de proximidade, suportada em produtos e serviços de baixa escala, enraizados nos recursos e cultura local e em padrões de competitividade diferenciadores e criativos (Croes, 2006; Nath *et al.*, 2010).

A solução encontrada por muitas economias insulares de pequena dimensão consistiu na aposta em setores de serviços de grande capacidade exportadora, especialmente no setor financeiro e no turismo (Hampton e Christensen, 2007). Contudo, a oportunidade de constituição ou expansão de centros financeiros (OFCs - *Offshore Financial Centres*) parece ter chegado ao limite, pelo que, em muitos destes territórios, a aposta no turismo se tornou ainda mais importante (Hampton, 2002).

No mesmo sentido, McElroy (2003) afirma que a última e principal alteração económica em muitos dos TIPD decorre do forte crescimento do setor do turismo, tendo transformado significativamente as economias locais. Esta aposta resulta de um conjunto de oportunidades que se têm conjugado a partir da segunda metade do século XX, destacando-se a expansão da procura turística, a melhoria das acessibilidades aos territórios periféricos e a atratividade insular associada ao ideal paradisíaco (Bernardie-Tahir, 2005; Lowenthal, 2007).

Apesar da existência de representações positivas em torno da insularidade, a sedução tem particular expressão junto das ilhas de águas quentes com praias idílicas (Baldacchino, 2006b; Butler, 2006; Connell, 2007). No lado oposto, as ilhas localizadas em climas frios podem ser encaradas como "contra-lugares" (Gössling e Wall, 2007), com um potencial turístico bastante limitado aos turistas que buscam lugares de refúgio, descoberta ou de aventura. Mas, entre as ilhas de águas quentes e as de águas frias, existe um conjunto de ilhas com realidades e condições para o desenvolvimento turístico distintas destes dois grupos considerados pela bibliografia, como é o caso específico do Arquipélago dos Açores.

Neste sentido, o estudo de caso aplicado nesta investigação permitiu não só validar a pertinência da individualização de um novo grupo de TIPD, aqui designados de transição, como dar resposta ao segundo grupo de objetivos e hipóteses em que se aborda o desenvolvimento turístico dos TIPD de transição à escala local e aplicada ao Arquipélago dos Açores.

O primeiro objetivo geral consistiu em estabelecer uma reflexão crítica e apresentação de propostas de melhoria ao modelo de desenvolvimento territorial e turístico da RAA, considerando as especificidades do território, as novas tendências no turismo e a opinião dos diversos *stakeholders*. A consecução deste objetivo teve como ponto de partida tanto uma análise ao desenvolvimento da região realizada nos capítulos 5 e 6, recorrendo-se essencialmente a fontes secundárias, como a investigação empírica com aplicação de questionários aos principais *stakeholders* do turismo da região, cujos resultados foram apresentados no capítulo 7. A conjugação destas duas abordagens permitiu apresentar no capítulo 8.1 a fundamentação e os elementos que se consideram ser essenciais na definição de um modelo de desenvolvimento turístico para o Arquipélago dos Açores, justificando-se a necessidade da região apostar num conjunto de axiomas que passam pela valorização de um modelo sistémico de desenvolvimento regional que considere o turismo como um setor estratégico, suportado nas representações em torno da insularidade, da natureza e do turismo responsável.

As análises desenvolvidas nos capítulos 5 a 7 permitiram ainda responder a outro dos principais objetivos deste trabalho, comprovando a existência de um importante hiato entre a evolução da procura turística e as expectativas e projeções apresentadas nos principais instrumentos de planeamento. A opinião dos *stakeholders* sobre a adequabilidade do modelo de desenvolvimento e da gestão turística que têm vindo a ser implementados na região, realça a existência de alguma insatisfação com esses processos e de importantes discrepâncias entre as necessidades de planeamento, as propostas, a ação e os resultados verificados. Esta constatação permite desde logo validar uma das hipóteses

lançadas no início desta investigação, designadamente, que se verifica um importante desfasamento entre o modelo de desenvolvimento adequado para os Açores, o apresentado nos instrumentos de planeamento, o que é implementado e o que é percebido pelos *stakeholders*.

Os resultados dos questionários permitiram ainda confirmar as outras hipóteses lançadas no início da pesquisa, nomeadamente, que o modelo de desenvolvimento turístico para os Açores deve ser firmado na sustentabilidade.

No que se refere à necessidade do turismo contribuir para a coesão territorial, denota-se que esta é uma problemática que merece uma análise mais profunda e detalhada, pois embora corresponda a um dos grandes objetivos do modelo de planeamento regional e setorial, os *stakeholders* consideram que o desenvolvimento do setor do turismo na região não tem promovido esse objetivo. Contudo, simultaneamente não existe uma tomada de posição muito determinada sobre essa questão. De facto, quando questionados sobre se a RAA deve promover o desenvolvimento turístico essencialmente nas ilhas com maior potencial turístico, a avaliação média corresponde a uma posição neutra, mas com tendência para valorizar o desenvolvimento turístico nas ilhas com maior potencial, o que poderá demonstrar que, embora os *stakeholders* considerem importante promover a coesão territorial, estão conscientes que o desenvolvimento turístico dos Açores, na sua globalidade, poderá beneficiar de existir alguma concentração da atividade nas ilhas com melhores condições para responder às necessidades do setor.

A segunda hipótese, que consistia na persecução de que a adoção de uma abordagem mais abrangente do turismo na natureza permite que este produto amplie as suas potencialidades e possa constituir-se como âncora e imagem de marca, mesmo em territórios onde a paisagem é predominantemente humanizada, como é o caso dos Açores, também foi validada. Todos os grupos de *stakeholders* concordam sobre a elevada importância do turismo na natureza para a região, afirmando que este é o produto com maior potencial turístico, que deve assumir a centralidade e ser a imagem de marca do turismo da região, sendo o principal fator de diferenciação dos Açores com os outros destinos do país. Simultaneamente, verificou-se que existe uma grande potencialidade de desenvolvimento em torno do turismo na natureza, com a possibilidade de explorar uma grande variedade de segmentos associados a diferentes tipologias de atividades ou do perfil dos turistas. Os *stakeholders* destacam a existência de um importante desfasamento entre a oferta e as potencialidades da região em relação aos diversos segmentos associados ao turismo na natureza, considerando que os Açores apresentam um potencial significativamente superior para explorar estes nichos, comparativamente com a atual oferta.

A hipótese de que é comum os diferentes grupos de atores do turismo apresentarem expectativas e opiniões particulares sobre o desenvolvimento turístico, foi validada por se terem verificado um número significativo de diferenças estatisticamente significativas entre as respostas dos diversos grupos de *stakeholders*, comprovando que existem especificidades importantes entre os grupos. Destes destacou-se o grupo constituído pelos representantes das entidades ligadas ao Governo Regional, por ser aquele com maior peso no total de diferenças observadas. Este facto resulta essencialmente deste grupo apresentar uma perspetiva mais otimista da realidade do turismo dos Açores, especialmente quando avalia variáveis diretamente ligadas ao planeamento e à gestão do setor, o que se justifica por ser constituído essencialmente por elementos com cargos políticos ou técnicos ligados à gestão do território. A tendência de um grupo avaliar mais positivamente os aspetos em que se encontra diretamente envolvido, também se observa noutros grupos. Contudo, é de realçar que estas diferenças não são a regra, predominando, para a maioria dos aspetos associados ao turismo, uma grande concordância entre os vários grupos de *stakeholders*. A validação desta hipótese reforça a necessidade de garantir um elevado envolvimento da sociedade em todas as fases do processo de desenvolvimento turístico.

Por fim, e apesar dos Açores estarem a atravessar uma fase de crescimento moderado ou mesmo de estagnação da procura turística, todos os agentes consideram que a região apresenta condições para reforçar a aposta no turismo, podendo este afirmar-se como um dos motores do desenvolvimento regional. Contudo, para que as expectativas criadas em torno das oportunidades de desenvolvimento sustentável associadas ao setor do turismo se possam consolidar e projetar no futuro, há um grande trabalho a ser realizado, especialmente a nível da gestão turística, na melhoria da qualidade do destino, na implementação de uma filosofia assente no turismo responsável e no direcionamento da oferta para o turismo de nichos de mercados mais afetivos e especializados.

9.3 LIMITAÇÕES E PROPOSTAS DE INVESTIGAÇÕES FUTURAS

A investigação desenvolvida nesta tese aborda problemáticas muito discutíveis, apresenta abordagens que procuram estabelecer ruturas e contribuir, tanto para identificar dificuldades e lacunas no processo de desenvolvimento do turismo dos TIPD de transição, e em particular dos Açores, como para a apresentação e discussão de propostas, hipóteses e soluções. O nível de abrangência, as duas escalas de abordagem e os desafios são elevados, assumindo-se na elaboração deste estudo alguns riscos inerentes a diversas limitações e dificuldades, associadas a cinco fatores principais:

- ▶ Pela proposta de constituição do grupo de TIPD de transição, rompendo com a atual divisão destes territórios apenas nas ilhas de águas quentes e de águas frias;
- ▶ Se ter desenvolvido uma abordagem com duas escalas de análise, uma a nível macro, mais abrangente e direcionada para os territórios insulares de pequena dimensão de transição, e a outra focada no caso de estudo constituído pelo Arquipélago dos Açores;
- ▶ Por se ter adotado uma visão sistémica do desenvolvimento regional, alargando o campo de estudo para além do setor do turismo;
- ▶ Porque o modelo de desenvolvimento proposto apresenta um conjunto de axiomas relativamente teóricos em face das realidades políticas e sociais atuais;
- ▶ Pelo facto de se ter adotado na investigação empírica uma abordagem sustentada na teoria dos *stakeholders*. Numa situação ideal, isso implicaria a auscultação de todos os atores da sociedade açoriana, dos turistas e dos agentes de viagens externos. Como se pode depreender, isso seria um processo intensivo, demorado e demasiado oneroso para ser levado a cabo por uma investigação académica sem apoios financeiros e sem uma equipa de trabalho alargada. Esta lacuna foi contudo limitada por se recorrer à informação recolhida em outros estudos direcionados para os turistas e para a população local;
- ▶ Por fim, por um fator comum à generalidade dos estudos aplicados, resultante das dificuldades inerentes à inexistência de dados suficientemente detalhados e precisos sobre o turismo.

A proposta de uma análise sistémica do desenvolvimento regional apresentada nesta investigação é indutora de inúmeras dificuldades, desde logo pelo seu elevado nível de abrangência. A consolidação de uma abordagem deste tipo tem muito a ganhar quando desenvolvida por uma equipa multidisciplinar, que conte com tempo e recursos adequados, pelo que existe aqui um campo interessante de aplicação a projetos de investigação mais alargados, ou a nível de propostas de planos de desenvolvimento regional.

Qualquer proposta que estabeleça ruturas ou inovação em relação aos estudos científicos e técnicos requer posteriormente a confirmação, com a elaboração de outras pesquisas e de análises críticas. Assim, o reconhecimento e enriquecimento desta proposta, que por um lado inova ao considerar a existência de um novo grupo de TIPD, e por outro apresenta um modelo específico de desenvolvimento regional e turístico para esses destinos, devem ser sustentados através de novas investigações aplicadas a outros territórios.

Desde logo, será interessante investigar se se confirma a constituição do grupo de TIPD de transição, ou se este é demasiado heterogéneo para ser individualizado. Simultaneamente, outra questão em aberto, consiste na verificação da pertinência da adaptação do modelo de desenvolvimento turístico direcionado para os TIPD de transição aqui exposto, aos outros dois grupos de ilhas, já que apesar das suas diferenças, estes territórios apresentam muitas características em comum.

Esta investigação permitiu ainda mostrar que os Açores são um caso de estudo bastante interessante, especialmente no âmbito de trabalhos direcionados para o desenvolvimento regional e turístico. A oportunidade de desenvolvimento de investigações futuras sobre o turismo dos Açores é reforçada por este ser um destino jovem que tem ainda muito a concretizar, ao nível do planeamento e da gestão turística, do turismo responsável e da avaliação e melhoria da qualidade do destino.

A necessidade de fomentar os estudos aplicados ao Arquipélago dos Açores sustentados por investigações empíricas é ainda reforçada pela escassez de dados detalhados e precisos sobre o setor, a necessidade de promover um maior envolvimento dos *stakeholders* nos processos de planeamento da região e pela dilemática em torno dos destinos que apresentam uma capacidade de carga limitada.

De facto, tal como em muitos outros TIPD, a riqueza e a autenticidade dos Açores são uma herança que o turismo tanto pode potenciar, como destruir. Se as limitações de acessibilidade a estas ilhas têm sido o principal aliado do ambiente e da autenticidade, a expansão de uma atividade tão cosmopolita e intrusiva como o turismo pode induzir desequilíbrios, pelo que a sustentabilidade futura deste território exige uma modernidade assente nos princípios da cosmovisão e da governança.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acott, T. G., La Trobe, H. L. e Howard, S. H. (1998). An evaluation of deep ecotourism and shallow ecotourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(3), 238-253.
- AGROTEC. (2012). *Açores: Investigadora defende aposta em nova raça de bovinos para melhorar qualidade do leite*. Publindústria, Produção de Comunicação, Lda. Disponível a 29-09-2012, em <http://agrotec.pt/?p=1607581>.
- Albrow, M. (2001). Society as social diversity: The challenge for governance in the global age. Em OECD (Ed.), *Governance in the 21st century* (pp. 149-182). Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Allen, T. e Thomas, A. (Eds.). (1995). *Poverty and development in the 1990s* (4ª ed.). London: Oxford University Press & Open University.
- Almeida, M. C. e Silva, F. (2009). Gestão do risco em animação turística. Em Instituto Superior Técnico (Ed.), *Riscos Industriais e Emergentes* (Vol. 1, pp. 309-323). Lisboa: Edições Salamandra, Lda.
- Alvares, D. F. (2008). *Avaliação de planos-processos em áreas de desenvolvimento turístico*. Tese de Doutoramento, Universidade do Minho, Guimarães.
- AM&A, Geoldeia, CIRIUS e CEPREDE. (2005). *Competitividade territorial e coesão económica e social - Relatório final*. Augusto Mateus & Associados, Centro de Predicción Económica, Geoldeia, Centro de Investigações Regionais e Urbanas.
- Amador, I. (2012). *Pós-institucionalismo: Entre o descrédito institucional e o neoactivismo*. Comunicação apresentada no VI Congresso da APCP, Lisboa.
- Andriotis, K., Agiomirgianakis, G. e Mihotis, A. (2007). Tourist vacation preferences: The case of mass tourists to Crete. *Tourism Analysis*, 12, 651-660.
- ANETURA. (2005). *Turismo activo e de natureza em Portugal: Estudo sobre o sector*. Associação Nacional de Empresas de Turismo Activo.
- Antolini, D. E. (2009). National Park Law in the U.S.: Conservation, conflict, and centennial values. *William & Mary Environmental Law and Policy Review*, 33(3), 851-921.
- António, M., Ladeiras, A. e Costa, J. (2007). Contributos para um modelo de planeamento estratégico em turismo. Em J. C. Calvo (Ed.), *Conocimiento, innovación y emprendedores: Camino al futuro* (pp. 3087-3100). La Rioja: Universidade de La Rioja.
- Antunes, J. e Rita, P. (2008). O *marketing* relacional como novo paradigma: Uma análise conceptual. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 7, 36-46.
- AOSIS. (2012). *About AOSIS*. Alliance of Small Island States. Disponível a 17-04-2012, em <http://aosis.info/about/474>.
- Archer, B. e Cooper, C. (2002). Os impactos positivos e negativos do turismo. Em W. F. Theobald (Ed.), *Turismo global* (2ª ed., pp. 85-102). São Paulo: Editora SENAC.
- ATTA, GWU e WVC. (2011). *ATDI - Adventure tourism development index. 2010 report*. Adventure Travel Trade Association, The George Washington University, Vital Wave Consulting.
- Augustyn, M. (1998). Service quality and tourism. *Journal of Travel Research*, 37(1), 71-75.
- Ávila, C. (2008). A natureza açoriana deve ser experiencial. *Turismo dos Açores*, 17, 3.
- Azevedo, E., Rodrigues, M. e Fernandes, J. (2004). O clima dos Açores. Em V. H. Forjaz (Ed.), *Atlas básico dos Açores* (pp. 25-58). Ponta Delgada: OVGA - Observatório Vulcanológico e Geotérmico dos Açores.

- Baker, D. A. e Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Baldacchino, G. (2005). Islands – objects of representation. *Geografiska Annaler: Series B: Human Geography*, 87(4), 247-251.
- Baldacchino, G. (2006a). Managing the hinterland beyond: Two ideal-type strategies of economic development for small island territories. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(1), 45-60.
- Baldacchino, G. (2006b). Warm versus cold water island tourism: A review of policy implications. *Island Studies Journal*, 1(2), 183-200.
- Baldacchino, G. (Ed.). (2006c). *Extreme tourism: Lessons from the world's cold water islands*. Oxford: Elsevier.
- Baldacchino, G. (Ed.). (2007). *A world of islands*. Charlottetown: Institute of Island studies, University of Prince Edward Island.
- Baldacchino, G. e Milne, D. (2000). *Lessons from the political economy of small islands: The resourcefulness of jurisdiction*. London: Macmillan Press.
- Baum, T. (2000). Tourism and cold water islands in the North Atlantic. Em G. Baldacchino e D. Milne (Eds.), *Lessons from the political economy of small islands: The resourcefulness of jurisdiction* (pp. 214-229). London: Macmillan Press.
- Beardsley, D., Clemmons, D. e DelliPriscoli, M. (Eds.). (2006). *Responsible travel handbook*. Bennington Transitions Abroad Magazine.
- Beedie, P. e Hudson, S. (2003). Emergence of mountain-based adventure tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 625-643.
- Bell, S., Tyrväinen, L., Sievänen, T., Pröbstl, U. e Simpson, M. (2007). Outdoor recreation and nature tourism: A european perspective. *Living Reviews in Landscape Research*, 1(2), 1-46.
- Beni, M. C. (2006). *Análise estrutural do turismo* (11ª ed.). São Paulo: SENAC.
- Bentley, T., Cater, C. e Page, S. (2010). Adventure and ecotourism safety in Queensland: Operator experiences and practice. *Tourism Management*, 31(5), 563-571.
- Bernardie-Tahir, N. (2005). Des «bouts du monde» à quelques heures: L'illusion de l'isolement dans les petites îles touristiques. *Annales de Géographie*, 644(4), 362-382.
- Bernardie-Tahir, N. (2011). *L'usage de l'île*. Paris: Petra.
- Bertram, G. (2006). Introduction: The MIRAB model in the twenty-first century. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(1), 1-13.
- BES. (2009). *Região Autónoma dos Açores. Potencial Setorial*. Banco Espírito Santo - Espírito Santo Research.
- Betrán, J. (1997). Rumo a um novo conceito de ócio activo em Espanha: As actividades físicas de aventura na natureza. Em L. Costa (Ed.), *Environment and Sport*. Porto: Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física do Porto.
- Bien, A. (2003). *A simple user's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism* (3ª ed.). Washington, D.C . International Ecotourism Society.
- Big Room Inc. (2013). *Ecolabel Index*. Disponível a 25-01-2013, em www.ecolabelindex.com/315.
- Blanke, J. e Chiesa, T. (Eds.). (2011). *The travel & tourism competitiveness report 2011 - Beyond the downturn*. Geneva: World Economic Forum.

- Boo, E. (1990). *Ecotourism: The potentials and pitfalls* (Vol. 1). Washington, D.C.: WWF - World Wildlife Fund.
- Borges, M. e Lima, S. (2006). O turismo de montanha: Abordagem conceptual e enquadramento do produto. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 6, 157-165.
- Bossel, H. (1999). *Indicators for sustainable development: Theory, method, applications. A Report to the Balaton Group*. Winnipeg: ISSD - The International Institute for Sustainable Development.
- Boyd, S. W. e Butler, R. W. (1996). Managing ecotourism: An opportunity spectrum approach. *Tourism Management*, 17(9), 557-566.
- Bramwell, B. e Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism Analysis*, 19(4-5), 411-421.
- Briguglio, L. (1992). *Preliminary study on the construction of an index for ranking countries According to their economic vulnerability*. Comunicação apresentada no UNCTAD/LDC/Misc.4., Genève.
- Briguglio, L. (1995). Small island developing states and their economic vulnerabilities. *World Development*, 23(9), 1615 - 1632.
- Briguglio, L., Archer, B., Jafari, J. e Wall, G. (Eds.). (1996). *Sustainable tourism in islands and small states: Issues and policies*. London: Pinter.
- Briguglio, L. e Cordina, G. (2004). *Competitiveness strategies for small states*. Malta: Islands and Small States Institute of the University of Malta.
- Briguglio, L. e Kisanga, E. J. (Eds.). (2004). *Vulnerability and resilience of small states*. Malta: Commonwealth Secretariat and Islands and Small States Institute of the University of Malta.
- Briguglio, L., Persaud, B. e Stern, R. (2006). *Toward an outward-oriented development strategy for small states: Issues, opportunities, and resilience building*. Singapore: World Bank Group / International Monetary Fund.
- Brown, L., Flavin, C., French, H., Abramovitz, J., Dunn, S., Gardner, G., Mastny, L., Mattoon, A., Roodman, D., Sampat, P., Sheehan, M. e Starke, L. (2001). *State of the World 2001: A Worldwatch Institute Report on progress towards a sustainable society*. New York e London: The Worldwatch Institute.
- Brunet, R. (2000). Des modèles en géographie? Sens d'une recherche. *Bulletin de la Société de Géographie de Liège*, 39, 21-30.
- Brunet, R. (2001). *Le déchiffrement du monde. Théorie et pratique de la géographie* Paris Belin.
- Bryden, D. M., Westbrook, S. R., Burns, B., Taylor, W. A. e Anderson, S. (2010). *Assessing the economic impacts of nature based tourism in Scotland Scottish Natural Heritage* (Commissioned Report n.º 398). Scottish Natural Heritage.
- Buckley, R. (2000). Tourism in the most fragile environments. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 31-40.
- Buckley, R. (2003). The practice and politics of tourism and land management. Em R. Buckley, C. Pickering e D. B. Weaver (Eds.), *Nature-based tourism, environment and land management* (pp. 1-6). Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.
- Buckley, R. (2006). *Adventure tourism*. Wallingford: CABI.
- Buckley, R. (Ed.). (2004). *Environmental impacts of ecotourism*. Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.
- Buckley, R., Pickering, C. e Weaver, D. B. (Eds.). (2003). *Nature-based tourism, environment and land management*. Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.

- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management* 21(1), 97-116.
- Burnay, M. J. (2006). O turismo sustentável e o turismo: Constrangimentos e oportunidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 157-165.
- Burns, P. (2004). Tourism planning - A third way? *Annals of Tourism Research*, 31(1), 24-43.
- Butcher, J. (1997). Sustainable development or development? . Em M. J. Stabler (Ed.), *Tourism and sustainability: From principles to practice* (pp. 27-38). Oxon: CAB International.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Butler, R. W. (1990). Alternative tourism: Pious hope or trojan horse? *Journal of Travel Research*, 28(3), 40-45.
- Butler, R. W. (1992). Alternative tourism: The thin edge of the wedge. Em V. L. Smith e W. R. Eadington (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (2ª ed., pp. 31-46). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Butler, R. W. (1993). Tourism development in small islands: Past influences and future directions. Em D. G. Lockhart, P. J. Shembri e D. W. Smith (Eds.), *The Development process in small island states* (pp. 71-91). Londres: Routledge.
- Butler, R. W. (1997). Modelling tourism development: Evolution, growth and decline. Em S. Wahab e J. J. Pigram (Eds.), *Tourism development and growth - The challenge of sustainability* (pp. 109-128). London: Routledge.
- Butler, R. W. (2002). The development of tourism in frontier regions: Issues and approaches. Em S. Krakover e Y. Gradus (Eds.), *Tourism in frontier areas* (pp. 3-19). Lanham MD: Lexington Books.
- Butler, R. W. (2006). Contrasting coldwater and warmwater island tourism destinations. Em G. Baldacchino (Ed.), *Extreme tourism: Lessons from the world's cold water islands* (pp. 247-257). Oxford: Elsevier.
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13.
- Caber, M. e Albayrak, T. (2006). *Testing the hierarchical leisure constraints model in nature-based tourism in turkey Košice*. Comunicação apresentada no Geotour 06 - 5th International Conference on perspectives of rural tourism in the New Europe, 5-7 October 2006, Košice, Slovakia.
- Camison, C. (1996). Total quality management in hospitality: An application of the EFQM model. *Tourism Management*, 17(3), 191-201.
- Campbell, L. (1999). Ecotourism in rural developing communities. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 534-553.
- Campling, L. e Rosalie, M. (2006). Sustaining social development in a small island developing state? The case of Seychelles. *Sustainable Development*, 14(1), 115-125.
- Campos, A. C., Mendes, J. C. e Silva, J. A. (2006). Para uma cultura da qualidade total no destino Turístico: Métodos de diagnóstico e estratégias de desenvolvimento. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 5, 21-40.

- Carqueijeiro, E. (Coord.). (2006). *Perspectivas para a sustentabilidade na Região Autónoma dos Açores: Contributo para a elaboração de um plano regional de desenvolvimento sustentável*. Horta: Secretaria Regional do Ambiente e do Mar.
- Carr, A. (2007). Negotiating obstacles: Owner/operator perspectives on 'nature' tourism. Em J. Higham (Ed.), *Critical issues in ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon* (pp. 406-427). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Carrera, F. (2009). *Marketing digital na versão 2.0 - O que não pode ignorar*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Carter, C. I. (2006). Playing with risk? Participants' perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Tourism Management*, 27, 317-325.
- Carvalhinho, L. (2006). *Os técnicos e as actividades de desporto de natureza: Análise da formação, funções e competências profissionais*. Tese de Doutoramento, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.
- Casaca, P. (2008). Quotas leiteiras: Saber gerir os interesses dos agricultores açorianos. *O Jovem Agricultor*, V.
- Castelli, G. (2001). *Turismo: Actividade marcante* (4 ed.). Caxias do Sul: EDUCS.
- Castro, N. A. (2006). *O lugar do turismo na ciência geográfica: Contribuições teórico-metodológicas à acção educativa*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, São Paulo.
- Cavaco, C. e Simões, J. M. (2009). Turismo de nichos: Uma introdução. Em J. M. Simões e C. C. Ferreira (Eds.), *Turismos de Nicho. Motivações, produtos, territórios* (pp. 15-39). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- CCIA. (2012). *Carta regional de competitividade Região Autónoma dos Açores*. Ponta Delgada: CCIA - Câmara do Comércio e Indústria dos Açores.
- Ceballos-Lascurain, H. (2008). Ecotourism and ecolodge development in the 21st century. Em A. Stronza e W. H. Durham (Eds.), *Ecotourism and conservation in the Americas* (pp. 193-204). Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.
- Cernat, L. e Gourdon, J. (2007). *Is the concept of sustainable tourism sustainable?: Developing the sustainable tourism benchmarking tool*. New York: United Nations.
- CESD. (2006). *Cruise tourism in Belize: Perceptions of economic, social & environmental impact*. Washington: Center on Ecotourism and Sustainable Development
- Champollion, P. (2006). *Territory and territorialization: Present state of the CAENTI thought*. Comunicação apresentada International Conference of Territorial Intelligence, Alba Lulia. Disponível em www.territorial-intelligence.eu/index.php/eng/Publications/International-conferences/Proceedings-of-Alba-lulia-2006.
- Chaves, M., Gamboa, S. e Sá, K. O. (2003). *Lazer e recreação no currículo de educação física* (2 ed.). Maceió.
- Chazaud, P. (2004). *Management du tourisme et des loisirs sportifs de pleine nature*. Voiron: Presses Universitaires du Sport.
- Chazaud, P. e Penel, G. (2005). Questions sur l'avenir des parcs de loisirs. *Cahiers Espaces*, 86, 51-54
- Chick, G. e Dong, E. (2003). *Possibility of refining the hierarchical model of leisure constraints through cross-cultural research*. Comunicação apresentada no Northeastern Recreation Research Symposium, 6-8 April 2003, Bolton Landing, New York.

- Christ, C., Hillel, O., Matus, S. e Sweeting, J. (2003). *Tourism and biodiversity: Mapping tourism's global footprint*. Washington: UNEP - United Nations Environment Programme e Conservation International.
- Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review*, 20, 92-117.
- Cleverdon, R. e Kalisch, A. (2000). Fair trade in tourism. *International Journal of Tourism Research* 2(3), 171-187.
- Codina, G. (2008). The macroeconomic and growth dynamics of small states. Em C. Secretariat (Ed.), *Small states: Economic review and basic statistics* (Vol. 12, pp. 21-36). London: Commonwealth Secretariat.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182.
- Cohen, E. (2004a). Backpacking: Diversity and change. Em G. Richards e J. Wilson (Eds.), *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice* (pp. 43-59). Channel View Publications.
- Cohen, E. (2004b). *Contemporary tourism: Diversity and change*. Amsterdam: Elsevier.
- Cole, S. (2007). Beyond authenticity and commodification. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 943-960.
- Colson, V., Granet, A.-M. e Vanwijnsberghe, S. (2012). *Loisirs en forêt et gestion durable. L'aménagement récréatif et touristique intégré des massifs forestiers et des espaces naturels*. Gembloux: Presses Agronomiques de Gembloux.
- Comissão Europeia. (1992). *Tratado da União Europeia*. 35ºano. Maastricht: Jornal Oficial da Comunidade Europeia.
- Comissão Europeia. (2000). *Livro Branco sobre responsabilidade ambiental*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.
- Comissão Europeia. (2001). *Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias.
- Comissão Europeia. (2012). *As regiões ultraperiféricas da União Europeia: Parceria para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Commonwealth Secretariat. (2011). *Small states digest*. Commonwealth Secretariat.
- Conlin, M. V. e Baum, T. (Eds.). (1995). *Island tourism: Management principles and practice*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Connell, J. (2007). Islands, idylls and the detours of development. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 28(2), 116-135.
- Consórcio GEOIDEIA, IESE e PLURAL. (2002). *Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores - Relatório da 1ª fase*. Direcção Regional de Turismo, Secretaria Regional da Economia.
- Consórcio GEOIDEIA, IESE e PLURAL. (2007). *Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores - POTRAA*. Direcção Regional de Turismo, Secretaria Regional da Economia.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. e Wanhill, S. (2007). *Turismo - Princípios e práticas* (3ª ed.). Porto Alegre: Pitman Publishing.
- Cooper, C. e Hall, C. M. (Eds.). (2008). *Contemporary tourism, an international approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Cordeiro, J. M. (2004). Reflexões sobre a gestão da qualidade total: Fim de mais um modismo ou incorporação do conceito por meio de novas ferramentas de gestão? *FAE*, 7, 19-33.
- Costa, C. (2001). An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research*, 3(6), 425-441.
- Costa, C. (2005). Turismo e cultura: Avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000). *Análise Social*, XL, 279-295.
- Costa, C. (2006). Tourism planning, development and the territory. Em D. Buhalis e C. Costa (Eds.), *Tourism management dynamics: Trends, management and tools* (pp. 236-243): Butterworth-Heinemann.
- CouchSurfing. (2012). *Couchsurfing statistics*. CouchSurfing International, Inc. Disponível a 21-01-2012, em www.couchsurfing.org/statistics.html#373.
- Crato, C. (2010). *Qualidade: Condição de competitividade*. Porto: SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação e Princípa Editora, Lda.
- Crawford, A. (2012). *Conflict-sensitive conservation in Nyungwe National Park: Conflict analysis*. Manitoba: The International Institute for Sustainable Development.
- Crawford, D. W., Jackson, E. L. e Godbey, G. (1991). A hierarquical model of leisure constraints. *Leisure Sciences*, 13(4), 309-320.
- Crema, R. (1989). *Introdução à visão holística: Breve relato de viagem do velho ao novo paradigma* (2ª ed.). São Paulo: Summus.
- Croes, R. R. (2006). A paradigm shift to a new strategy for small island economies: Embracing demand side economics for value enhancement and long term economic stability. *Tourism Management*, 27(3), 453-465.
- Crompton, J. L. e MacKay, K. J. (1988). A conceptual model of consumer evaluation of recreation service quality. *Leisure Studies*, 7(1), 41-49.
- CTC QREN. (2011). *Relatório anual do QREN III 2010*. Lisboa: Comissão Técnica de Coordenação do QREN.
- CTC QREN. (2012). *Boletim Informativo QREN n.º 16*. Lisboa: Comissão Técnica de Coordenação do QREN.
- CTO. (2011). Caribbean Tourism - State of the industry (Feb.2011). Disponível a 12-06-2012, em www.onecaribbean.org/content/files/CaribbeanTourismStateIndustryFeb272011.pdf.
- Cunha, L. (2003). *Perspectivas e tendências do turismo*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Cunha, L. (2009). *Introdução ao turismo* (4ª ed.). Lisboa: Editorial Verbo.
- Curtin, S. (2010). The self-presentation and self-development of serious wildlife tourists. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 17-33.
- Curtis, T. (Ed.). (2011). *Islands as crossroads - Sustaining cultural diversity in small Island developing states*: UNESCO.
- Davis, B. (2001). Commentary: Tourism research and social theory – Expanding the focus. *Tourism Geographies*, 3(2), 125-134.
- de Albuquerque, K. e McElroy, J. (1992). Caribbean small-island tourism styles and sustainable strategies. *Environmental Management*, 16(5), 619-632.
- Dearden, P. e Rollins, R. (Eds.). (2009). *Parks and protected areas in Canada: Planning and management* (3ª ed.). Toronto: Oxford University Press.

- Decreto-lei n.º 39/2008, de 7 de março. *Diário da República n.º 48 - 1ª série*. Ministério da Economia e da Inovação. Lisboa.
- Decreto-lei n.º 47/99, de 16 de fevereiro. *Diário da República n.º 39, 1ª série A*. Ministério da Economia. Lisboa.
- Decreto-lei n.º 54/2002, de 11 de março. *Diário da República n.º 59, 1ª série A*. Diário da República. Lisboa.
- Decreto-lei n.º 108/2009, de 15 de maio. *Diário da República n.º 94 - 1ª Série A*. Ministério da Economia e da Inovação. Lisboa.
- Decreto legislativo regional n.º 20/2002/A, de 28 de maio. Regime jurídico do sistema regional de planeamento dos Açores *Diário da República n.º 123 - 1ª série A*. Diário da República. Horta.
- Decreto legislativo regional n.º 26/2010/A, de 12 de agosto. PROTA - Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores *Diário da República n.º 156 - 1ª série*. Diário da República. Lisboa.
- Decreto legislativo regional n.º 36/2008/A, de 30 de junho. Quadro legal da pesca-turismo exercida nas águas da subárea dos Açores da zona económica exclusiva (ZEE) portuguesa *Diário da República n.º 149 - 1ª série*. Diário da República. Lisboa.
- Decreto legislativo regional n.º 38/2008/A, de 11 de agosto. POTRAA - Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores *Diário da República n.º 154 - 1ª série*. Diário da República. Lisboa.
- Decreto regulamentar n.º 18/99, de 27 de agosto. *Diário da República n.º 200 - 1ª série B*. Ministério do Ambiente. Lisboa.
- Dencker, A. F. M. (Ed.). (2004). *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Dijon, R. (1984). *General review of water resources development in the region with emphasis on small islands*. Comunicação apresentada no Regional Workshop on Water Resources of Small Islands, Suva, Fiji.
- Douglas, C. H. (2006). Small island states and territories: Sustainable development issues and strategies – Challenges for changing islands in a changing world. *Wiley InterScience - Discover Something Great*, 14(2), 75-80.
- Dowling, R. (1993). An environmentally-based planning model for regional tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 17-37.
- Dowling, R. (2006). *Cruise ship tourism*. London: CABI Publishing.
- Doxey, G. (1976). When enough's enough: The natives are restless in old Niagara. *Heritage Canada*, 2(2), 26-27.
- DRA. (2000). *Proposta para um sistema de indicadores de desenvolvimento sustentável*. Amadora: Direcção Geral do Ambiente.
- Dréo, J. (2006). Sustainable development. Disponível a 12-10-2011, em http://en.wikipedia.org/wiki/File:Sustainable_development.svg.
- Dresner, S. (2002). *The principles of sustainability*. London: Earthscan.
- DRT. (2012). *Estatísticas de observação de cetáceos em 2011*. Horta: Direcção Regional de Turismo.
- DRTM. (2012). *Empresas de Animação Turística*. Direcção Regional do Turismo da Madeira. Disponível a 21-11-2012, em www.visitmadeira.pt/?s=menu&e=/pro/empresas-de-animacao-turistica-&i=por688.
- Dumazedier, J. (1973). *Lazer e cultura popular*. São Paulo: Perspectiva.

- Dunn, W. N. (1980). The two-communities metaphor and models of knowledge use: An exploratory case survey. *Science Communication*, 1(4), 515-536.
- Easterly, W. e Kraay, A. (1999). Small states, small problems? Income, growth, and volatility in small states. *World Development*, 28(11), 2013-2027.
- EC. (2003). *A manual for evaluating the quality performance of tourist destinations and services*. Luxembourg: European Communities.
- ECC. (2011). *The cruise Industry: A leader in europe's economic recovery. Contribution of cruise tourism to the economies of Europe: 2011 Edition*. Brussels: European Cruise Council.
- Edgell, D. L., Allen, M. D., Smith, G. e Swanson, J. (2008). *Tourism policy and planning: Yesterday, today and tomorrow*. Oxford.
- Escobar, A. (1996). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y desconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Editorial Norma.
- Esser, K., Hillenbrand, W. e Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política. *CEPAL*, 59, 39-52.
- Estevão, J. A. (1999). A transição económica, a acção do Estado e o contexto Insular: Algumas considerações sobre o caso Cabo-Verdiano. *Anais*, 1(1), 57-75.
- Esty, D. C., Levy, M., Srebotnjak, T. e Sherbinin, A. (2005). *2005 Environmental Sustainability Index: Benchmarking national environmental stewardship*. New Haven: Yale Center for Environmental Law & Policy.
- European Commission. (2002). *Sustainable tourism based on natural and cultural heritage*. Bruxelles: Enterprise-Directorate General.
- European Commission. (2011). *EMAS - Eco-Management and Audit Scheme*. European Commission Environment. Disponível a 03-01-2012, em http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm310.
- European Union. (2011). *Eurostat regional yearbook 2011*. Luxembourg: European Union.
- Ewing, B., Reed, A., Galli, A., Kitzes, J. e Wackernagel, M. (2010). *Calculation methodology for the national footprint accounts, 2010 edition*. Oakland: Global Footprint Network.
- Falkland, A. (1993). *Hydrology and water management on small tropical islands*. Comunicação apresentada no Yokohama Symposium: Hydrology of Warm Humid Regions, Yokohama.
- Falkland, A. e Custodio, E. (1991). *Hydrology and water resources of small islands, a practical guide: A contribution to the International Hydrological Programme, IHP-III, Project 4.6*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- FAO. (2011). *State of the world's forests*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Farrell, T. e Marion, J. (2002). The protected area visitor impact management (PAVIM) framework: A simplified process for making management decisions. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(1), 31-51.
- Fayos-Solà, E. (1994). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. *Estudios Turísticos*, 123, 5-10.
- FCT-UNL. (2008). *Relatório Ambiental. Avaliação Ambiental Estratégica do Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar - Direcção Regional do Ordenamento do Território e dos Recursos Hídricos.
- Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism: An introduction (2ª ed.)*. London: Routledge.

- Fernandes, P. O., Monte, A. P. e Castro, J. P. (2003). A região Norte de Portugal e a preferência da procura turística: Litoral versus Interior. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 4, 57-63.
- Ferraz, J. (2008). *Turismo e ideologia: As sociedades mediterrânicas e o papel das organizações intergovernamentais*. Tese de Doutoramento, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Flick, U. (2005). *Métodos qualitativos na investigação científica*. Lisboa: Monitor.
- Fodness, D. e Murray, B. (1997). Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 503-523.
- Font, X. e Buckley, R. (Eds.). (2001). *Tourism ecolabelling: Certification and promotion of sustainable management*. Wallingford: CABI Publishing.
- Font, X. e Tribe, J. (2001). Promoting green tourism: The future of environmental awards. *International Journal of Tourism Research*, 3(1), 9-21.
- Fortuna, M. J., Dentinho, T. P. e Vieira, J. A. (2001). *Os custos da perifericidade*. Luxemburgo: Parlamento Europeu.
- Fredman, P., Reinius, S. W. e Lundberg, C. (2009). *Nature tourism in Sweden: Definitions, extent, statistics*. (2009:24). Härnösand: ETOUR - European Tourism Research Institute.
- Fredman, P. e Tyrväinen, L. (2010). Frontiers in nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(3), 177-189.
- Freeman, C. (1974). *The economics of industrial innovation*. Harmonds-worth: Penguin Books.
- Freeman, R. E. (2004). The stakeholder approach revisited. *ZFWU - Journal for Business, Economics & Ethics*, 5(3), 228-241.
- Frey, N. e George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.
- Friedman, A. L. e Miles, S. (2006). *Stakeholders: Theory and practice*. NewYork: Oxford University Press.
- Fry, I. (2005). Small island developing states: Becalmed in a sea of soft law. *Review of European Community & International Environmental Law*, 14(2), 89-99.
- Gama, A. e Santos, N. (2008). *Lazer. Da libertação do tempo à conquista das das práticas*. Coimbra: Imprensa da Universidade.
- Gargasson, C. L., Lootvoet, M., Bouyer, C. e Lombard, N. (2009). *Tourisme durable dans les îles. Protéger, développer, valoriser*. France: Editions ODIT.
- Gartner, W. (1996). *Tourism development - Principles, processes and policies*. New York: John Wiley & Sons.
- GEE. (2012). *Relatório de conjuntura: 2º trimestre de 2012*. Lisboa: Gabinete de Estratégia e Estudos - Ministério da Economia e do Emprego.
- GEN. (2004). Introduction to ecolabelling. Disponível a 27-12-2011, em www.globalecolabelling.net/docs/documents/intro_to_ecolabelling.pdf.
- Geoparque Açores. (2012). *Fauna e flora*. Geoparque Açores. Disponível a 22-09-2012, em http://azoresgeopark.com/acoress/fauna_flora.php568.
- Getz, D. (1983). Capacity to absorb tourism: Concepts and implications for strategic planning. *Annals of Tourism Research*, 10(2), 239-263.

- Getz, D. (1986). Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice. *Tourism Management*, 7(1), 21-32.
- Giddens, A. (2003). *A constituição da sociedade* (2ª ed.). São Paulo: Editora Martins Fontes.
- Go, F. M. e Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: A european perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 79-88.
- Godet, M. (1993). *Manual de prospectiva estratégica: Da antecipação à acção*. Lisboa: Publicações D. Quixote.
- Godet, M. e Durance, P. (2011). A prospectiva estratégica. Para as empresas e os territórios UNESCO / DUNOD. Disponível em www.lapropective.fr/ouvrages.html.
- Godfrey, K. B. (1996). Towards sustainability: Tourism in the Republic of Cyprus. Em L. C. Harrison e W. Husbands (Eds.), *Practicing responsible tourism: International case studies in tourism planning, policy and development* (pp. 58-79). New York: John Wiley and Sons.
- Goeldner, C. R. e Ritchie, J. B. (2006). *Tourism: Principles, practices and philosophies* (10ª ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Goodwin, H. (2011). *Responsible tourism*. London: Routledge.
- Goodwin, H. (2012). Responsible tourism: Critical issues for conservation and development. *Tourism Management*, 33(2), 487-488.
- Gössling, S. e Wall, G. (2007). Island tourism. Em G. Baldacchino (Ed.), *A world of islands*, (pp. 429-454). Malta e Canadá: Agenda Academic e Institute of Island Studies.
- Gouzee, N., Mazijn, B. e Billharz, S. (1995). *Indicators of sustainable development for decision-making. Report of the workshop of Ghent*. Belgium: Federal Planning Office of Belgium.
- Graburn, N. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1), 9-33.
- Graburn, N. e Jafari, J. (1991). Tourism social science. *Annals of Tourism Research*, 18(1), 1-11.
- Guillaumont, P. (2007). Assessing the economic vulnerability of Small Island Developing States and the Least Developed Countries. Disponível a 01-09-2012, em www.wider.unu.edu/publications/working-papers/research-papers/2007/en_GB/rp2007-40/_files/78091841125091781/default/rp2007-40.pdf.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism planning* (2ª ed.). New York: Taylor & Francis.
- Gunn, C. A. (1994). A perspective on the purpose and nature of tourism research methods planning. Em J. B. Ritchie e C. R. Goeldner (Eds.), *Travel, tourism and hospitality research: A handbook for managers and researchers* (2ª ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- GWU, ATTA e Xola. (2010). *Adventure tourism market size*. Washington, DC: The George Washington University, The Adventure Travel Trade Association, Xola Consulting.
- Haider, W. e Payne, R. J. (2009). Visitor planning and management. Em P. Dearden e R. Rollins (Eds.), *Parks and protected areas in Canada. Planning and management* (3ª ed.). Toronto: Oxford University Press.
- Hales, C. (2006). Organizations and management in the future. Em D. Buhalis e C. Costa (Eds.), *Tourism management dynamics: trends, management and tools*. Burlington: Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2ª ed.). Essex: Pearson.

- Hall, C. M. (2011). A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 437-457.
- Hall, C. M. e Lew, A. (1998). *Sustainable tourism*. Essex: Prentice Hall.
- Hall, C. M., Lew, A. e Williams, A. M. (2004). Tourism, conceptualizations, institutions, and issues. Em C. M. Hall, A. Lew e A. M. Williams (Eds.), *A companion to Tourism* (pp. 3-19). Malden, Massachusetts: Blacwell Publishing Ltd.
- Hall, C. M. e Page, S. (2006). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space* (3ª ed.). London: Routledge.
- Hall, D. (1999). Destination branding, niche *marketing* and national image projection in Central and Eastern Europe. *Journal of Vacation Marketing*, 5(3), 227-237.
- Hammill, A., Crawford, A., Craig, R., Malpas, R. e Matthew, R. (2009). *Conflict-sensitive conservation: Practitioners' manual*. Winnipeg: International Institute for Sustainable Development.
- Hampton, M. P. (2002). Offshore pariahs? Small Island economies, tax havens, and the re-configuration of global finance. *Elsevier Science Ltd.*, 30(9), 1657–1673.
- Hampton, M. P. e Christensen, J. (2007). Competing industries in islands. A new tourism approach. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 998-1020.
- Hannam, K. (2002). Tourism and development I: Globalization and power. *Progress in Development Studies*, 2(3), 227-234.
- Haq, M. (1995). *Reflections on Human Development*. New York: Oxford University Press.
- Hardy, A. e Beeton, R. (2001). Sustainable tourism or maintainable tourism: Managing resources for more than average outcomes. *Journal of Sustainable Tourism Analysis*, 9(3), 168-192.
- Harker, M. J. e Egan, J. (2006). The past, present and future of relationship *marketing*. *Journal of Marketing Management*, 22(1-2), 215-242.
- Harrison, L. C. e Husbands, W. (Eds.). (1996). *Practicing responsible tourism: International case studies in tourism planning, policy and development*. New York: John Wiley and Sons.
- Haukeland, J. V. (2011). *Sustainable tourism development in a Norwegian National Park Area – Exploring social aspects*. PhD, Norwegian University of Life Sciences, Ås, Norway.
- Henderson, K. A. (1997). A critique of constraints theory: A response. *Journal of Leisure Research*, 29(4), 453-457.
- Hendler, J. (2009). Web 3.0 emerging. *Computer*, 42(1), 111-113.
- Henriques, C. (2003). *Turismo, cidade e cultura: Planeamento e gestão sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Henriques, E. B. (2008). Representações da insularidade e turismo. Que possibilidades para as ilhas portuguesas? Em C. Cavaco (Ed.), *Turismo, inovação e desenvolvimento – Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território* (pp. 123-142). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Henriques, E. B. (2009). *Distância e conexão. Insularidade, relações culturais e sentido de lugar no espaço da Macaronésia*. Angra do Heroísmo: Instituto Açoriano da Cultura e Centro de Estudos Geográficos.
- Higham, J. (Ed.). (2007). *Critical issues in ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Hill, J. L. e Gale, T. (2009). *Ecotourism and environmental sustainability: Principles and practice*. Farnham: Ashgate Publishing.
- Hill, M. M. e Hill, A. (2008). *Investigação por questionário* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Hoerner, J.-M. (2000). Pour la reconnaissance d'une science touristique. *Espaces*, 173.
- Hoff, K. e Stiglitz, J. (2001). Modern economic theory and development. Em G. M. Meier e J. E. Stiglitz (Eds.), *Frontiers of development economics: The future in perspective* (pp. 389-459). New York: World Bank/Oxford University Press.
- Houghton, T., Ding, Y., Griggs, J., Noguer, M., van der Linden, J., Dai, X., Maskell, K. e Johnson, A. (Eds.). (2001). *Climate change 2001: The scientific basis*. Cambridge Intergovernmental Panel on Climate Change, Cambridge University Press.
- Hudson, S. (1999). Consumer behavior related to tourism. Em A. Pizam e Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer Behavior in Travel and Tourism* (pp. 556). New York: Routledge
- Hudson, S. (Ed.). (2003). *Sport and adventure tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Hudson, S., Hudson, P. e Miller, G. A. (2004). The measurement of service quality in the tour operating sector: A methodological comparison. *Journal of Travel Research*, 42(3), 305-312.
- Hughes, B., Irfan, M., Moyer, J., Rothman, D. e Solórzano, J. (2011). Forecasting the impacts of environmental constraints on human development. *Human Development Research Paper 8*. New York: United Nations Development Programme.
- Hughes, G. (1992). Tourism and the geographic imagination. *Leisure Studies*, 11(1), 31-42.
- IAC (Ed.). (2010). *Açores, Europa - Uma antologia*. Angra do Heroísmo: IAC - Instituto Açoriano de Cultura.
- ICAO. (2010). *ICAO Environmental Report*. Montréal: International Civil Aviation Organization.
- ICAO. (2011). *Carbon Emissions Calculator*. International Civil Aviation Organization. Disponível a 04-01-2012, em www.icao.int/environmental-protection/CarbonOffset/Pages/default.aspx340.
- ICRT. (2012). *International conferences on responsible tourism in destinations*. Disponível a 27-02-2012, em <http://icrtcic.wordpress.com/conferences/422>.
- IEA. (2011). *Key world energy statistics*. Paris: International Energy Agency.
- INE. (2011a). *Anuário estatístico de Portugal 2010*. Instituto Nacional de Estatística. Disponível a 20-07-2012, em www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=133813349&PUBLICACOESmodo=2577.
- INE. (2011b). *Censos 2011 - Resultados provisórios*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2011c). *Estatísticas do turismo 2010*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2012a). *Estatísticas do turismo 2011*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- INE. (2012b). *Índice Sintético de Desenvolvimento Regional 2009*. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: John Wiley & Sons.
- Ioannides, D. (1994). *The state, transnationals and the dynamics of tourism evolution in small islands nations*. PhD, Rutgers, The State University of New Jersey, New Jersey.

- Ioannides, D. e Debbage, K. G. (Eds.). (1998). *The economic geography of the tourist industry: A supply-side analysis*. New York: Routledge.
- IPAC. (2009). *A função acreditação*. Instituto Português de Acreditação. Disponível a 02-01-2012, em www.ipac.pt/ipac/funcao.asp 309.
- IQF. (2005). *O turismo em Portugal: Evolução das qualificações e diagnóstico das necessidades de formação*. Lisboa: IQF - Instituto para a Qualidade na Formação.
- ISMERI Europa. (2011). *Factores de crescimento nas Regiões Ultraperiféricas*. Bruxelas: União Europeia.
- ISO. (2011). *ISO 26000 – Social responsibility: Discovering ISO 26000*. International Organization for Standardization. Disponível a 28-03-2012, em www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr_discovering_iso26000.htm440.
- IUCN. (2011). *IUCN Red List of Threatened Species*. International Union for Conservation of Nature. Disponível a 12-12-2011, em www.iucnredlist.org284.
- IUCN, UNEP e WWF. (1980). *World Conservation Strategy: Living Resource Conservation for Sustainable Development*. Gland: International Union for Conservation of Nature.
- Jamal, T. B., Everett, J. e Dann, G. M. S. (2003). Ecological rationalization and performative resistance in natural area destinations. *Tourist Studies*, 3(2), 143-169.
- Jankee, C. K. (2006). Financial globalisation and economic resilience in Mauritius. Em L. Briguglio, G. Cordina e E. J. Kisanga (Eds.), *Building the economic resilience of small states* (pp. 97-112). Malta: University of Malta & Commonwealth Secretariat.
- Janssen, H., Kiers, M. e Nijkamp, P. (1995). Private and public development strategies for sustainable tourism development of island economies. Em H. Coccossis e P. Nijkamp (Eds.), *Sustainable tourism development* (pp. 65-84). Aldershot: Avebury.
- Jayawardena, C. e Ramajeasingh, D. (2003). Performance of tourism analysis: A caribbean perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(3), 176-179.
- Jemala, M. (2012). *Nature of foresight planning: Systemic and simplified concept of new forming planning discipline*: LAP LAMBERT Academic Publishing
- Joaquim, M. G. (2012). *Os viajantes e o turismo: Narrativas, modos de vida e representações sociais*. Tese de Doutoramento, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Jordan, D. e Roland, M. (1999). An examination of differences between academics and practitioners in frequency of reading research and attitudes toward research. *Journal of Leisure Research*, 31(2), 166–170.
- Kalahari Management Inc., New World Expeditions e Pam Wight and Associates. (2001). *Tourism opportunity analysis: Adventure/extreme adventure tourism in the Grande Cache Region*. Alberta Economic Development.
- Kallgard, A. (2004). *Counting and classifying the islands of Sweden*. Comunicação apresentada Islands of the World VIII International Conference. in Changing Islands – Changing Worlds, 1-7 November 2004, Kinmen Island (Quemoy), Taiwan.
- Kastenholz, E. (2002). *The role and marketing implications of destination images on tourism behavior: The case of Northern Portugal*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Kastenholz, E. (2003). A gestão da procura turística como instrumento estratégico no desenvolvimento de destinos rurais. Em O. Simões e A. Cristóvão (Eds.), *Turismo em espaços rurais e naturais* (pp. 203-216). Coimbra: Edições IPC.

- Kerala Tourism e ICRT. (2008). The Kerala Declaration on Responsible Tourism in Destinations: 2nd International Conference on Responsible Tourism in Destinations. Kerala Tourism e ICRT - International Centre for Responsible Tourism. Disponível em www.responsibletourism2008.org/keraladeclaration.php.
- King, R. (1993). The geographical fascination of islands. Em D. G. Lockhart, D. Drakakis-Smith e J. Schembri (Eds.), *The development process in small island states* (pp. 13-37). London: Routledge.
- Ko, T. G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: A conceptual approach. *Tourism Management*, 26(3), 431-445.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. e Wong, V. (1999). *Principles of marketing* (2^a ed.). London: Prentice Hall Europe.
- Krippendorf, J. (1987). *The holiday makers: Understanding the impact of leisure and travel*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Krippendorf, J. (2001). *Sociologia do turismo: Para uma nova compreensão do lazer e das viagens* (2^a ed.). São Paulo: Aleph.
- Kuhn, T. S. (1962). *The structure of scientific revolutions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kuo, I.-L. (2002). The effectiveness of environmental interpretation at resource-sensitive tourism destinations. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 87-101.
- Laarman, J. G. e Durst, P. B. (1987). Nature travel in the tropics. *Journal of Forestry*, 85(5), 43-46.
- Lago, A. (2006). *Estocolmo, Rio, Joanesburgo - O Brasil e as três conferências ambientais das Nações Unidas*. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão.
- Lajarge, R. (1999). Patrimoine et légitimité des territoires. De la construction d'un autre espace et d'un autre temps commun. Em F. Gerbaux (Ed.), *Utopie pour le territoire: Cohérence ou complexité?* (pp. 79-100): La Tour d'Aigues: Éditions de l'Aube.
- Lang, C. T. e O'Leary, J. T. (1997). Motivation, participation, and preference: A multisegmentation approach of the Australian nature travel market. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 6(3-4), 159-180.
- Laranjo, J. M. (2011). *A Gestão do turismo de natureza na rede nacional de áreas protegidas: A Carta de Desporto de Natureza do Parque Natural de Sintra-Cascais*. Dissertação de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa, Lisboa.
- Lei n.º 2/2009, de 12 de janeiro. Estatuto Político-Administrativo da Região Autónoma dos Açores *Diário da República n.º 7 - 1ª série*. Lisboa.
- Leidner, R. (2004). *The european tourism industry. A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy*. Luxembourg: European Commission.
- Leigh, J. (2011). New tourism in a new society arises from "peak oil". *Tourismos: An international multidisciplinary journal of tourism* 6(1), 165-191.
- Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourism industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Leiper, N. (2004). *Tourism management* (3^a ed.). French Forest: Pearson Education Australia.
- Lewis, A. (2005). Rationalising a tourism curriculum for sustainable tourism development in small island states: A stakeholder perspective. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 4(2), 4-15.
- Lewis, C. (1996). *Managing conflicts in protected areas*. Gland e Cambridge: IUCN.

- Lima, S. e Partidário, M. R. (2002). *Novos turistas e a procura da sustentabilidade - Um novo segmento de mercado turístico*. Lisboa: GEPE - Ministério da Economia
- Lindberg, K. (1991). *Policies for maximizing nature tourism's ecological and economic benefits*. International Conservation Financing Project Working Paper (pp. 1-37), Washington, D.C.: World Resources Institute.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. e Rodrigues, J. V. (Eds.). (2008). *Mercator XXI - Teoria e prática do marketing* (11^a ed.). Lisboa: Dom Quixote.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- Llewellyn, O. (2010). The WCPA regional action plan and project proposal for North Africa and the Middle East. *Parks - The International Journal for Protected Area Managers*, 10(1), 2-10.
- Lombard, N. e Labescat, G. (2010). Les îles, laboratoires du tourisme durable. *Espaces Tourisme & Loisirs*, 278, 8-37.
- Lowenthal, D. (2007). Islands, lovers and others. *Geographical Review*, 2(97), 202-229.
- Lowyck, E., Van Langenhove, L. e Bollaert, L. (1992). Typologies of tourist roles. Em P. Johnson e B. Thomas (Eds.), *Choice and Demand in Tourism* (pp. 13-32). London: Mansell Publishing Limited.
- Lysikova, O. (2012). Fashions in tourism: The views of Russian tourists and experts. Em K. Hyde, C. Ryan e A. Woodside (Eds.), *Field Guide to Case Study Research in Tourism, Hospitality and Leisure* (Vol. 6, pp. 195-204): Emerald Group Publishing Limited.
- MacCannell, D. (2007). Anthropology for all the wrong reasons. Em D. Nash (Ed.), *The study of tourism: Anthropological and sociological beginnings* (pp. 137-153). Oxford: Elsevier.
- Macouin, D. e Pierre, I. (2003). *Le tourisme de nature*. Nantes: AFIT.
- Magretta, J. (2011). *Understanding Michael Porter: The essential guide to competition and strategy*. Boston: Harvard Business Press Books.
- Manning, R. E. (1986). *Studies in outdoor recreation: A review and synthesis of the social science literature in outdoor recreation*. Corvallis: Oregon State University Press.
- MAOTDR. (2006). *Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território - PNPO*. Lisboa: Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional
- Maroco, J. (2003). *Análise estatística - Com utilização do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- Marques, M. (2005). *Turismo e marketing turístico*. Mem Martins: Edições CETOP.
- Martilla, J. A. e James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. *Journal of Marketing*, 41(1), 13-17.
- Martins, J. F. (2004). Turismo em Ilhas, sustentabilidade e globalização. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1(1), 15-20.
- Matias, S. (2002). Tendências da evolução do Desenvolvimento Humano em Portugal. *Prospectiva e Planeamento*, 8, 47-84.
- McCabe, S. (2005). Who is a tourist? A critical review. *Tourist Studies*, 5(1), 85-106.
- McElroy, J. L. (2003). Tourism development in small islands across the world. *Geografiska Annaler*, 85(4), 231-242.

- McElroy, J. L. (2006). Small island tourist economies across the life cycle. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(1), 61-77.
- Mckercher, B. (1993). Some fundamental truths about tourism: Understanding tourism's social and environmental impacts. *Journal of Sustainable Tourism* 1(1), 6-16.
- Mckercher, B. (2002). *Turismo de natureza: Planejamento e sustentabilidade*. São Paulo: Contexto.
- Meadows, D., Meadows, D., Randers, J. e Behrens III, W. (1972). *The limits to growth*. New York: Universe Books.
- MEE. (2012). Plano Estratégico Nacional do Turismo. PENT: Horizonte 2013-2015. Ministro da Economia e do Emprego. Disponível em www.turismodeportugal.pt/Português/turismodeportugal/destaque/Documents/20130111%20consulta%20publica%20pent.pdf.
- Mehmetoglu, M. (2007). Typologising nature-based tourists by activity - Theoretical and practical implications. *Tourism Management*, 28, 651-660.
- MEI. (2006). *Plano Estratégico Nacional do Turismo. Para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa: Ministério da Economia e Inovação e Turismo de Portugal.
- MEID e TP. (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo. Propostas para Revisão no Horizonte 2015 - Versão 2.0*. Lisboa: Ministério da Economia, Inovação e Desenvolvimento e Turismo de Portugal.
- Middleton, V. C. e Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: A marketing perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Miller, G. (2001). Corporate responsibility in the UK tourism industry. *Tourism Management* 22(6), 589-598.
- Miller, G. e Twining-Ward, L. (2005). *Monitoring for a sustainable tourism transition: The challenge of developing and using indicators*. Wallingford: CABI.
- Ministry of Tourism. (2009). *Tourist activity. Nature-based tourism - New Zealand Ministry of Tourism*.
- Mira, P. S. (2011). *As regiões ultraperiféricas europeias no mercado único: A projecção da UE no mundo*. Bruxelas: Comissão Europeia.
- Moggridge, D. E. (2008). *Harry Johnson: A life in economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Moine, A. (2006). Le territoire comme un système complexe: Un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie. *L'Espace géographique*, 35(2), 115-132.
- Moniz, A. I. (2009). *A Sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: O caso dos Açores*. Ponta Delgada, São Miguel, Região Autónoma dos Açores: Centro de Estudos de Economia aplicada do Atlântico - CEEApIA.
- Moore, K., Cushman, G. e Simmons, D. (1995). Behavioral conceptualization of tourism and leisure. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 67-85.
- Moreira, F. J. (2008). *O turismo e os museus nas estratégias e nas práticas de desenvolvimento territorial*. Tese de Doutoramento, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa.
- Moscardo, G. (2006). Third-age tourism. Em D. Buhalis e C. Costa (Eds.), *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Burlington: Butterworth-Heinemann/Elsevier.
- Murteira, M. (1983). *Lições de economia política do desenvolvimento*. Lisboa: Editorial Presença / Instituto de Ciências Sociais.

- Nanz, P. e Steffek, J. (2004). Global governance, participation and the public sphere. *Government and Opposition*, 39(2), 314-335.
- Nath, S., Roberts, J. L. e Madhoo, Y. N. (Eds.). (2010). *Saving Small Island Developing States: Environmental and natural resource challenges*. London.
- Neal, J. D. (2000). *The effects of different aspects of tourism services on travelers' quality of life: Model validation, refinement, and extension*. Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Blacksburg.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable development: Moving beyond environmental protection. *DESA Discussion Paper N.º 29*, 1-12. Disponível a 04-01-2012, em www.un.org/esa/desa/papers/2003/esa03dp29.pdf.
- Neto, W. J. S. (2006). *Síntese que organiza o olhar: Uma proposta para construção e representação de indicadores de desenvolvimento sustentável e sua aplicação para os municípios fluminenses*. Dissertação de Mestrado, Escola Nacional de Ciências Estatísticas Rio de Janeiro.
- Newsome, D., Moore, S. e Dowling, R. (2002). *Natural area tourism: Ecology, impacts and management*. Clevedon: Channel View Publications.
- Novelli, M. (2005). *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Nunes, P. (2010). *Desporto, turismo e ambiente: O turismo de natureza como pólo de atracção turística complementar ao produto sol & mar na sub-região do Litoral Alentejano*. Tese de Doutoramento, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B. e Graefe, A. R. (2004). Nature-based tourism constraints: A cross-activity comparison. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 540-555.
- O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*(65), 17-37.
- Obenour, W., Lengfelder, J. e Groves, D. (2005). The development of a destination through the image assessment of six geographic markets. *Journal of Vacation Marketing*, 11(2), 107-119.
- OECD. (2001). *Governance in the 21st century*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Oliveira, A. G. (2009). *Bioestatística, epidemiologia e investigação*. Lisboa: Lidel.
- OMT. (1985). *El papel de la animación turística en el desarrollo de las "vacaciones activas" y del "turismo temático" para favorecer el enriquecimiento de la experiencia de las vacaciones*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- OMT. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- OMT. (2002a). *Cumbre Mundial del Ecoturismo: Informe final*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- OMT. (2002b). *Stratégie de développement du tourisme rural*. Madrid: Organisation Mondiale du Tourisme
- OMT. (2003). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Porto Alegre: Bookman.
- OMT. (2005). *Project de livre blanc*. Madrid: Organización Mundial do Turismo.
- OMT. (2008). *Panorama del turismo internacional: Edición 2008*. Organización Mundial do Turismo. Disponível em www.unwto.org/pdf/highlights_s.pdf.
- OMT. (2011). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2011*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

- OMT e COI. (2001). *Actividades deportivas de los alemanes, holandeses y franceses en sus vacaciones al extranjero*. Madrid: Organización Mundial del Turismo y Comité Olímpico Internacional.
- ONU. (2010a). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual, 2008*. Luxemburgo/Madrid/Nova Iorque/Paris: Nações Unidas.
- ONU. (2010b). *Relatório sobre os objetivos de desenvolvimento do milénio 2010*. Lisboa: Instituto de Estudos para o Desenvolvimento.
- ORT. (2008). *A qualidade do destino açores na perspectiva dos turistas. Principais conclusões*. Ponta Delgada: Observatório Regional do Turismo.
- ORT e CEEApIA. (2007). *Inquérito à satisfação do turista nos Açores, Verão de 2007*. Ponta Delgada: Observatório Regional do Turismo e Centre of Applied Economics Studies of the Atlantic
- ORT e CEEApIA. (2008). *Inquérito à satisfação do turista nos Açores. Inverno de 2007-2008*. Ponta Delgada: Observatório Regional do Turismo e Centre of Applied Economics Studies of the Atlantic
- OTL e APL. (2011). *Survey to international cruise passengers. Porto de Lisboa 2011*. Lisboa: Observatório do Turismo de Lisboa e Administração do Porto de Lisboa.
- Page, S. e Connell, J. (2006). *Tourism: A modern synthesis* (2ª ed.). London: Thomson.
- Page, S. e Dowling, R. (2002). *Ecotourism*. Harlow: Prentice Hall.
- Palhares, G. L. (2002). *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph.
- Palmer, G. B. (1996). *Toward a theory of cultural linguistics*. Texas: University of Texas Press.
- Pan, S. e Ryan, C. (2007). Mountain areas and visitor usage – Motivations and determinants of satisfaction: The Case of Pirongia Forest Park, New Zealand. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(3), 288-308.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. e Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Partidário, M. R. (1998). Ambiente e turismo, economia e prospectiva. *Revista do Ministério da Economia*, 4, 79-88.
- Partidário, M. R. (1999). *Introdução ao ordenamento do território*. Lisboa: Universidade Aberta.
- Pattullo, P. (2003). *Last resorts: The cost of tourism in the Caribbean* (3ª ed.). Kingston: Ian Randle Publishers.
- Paz, J. (2012). Albano Cymbron, proprietário da Agência de Viagens Melo: "O problema do turismo açoriano é de falta de repetentes...". *Correio dos Açores*, 5. Disponível a 17-07-2012, em www.correiodosacores.net/index.php?mode=noticia&id=39845.
- Pearce, D. (1988). Tourist time-budgets. *Annals of Tourism Research*, 15(1), 106-121.
- Pearce, D. (1989). *Tourist development* (2 ed.). Harlow: Longman.
- Pearce, D. (1990). *Tourism today: A geographical analysts*. London: Longman.
- Pearce, D. (1995). Alternative tourism: Concepts, classifications, and questions. Em V. L. Smith e W. R. Eadington (Eds.), *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (2ª ed., pp. 15-30). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Pearce, D. e Butler, R. W. (Eds.). (1993). *Tourism research: Critiques and challenges*. London: Routledge.

- Pearce, D., Hamilton, K. e Atkinson, G. (1996). Measurement of sustainable development: Progress on indicators. *Environment and Development Economics*, 1, 85-101.
- Penel, G. (2005). Parcs à thème sportif. De l'utopie à la réalité *Cahiers Espace*, 86 *Parcs de loisirs*, 84-90.
- Pennington-Gray, L. e Kerstetter, D. (2002). Testing a constraints model within the context of nature-based tourism. *Journal of Travel Research*, 40(4), 416-423.
- Péron, F. (2005). Fonctions sociales et dimensions subjectives des espaces insulaires (exemple des îles du Ponant). *Annales de Géographie*, 114(644), 422-436.
- Petrovic, C. H. (2004). *Natural tourism and small business opportunities*. Comunicação apresentada na Islands of the World VIII International Conference in Changing Islands – Changing Worlds, Kinmen Island (Quemoy), Taiwan.
- Pigram, J. J. e Jenkin, J. M. (2006). *Outdoor recreation management* (2ª ed.). New York: Routledge.
- Pizam, A. e Mansfeld, Y. (Eds.). (1999). *Consumer behavior in travel and tourism*. New York: Routledge.
- PNUD. (2004). *Relatório do Desenvolvimento Humano 2004. Liberdade cultural num mundo diversificado*. Lisboa: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.
- PNUD. (2011a). *Relatório do Desenvolvimento Humano 2010 - Síntese. A verdadeira riqueza das Nações: Vias para o desenvolvimento humano*. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.
- PNUD. (2011b). *Relatório do Desenvolvimento Humano de 2011. Sustentabilidade e equidade: Um futuro melhor para todos*. Nova Iorque: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento.
- Poirine, B. (1995). *Les Petits Économies Insulaires: Theorie et Strategies de Developpement*. Paris: L'Harmattan.
- Poon, A. (1993). *Tourism, technology, and competitive strategies*. Wallingford: Cab International.
- Poon, A. (1994). The "new tourism" revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91-92.
- Pröbstl, U., Wirth, V., Elands, B. H. M. e Bell, S. (Eds.). (2010). *Management of recreation and nature based tourism in european forests*. Berlin: Springer.
- Przeclawski, K. (1993). Tourism as the subject of interdisciplinary research. Em D. Pearce e R. Butler (Eds.), *Tourism Research* (pp. 10-20). London: Routledge.
- QualityCoast. (2012). *QualityCoast destination*. Coastal & Marine Union - EUCC. Disponível a 27-01-2013, em www.qualitycoast.info/770.
- Quivy, R. e Campenhoudt, L. V. (1998). *Manual de investigação em Ciências Sociais* (2ª ed.). Lisboa: Gradiva.
- Ramón, D. (2006). Ocupación activa del tiempo de ocio. *HostelTur*, 145, 6-7.
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Cambridge: Harvard University Press.
- Redclift, M. (Ed.). (1987). *Sustainable development. Exploring the contradictions*. London: Routledge.
- Rees, J. (1990). *Natural resources: Allocation, economics and policy*. London: Routledge.
- Rees, W. (1992). Ecological footprints and appropriated carrying capacity: What urban economies leaves out. *Environment and Urbanization*, 4(2), 121-130.

- Regulamento (CE) n.º 1221/2009, de 25 de novembro. Participação voluntária de organizações num sistema comunitário de ecogestão e auditoria - EMAS. Jornal Oficial da União Europeia.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 112/98, de 25 agosto. *Diário da República n.º 195 - I série B*. Presidência do Conselho de Ministros. Lisboa.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 152/2001, de 11 Outubro. *Diário da República n.º 236 - I série B*. Presidência do Conselho de Ministros. Lisboa.
- Ribeiro, O. (1968). *Mediterrâneo. Ambiente e tradição*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Rietbergen, S., Hammond, T., Sayegh, C., Hesselink, F. e Mooney, K. (2007). *Island voices – island choices: Developing strategies for living with rapid ecosystem change in small islands*. Gland: International Union for Conservation of Nature.
- Riggs, F. W. (1984). Development. Em G. Sartori (Ed.), *Social science concepts: A systematic analysis* (pp. 125-203). Beverly Hills: Sage Publications.
- Ritchie, J. B. e Crouch, G. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(2), 1-7.
- Robert, W. (2006). Cruise tourism: A paradigmatic case of globalization. Em R. K. Dowling (Ed.), *Cruise ship tourism*. London: CABI Publishing.
- Robinson, M. e Novelli, M. (2005). Niche tourism: An introduction. Em M. Novelli (Ed.), *Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases* (pp. 1-14). Oxford: Elsevier.
- Rodrigues, A. B. (2001). Geografia do Turismo: Novos desafios. Em L. G. G. Tribo (Ed.), *Turismo. Como aprender, como ensinar*. São Paulo: Senac.
- Rodrigues, V., Nunes, R. C., Dionísio, P., Canhoto, R. e Faria, H. (2009). *b-Mercator*. Alfragide: Dom Quixote.
- Rollins, R., Eagles, P. e Dearden, P. (2009). Tourism, ecotourism, and protected areas. Em P. Dearden e R. Rollins (Eds.), *Parks and protected areas in Canada: Planning and management* (3ª ed., pp. 314-341). Toronto: Oxford University Press.
- Royle, S. A. (2001). *A geography of islands: Small island insularity*. London and New York: Routledge.
- Rozenberg, D. (1991). Tourisme et identités culturelles: Ibiza, une île en Méditerranée. *Cahiers du Tourisme*, 162, 41.
- Ryan, C. (1997). Tourism – A mature subject discipline? *Pacific Tourism Review*, 1(1), 3-5.
- Ryan, C., Hughes, K. e Chirgwin, S. (2000). The gaze, spectacle and ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 27, 148-163.
- Sachs, I. (1990). Desarrollo sustentable, bio-industrialización descentralizada y nuevas configuraciones rural-urbanas. Los casos de India y Brasil. *Pensamiento Iberoamericano*, 46, 235-256.
- Sachs, I. (1995). *À la recherche de nouvelles stratégies de développement enjeux du sommet social*. Paris: UNESCO.
- SAI. (2011). *SA8000 standard*. Social Accountability International. Disponível a 27-12-2011, em www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=937&parentID=479&nodeID=1317.
- Saliba, C. (2007). Financial services and small island jurisdictions. *Bank of Valletta Review*, Spring 2007(35), 39-54.
- Salomon, J.-J., Sagasti, F. e Sachs-Jeantet, C. (1993). Dossiê tecnologia, trabalho e desenvolvimento. Da tradição à modernidade. *Estudos Avançados*, 7, 7-33.

- Salvatti, S. S. (2004). *Turismo responsável: Manual para políticas públicas*. Brasília: World Wildlife Fund - Brasil.
- Samagaio, F. (1999). Desenvolvimento: Uma noção entre o imaginário e a realidade. *Revista da Faculdade de Letras: Sociologia, IX*, 103-142.
- Samuelson, P. A. (1987). *Economia* (5ª ed.). Lisboa: McGraw-Hill
- Sánchez, A. V. e Acosta, R. M. V. (2005). Responsabilidad social corporativa y cooperativismo: Vínculos y potencialidades. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 53*, 241-260.
- Sancho, A. (Ed.). (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Santos, A. C. (2011). *A insularidade e as suas condicionantes económicas. O caso dos pequenos estados insulares em desenvolvimento*. Tese de Doutoramento, Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Santos, G. (2007). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Estudios y perspectivas en turismo, 16*(1), 96-110.
- Sarmiento, E. M. (2008). O turismo enquanto estratégia de desenvolvimento do território no âmbito das pequenas economias insulares. Novas dinâmicas e novas formas de gestão para o sector do turismo ao nível local – O caso da criação de observatórios regionais de turismo. Em C. Cavaco (Ed.), *Turismo, inovação e desenvolvimento – Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território* (pp. 237-254). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Sautter, E. T. e Leisen, B. (1999). Managing stakeholders: A tourism planning model. *Annals of Tourism Research, 26*(2), 312-328.
- Schäfer, H. (2005). *Flora of the Azores - A field guide* (2ª ed.). London: Margraf Publishers.
- Scheyvens, R. e Momsen, J. (2008). Tourism in Small Island States: From vulnerability to strengths. *Journal of Sustainable Tourism, 16*(5), 491-510.
- Scott, D. e Lemieux, C. (2009). *Weather and climate information for tourism*. Comunicação apresentada na World Climate Conference 3, Geneva.
- Seifert, J. (1998). *A Weider Weltanschauung: A wider perspective of Psychology*. Comunicação apresentada no 20th World Congress of Philosophy, Boston. Disponível em www.iap.li/oldversion/site/research/Seifert/Weltanschauung.pdf.
- Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. Em L. Emmerij e J. N. Arco (Eds.), *El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI* (pp. 73-100). Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford: Oxford University Press.
- Server, R. J. e Capó, J. (2011, Outubro 2011). The interrelationship between the demands of Corporate Social Responsibility and co-operative principles and values. *CIRIEC, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 73*, 213-232.
- Sheehan, L. R. e Ritchie, J. B. (2005). Destination stakeholders - Exploring identity and salience. *Annals of Tourism Research, 32*, 711-734.
- Sheldon, P. J. (2005). The challenges to sustainability in island tourism. *School of Travel Industry Management, 1-12*. Disponível a 08-04-2012, em www.tim.hawaii.edu/ctps/Sheldon_Challenges_to_Sustainability.pdf.
- Sidekum, A. (2007). Filosofia e identidade cultural da cara a la globalización. Em A. S. Caldera e J. W. Murphy (Eds.), *La filosofía en la era de la globalización* (Vol. 1, pp. 93-111). Manáguá: Hispamer.

- Silva, A. A. (2006). *Gráficos e mapas. Representação de informação estatística*. Lisboa: LIDEL.
- Silva, F. (2008). *Sistemas de informação geográfica na internet aplicados ao turismo na natureza nos Açores - Projecto ZoomAçores*. Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Estatística e Gestão da Informação - Universidade Nova de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Silva, F., Almeida, M., Toste, J. e Lopes, T. (2011). *Açores - Guia dos agentes de animação turística e operadores marítimo-turísticos*. Angra do Heroísmo: ART - Associação Regional de Turismo.
- Silva, F. e Almeida, M. C. (2011). Plano Estratégico de Animação Turística – Contributos para o desenvolvimento sustentável dos Açores. Em R. Baleiras (Coord.), *Casos de Desenvolvimento Regional* (pp. 169-180). Lisboa: Editora Principia.
- Silva, F., Cabral, P., Lopes, T. e Vidal, Ò. (2013). Promoção do turismo na natureza nos Açores com base em WebSIG – O projeto ZoomAçores. Em M. C. Almeida (Ed.), *Turismo e desporto na natureza* (pp. 69-88). Estoril: ESHTe e Desnível.
- Silva, J. A. (2004). A investigação científica e o turismo. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1(1), 9-14.
- Silva, J. A., Mendes, J. e Guerreiro, M. (2001a). *Construção de indicadores de avaliação da qualidade no turismo*. Lisboa: Direcção Geral do Turismo.
- Silva, J. A., Mendes, J. e Guerreiro, M. (2001b). A qualidade dos destinos turísticos: Dos modelos aos indicadores. *Revista Portuguesa de Gestão*, Jan/Fev/Mar, 65-81.
- Silva, J. S. (2009). *A visão holística do turismo Interno e a sua modelação*. Tese de Doutoramento, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Silva, L., Martins, M., Maciel, G. e Moura, M. (2009). *Flora vascular dos Açores. Prioridades em conservação*. Ponta Delgada: Amigos dos Açores e CCPA.
- Silva, M. (2010). *Modelos de formação em turismo e desporto de natureza: Estudo de caso do canyoning*. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Lisboa.
- Silva, S. S. (2002). Em busca de novos horizontes: Açores, emigração e aculturação nos finais do séc. XIX, inícios do séc. XX. *Arquipélago. História*, 2ª Série - VI, 347-360.
- Silveira, T. (2002). Planeamento territorial e dinâmica local: Bases para o turismo sustentável. Em A. B. Rodrigues (Ed.), *Turismo e desenvolvimento local* (pp. 87-98). São Paulo: Hucitec.
- Simões, J. M. (1996). Territórios do lazer. I Colóquio Internacional de Geografia do Lazer e do Turismo. *Finisterra*, XXXI, 143-146.
- Simões, J. M. (2008). Turismo, ordenamento e sustentabilidade do território: Problemas e desafios. Em C. Cavaco (Ed.), *Turismo, inovação e desenvolvimento – Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território* (pp. 341-393). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Simões, J. M. (2009). *Geografia do lazer e do turismo* (2ª ed.). Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Simões, J. M. e Ferreira, C. C. (Eds.). (2009). *Turismos de nicho. Motivações, produtos, territórios*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Sinclair, M. T. e Sabler, M. J. (Eds.). (1991). *The tourism industry - An international analysis*. Wallingford: CAB International.

- Smith, A. e Stancu, C. (2006). Eco-labels: A short guide for New Zealand producers. *Business & Sustainability Series*. Disponível a 03-02-2012, em www.landcareresearch.co.nz/research/sustainable/soc/business/trade/documents/eco_labels.pdf.
- Smith, S. J. (1998). Tourism as an industry: debates and concepts. Em D. Ioannides e K. G. Debbage (Eds.), *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-side Analysis*. New York: Routledge.
- Smith, S. J. (Ed.). (1990a). *Tourism analysis: A handbook*. New York: Wiley.
- Smith, V. L. (1990b). Alternative/responsible tourism seminar. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 479-480.
- Smith, V. L. e Eadington, W. R. (Eds.). (1995). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism* (2ª ed.). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- SNV. (2009). *The market for responsible tourism products*. Netherlands: SNV Netherlands Development Organisation.
- Soares, P. (2006). *A qualidade total e a excelência na gestão do desporto: Modelo de auto-avaliação da gestão de instalações desportivas*. Tese de Doutoramento, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real.
- Souza, L. H. (2006). *A gestão do turismo nas áreas naturais protegidas do Centro de Portugal*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro.
- Spenceley, A., Relly, P., Keyser, H., Warneant, P., McKenzie, M., Mataboge, A., Norton, P., Mahlangu, S. e Seif, J. (2002). Responsible tourism manual for South Africa. Department for Environmental Affairs and Tourism. Disponível em www.capetown.gov.za/en/tourism/Documents/Responsible%20Tourism/Tourism_RT_Responsible_Tourism_Manual.pdf.
- SRAF. (2007). *PRORURAL - Programa de Desenvolvimento Rural da Região Autónoma dos Açores 2007-2013*. Horta: Secretaria Regional da Agricultura e Florestas - Região Autónoma dos Açores.
- SRAM. (2006). *Perspectivas para a sustentabilidade na Região Autónoma dos Açores*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ambiente. Horta.
- SRAM e DROTRH. (2008a). *PROTA - Plano Regional de Ordenamento do Território para a Região Autónoma dos Açores*. Volume I – Visão e sistemas estruturantes. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar - Direcção Regional do Ordenamento do Território e dos Recursos Hídricos.
- SRAM e DROTRH. (2008b). *PROTA - Plano Regional de Ordenamento do Território para a Região Autónoma dos Açores*. Volume II – Modelo territorial e normas orientadoras. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar - Direcção Regional do Ordenamento do Território e dos Recursos Hídricos.
- SREA. (2001). *Estudo sobre os turistas que visitam os Açores: 2001*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores.
- SREA. (2007a). *Estudo sobre as atitudes dos residentes face ao turismo: 2005*. Ponta Delgada: Serviço Regional de Estatística dos Açores.
- SREA. (2007b). *Estudo sobre os turistas que visitam os Açores: 2005-2006*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores.
- SREA. (2012a). *Destaque: Estatísticas do emprego, 2º trimestre de 2012*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores.

- SREA. (2012b). Principais resultados provisórios dos censos 2011 – Açores. Serviço Regional de Estatística dos Açores. Disponível a 20/09/2012, em http://estatistica.azores.gov.pt/Conteudos/Relatorios/lista_relatorios.aspx?idc=29&idsc=2849&lang_id=1).
- SREA. (2013). *Áreas estatísticas*. Serviço Regional de Estatística dos Açores. Disponível a 22-01-2013, em <http://estatistica.azores.gov.pt/566>.
- SREA, ISTAC e DREM. (2008). *Contas Satélite do Turismo da Macaronésia 2001/2002*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores.
- Stanford, D. (2006). *Responsible tourism, responsible tourists: What makes a responsible tourist in New Zealand?* Tese de Doutoramento, Victoria University of Wellington, Wellington.
- Stankey, G. H., Cole, D. N., Lucas, R. C., Petersen, M. E. e Frissell, S. S. (1985). *The Limits of Acceptable Change (LAC): System for wilderness planning*. Ogden: United States Department of Agriculture.
- Starke, L. e Mastny, L. (Eds.). (2010). *2010 State of the world: Transforming cultures, from consumerism to sustainability*. New York, London: The Worldwatch Institute.
- Statistics Sweden. (2009). *Coast, shores and islands in Sweden 2008: More than one thousand islands with a permanent population*. Press release from Statistics Sweden. Disponível a 16-04-2012, em www.scb.se/Pages/PressRelease_____275646.aspx466.
- Stiglitz, J. E. (1998). *Towards a new paradigm for development*. Comunicação apresentada na United Nations Conference on Trade and Development. 9th Raúl Prebisch Lecture, Geneva. Disponível em www.unctad.org/en/docs/prebisch9th.en.pdf.
- Strange, S. (1988). *States and markets: An introduction to international political economy*. New York: Basil Blackwell.
- Stronza, A. e Durham, W. H. (Eds.). (2008). *Ecotourism and conservation in the Americas*. Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.
- Sung, H., Morrison, A. e O'Leary, J. (2000). Segmenting the adventure travel market by activities: From the North American Industry provider's perspective. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 9(4), 1-20.
- Svedin, U. (1989). *The challenge of sustainability. The search for a dynamic relationship between ecosystemic, social and economic factors*. Comunicação apresentada no workshop Ecological Sustainability of Regional Development, Vilnius, Lithuania.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford: CAB International.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. e Pomfret, G. (2003). *Adventure tourism. The new frontier*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Swarbrooke, J. e Horner, S. (2007). *Consumer behaviour in tourism* (2ª ed.). The Netherlands: Elsevier Ltd.
- Swyngedouw, E. (2004). Globalisation or 'Glocalisation'? Networks, territories and rescaling. *Cambridge Review of International Affairs*, 17(1), 25-48.
- Tavares, L., Mateus, A. e Cabral, F. (Eds.). (2003). *Reformar Portugal: 17 estratégias de mudança* (6ª ed.). Lisboa: Oficina do Livro.
- Telfer, D. J. (2002a). The evolution of tourism and development theory. Em R. Sharpley e D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 35-80). Clevedon: Channel View

- Telfer, D. J. (2002b). Tourism and regional development issues. Em R. Sharpley e D. J. Telfer (Eds.), *Tourism and development: Concepts and issues* (pp. 112-148). Clevedon: Channel View.
- Terrasson, F. (2007). *La peur de la nature: Au plus profond de notre inconscient, les vraies causes de la destruction de la nature* (3^a ed.). Paris: Sang de la Terre.
- THR. (2006a). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal - Turismo de natureza*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- THR. (2006b). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal - Turismo de negócios*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- THR. (2006c). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal - Turismo náutico*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- TIES. (2007). *The International Ecotourism Society*. Disponível a 05-11-2007, em www.ecotourism.org152.
- Timothy, D. J. (1998). Cooperative tourism planning in a developing destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 6(1), 52-68.
- Tkaczynski, A. (2009). *Destination segmentation: a recommended two-step approach*. PhD, University of Southern Queensland, Queensland.
- Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S. e Beaumont, N. (2009). Segmentation: A tourism stakeholder view. *Tourism Management*, 30(1), 169-175.
- TNS. (2008). *Scottish Recreation Survey: Annual summary report 2006*. (Report n.º 295). Inverness: Scottish Natural Heritage Commissioned.
- Tocquer, G. e Zins, M. (2004). *Marketing do turismo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Tourism Australia. (2009). Nature tourism fact sheet - Year ending June 2009. Disponível a 06-11-2012, em www.ret.gov.au/tourism/Documents/tra/Snapshots%20and%20Factsheets/Nature_factsheet_FINAL.pdf.
- Tourism New South Wales. (2004). *Our natural treasures. A shared vision for NSW*. Sydney: Tourism New South Wales.
- Tourism New South Wales. (n.d.). *Defining 'nature tourism'*. Sydney: Tourism New South Wales.
- Tourism Victoria. (2008). *Victoria's nature-based tourism strategy*. Victoria: Tourism Victoria, State Government of Victoria.
- Tourism Victoria. (2009). *Backpacker tourism action plan 2009–2013*. Melbourne: Victorian Government.
- Tourtellot, J. (2007). The world's most appealing destinations islands. *National Geographic Traveler*, November - December 2007, 108-127.
- TP. (2010). *Estudo satisfação de turistas*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- TP. (2011). *Estudo satisfação de turistas 2011*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.
- TP. (2012). *Consulta ao registo - Agentes de Animação Turística. Registo Nacional de Agentes de Animação Turística (RNAAT)*. Turismo de Portugal. Disponível a 21-11-2012, em <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNAAT/ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&FiltroVisivel=True187>.
- Tribe, J. (2003). *Economia do lazer e do turismo*. São Paulo: Editora Manole.
- TRTP. (2012). *Cape Town Declaration: Conference on Responsible Tourism in Destinations - 2002*. The Responsible Tourism Partnership. Disponível a 28-03-2012, em www.responsibletourismpartnership.org/CapeTown.html438.

- UCPT. (2005). *Turismo, documento de trabalho n.º 12*. Lisboa: Unidade de Coordenação do Plano Tecnológico.
- UN-DESA. (2010). *Trends in sustainable development small island developing states*. New York: United Nations.
- UN-OHRLLS. (2011). *Small island developing states - Small islands big(ger) takes*. New York: United Nations - Office of the High Representative for the Least Developed Countries, Landlocked Developing Countries and Small Island Developing States.
- UN-OHRLLS. (2012). *About UN-OHRLLS*. UN-OHRLLS. Disponível a 17-04-2012, em www.un.org/ohrls/472.
- UN. (1992). *Agenda 21: Earth Summit - The United Nations Programme of Action from Rio*. New York: United Nations.
- UN. (2005). *Small Island Developing States*. UN Department of Economic and Social Affairs. Division for Sustainable Development. Disponível a 13-01-2012, em www.un.org/esa/sustdev/sids/sidsdecs.htm#two360.
- UN. (2008). *International recommendations for tourism statistics 2008*. New York: United Nations.
- UN. (2010a). *Five-year review of the Mauritius Strategy for the further implementation of the programme of action for the sustainable development of small Island developing states*. New York: United Nations.
- UN. (2010b). *Versões consolidadas do Tratado da União Europeia e do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia*. 53º ano. Luxemburgo: Jornal Oficial da União Europeia.
- UN. (2011). *United Nations Millennium Campaign*. Disponível a 26-12-2011, em www.endpoverty2015.org/306.
- UNCSD. (1999). *Sustainable tourism: A non-governmental organization perspective*. New York: United Nations Commission on Sustainable Development.
- UNDP. (1990). *Human Development Report 1990* (United Nations Development Programme ed.). New York: Oxford University Press.
- UNEP. (2011a). *Towards a green economy: Pathways to sustainable development and poverty eradication*. United Nations Environment Programme.
- UNEP. (2011b). *United Nations Environment Programme*. Disponível a 26-12-2011, em www.unep.org/geo/308.
- UNESCO. (2001). *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural*. Comissão Nacional da UNESCO - Portugal. Disponível a 20-02-2012, em http://www.unesco.pt/cgi-bin/cultura/docs/cul_doc.php?idd=15760.
- UNESCO. (2002). *Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural* Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- UNOPS. (2009). *A guide to environmental labels - for procurement practitioners of the United Nations System*. United Nations Office for Project Services.
- UNWTO. (2005). *Concepts, definitions, and classifications for tourism statistics: A technical manual*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2011a). *International recommendations for tourism statistics 2008. Draft compilation guide*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2011b). *Tourism Highlights. 2011 Edition*. Disponível a 09-07-2011, em <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11enhr.pdf>.

- UNWTO. (2012). Tourism Highlights. 2012 Edition. Disponível a 02-01-2013, em <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>.
- Uriely, N. (2005). The tourist experience: Conceptual developments. *Annals of Tourism Research*, 31(1).
- Urry, J. (2002). *The tourist gaze* (2ª ed.). London: SAGE Publications
- Valentine, P. (1992). Review: Nature-based tourism. Em M. Hall e B. Weiler (Eds.), *Special interest tourism* (pp. 105-127). London: Belhaven Press.
- Vargha, A. e Delaney, H. D. (1998). The Kruskal-Wallis test and stochastic homogeneity. *Journal of Educational and Behavioral* 23(2), 170-192.
- Vieira, J. M. (2007). *Planeamento e ordenamento territorial do turismo: Uma perspectiva estratégica*. Lisboa e São Paulo: Verbo.
- Villalobos-Céspedes, D., Galdeano-Gómez, E. e Tolón-Becerra, A. (2012). International demand for nature-based tourism in Costa Rica. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 7(1), 269-287.
- Waichman, P. A. (2004). A respeito dos enfoques em recreação. *Revista da Educação Física*, 15, 22-31.
- Waitt, G., Lane, R. e Head, L. (2003). The boundaries of nature tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 523-545.
- Warren, L. (2006). Os parques em debate. *National Geographic Portugal*, 6, 28-45.
- WCED. (1987). *Our Common Future (Brundtland Commission)*. Oxford: Oxford University Press.
- WCST. (1995). Carta para o Turismo Sustentável. *Journal of Sustainable Tourism*, 3(3), 173-174.
- Weaver, D. (2001). *Ecotourism*. Milton: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D., Faulkner, B. e Lawton, L. (1999). *Nature-based tourism in Australia and beyond: A preliminary investigation*. Cooperative Research Centre for Sustainable Tourism (CRCST).
- Weaver, D. e Oppermann, M. (2000). *Tourism management*. Milton: John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Weber, K. (2001). Outdoor adventure recreation. A review of research approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.
- Wei, M. (2011). A research on tourism service quality: Measurement and evaluation. Em S. Lin e X. Huang (Eds.), *Advances in computer science, environment, ecoinformatics, and education. Part II*: Springer Berlin Heidelberg.
- Wheeler, B. (1991). Tourism's troubled times: Responsible tourism is not the answer. *Tourism Management*, 12(2), 91-96.
- Wolfe, M. (1996). *Elusive Development*. London: Zed Books.
- Wood, M. E. (2002). *Ecotourism: Principles, practices & policies for sustainability*. Paris: United Nations Environment Programme.
- World Bank. (2010). World Development Indicators Database. World Bank. Disponível a 18/05/2010, em <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do>.
- Worldwatch Institute. (2010). *State of the world 2010: Transforming cultures from consumerism to sustainability*. New York e London: W. W. Norton & Company.

- WRI. (2010). *2010 Global Ecolabel Monitor: Towards transparency*. Vancouver: World Resources Institute.
- WTO. (1993). *Sustainable tourism development: Guide for local planners*. Madrid: World Tourism Organization
- WTO. (1998). *Guide for local authorities on developing sustainable tourism*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTO. (1999a). *Tourism 2020 Vision, Executive Summary World (Vol. 1)*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTO. (1999b). *World Tourism Organisation Global Code of Ethics for Tourism*. World Tourism Organisation. Disponível em www.unep.org/bpsp/Tourism/WTO%20Code%20of%20Conduct.pdf.
- WTO. (2001a). *Tourism 2020 vision, Europe (Vol. 4)*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTO. (2001b). *Tourism 2020 vision, global forecast and profiles of market segments (Vol. 7)*. Madrid: World Tourism Organization.
- WTO. (2003). *Worldwide cruise ship activity*. Madrid: World Tourism Organisation.
- WTO. (2007). *Tourism Market Trends, 2006 Edition*. Disponível a 24-10-2007, em www.unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf157.
- Xiao, H. e Smith, S. L. J. (2006). The maturation of tourism research: Evidence from a content analysis. *Tourism Analysis*, 10(4), 335-348.
- Yale University. (2011). *Environmental Performance Index 2010*. Yale Center for Environmental Law & Policy, Yale University. Disponível a 10-12-2011, em <http://epi.yale.edu/275>.
- Zahra, A. (2011). Rethinking regional tourism governance: The principle of subsidiarity. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 535-552.
- Zaoual, H. (2008). Do turismo de massa ao turismo situado: Quais as transições. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(2), 1-14.

ANEXOS

ANEXO 1 – QUESTIONÁRIO AOS STAKEHOLDERS DO TURISMO DOS AÇORES

Instituto de Geografia e Ordenamento do Território – UL / Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Questionário

Este questionário visa auscultar a opinião de alguns dos principais grupos de interesse do turismo dos Açores, sobre o desenvolvimento turístico deste destino e, em particular, do turismo com base na natureza, estando inserido num projecto de investigação no âmbito de uma tese de doutoramento com o tema “Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores”. A aplicação do questionário conta com o apoio da Associação Regional de Turismo dos Açores.

A confidencialidade dos dados obtidos é garantida, não sendo divulgada qualquer informação individualizada. Agradecemos desde já a sua colaboração que é de grande importância para o desenvolvimento da investigação nesta área.

Abreviaturas utilizadas: AT - Animação Turística; MT - Marítimo Turística; TN - Turismo na Natureza; RAA - Região Autónoma dos Açores; TER - Turismo em Espaço Rural; ONG - Organização Não-Governamental; PI - Parques Ilha; NS - não sabe, sem opinião.

Assinale a sua opinião ou grau de concordância com uma cruz (X) ou preencha os espaços de resposta.

I - Dados gerais

- 1 - Residência: S. Maria S. Miguel Terceira S. Jorge Graciosa Pico Faial Corvo Flores Outro
- 2 - Em qual dos seguintes grupos se insere (apenas 1): Empresa de AT ou MT Agência de viagens Estab. Hoteleiro TER Guia de montanha Guia-intérprete Associação ou ONG Investigador ou especialista Entidade do Gov. Regional Poder local
- 3 - Principal cargo ou função que exerce nessa entidade?
- 4 - Exerce profissão no sector do turismo ou hotelaria? Sim, como actividade principal Sim, mas não é a principal Não
- 5 - Habilitações literárias? Ensino básico Ensino secundário Licenciatura Mestrado ou Doutoramento
- 6 - Tem formação específica na área do turismo ou hotelaria? Sim Não

II - Potencialidades, oferta, produtos e desenvolvimento turístico da região

- 7 - Na sua opinião o turismo na RAA encontra-se actualmente numa fase de:
Declínio Estagnação Crescimento moderado Crescimento acentuado

8 - Potencial de desenvolvimento turístico a médio prazo (5 a 10 anos)

(1-muito baixo, 2-baixo, 3-médio, 4 elevado, 5-muito elevado)

	1	2	3	4	5	NS
Região (RAA)						
Santa Maria						
São Miguel						
Terceira						
São Jorge						
Graciosa						
Pico						
Faial						
Corvo						
Flores						

10 - Satisfação com os seguintes aspectos associados ao turismo

na RAA (1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito)

	1	2	3	4	5	NS
Qualidade dos serviços de alojamento						
Preço dos serviços de alojamento						
Qualidade dos serviços de restauração						
Preço dos serviços de restauração						
Diversidade dos serviços de AT e MT						
Qualidade dos serviços de AT e MT						
Preço dos serviços de AT e MT						
Serviços das agências de viagens						
Recursos culturais (museus, monumentos...)						
Oferta de equipamentos turísticos						
Oferta de animação cultural e eventos						
Oferta de animação nocturna						
Qualificação dos recursos humanos						
Promoção institucional da RAA						
Serviços de informação turística						
Informação turística disponível						
Sinalização turística						
Sistemas de incentivo ao sector						
Regulamentação e legislação do sector						
Política e gestão turística						
Grau de cooperação intersectorial						
Competitividade do sector						
Procura turística ao longo do ano (sazonalidade)						
Utilização das novas tecnologias						
Relação qualidade / preço dos serviços						
Monitorização da actividade turística						

9 - Potencial de desenvolvimento dos produtos turísticos na RAA

(1-muito baixo, 2-baixo, 3-médio, 4 elevado, 5-muito elevado)

	1	2	3	4	5	NS
City Break (estadias de curta duração)						
Cruzeiros						
Golfe						
Gastronomia e vinhos						
Saúde e bem-estar						
Sol e mar						
Turismo cultural						
Turismo de negócios e congressos						
Turismo na natureza						
Turismo náutico (excluindo cruzeiros)						
Turismo religioso						
Turismo residencial e resorts						
Touring (circuitos turísticos) cultural e paisagístico						
Outra, qual: <input type="text"/>						

11 - Indique a sua opinião em relação a cada uma das seguintes afirmações

(1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente)	1	2	3	4	5	NS
O turismo é uma actividade importante para o desenvolvimento da RAA						
O turismo é uma das actividades da RAA com maior potencial de crescimento nos próximos 10 anos						
O turismo tem contribuído para o desenvolvimento local e para a melhoria da qualidade de vida das populações						
O turismo tem contribuído para aumentar e melhorar as infraestruturas e equipamentos disponíveis para a população						
O desenvolvimento turístico na região tem sido canalizado para todas as ilhas e contribuído para a coesão territorial						
O modelo de desenvolvimento turístico da RAA definido nos diversos instrumentos de planeamento da região (em particular no Plano de Ordenamento Turístico da RAA - POTRAA) é bastante adequado						
As entidades responsáveis pela gestão turística na região têm vindo a implementar o modelo definido no POTRAA						
O desenvolvimento do turismo na RAA deve privilegiar a garantia da sustentabilidade ao nível ambiental, sócio-cultural e económico						
O modelo de desenvolvimento turístico para a RAA deve ser integrado e estritamente interligado com os outros ambientes (social, cultural, económico) e sectores de actividade (agricultura, transportes, etc.)						
A gestão do turismo da RAA tem sido muito adequada para proporcionar o desenvolvimento sustentado da região						
Verifica-se uma boa integração dos empresários nos processos de decisão sobre o turismo						
As populações participam nos processos de decisão relacionados com o desenvolvimento local						
Os impactos negativos associados ao desenvolvimento turístico da região têm sido insignificantes						
A RAA salienta-se pela qualidade dos seus serviços turísticos						
A RAA destaca-se pelo elevado valor que proporciona aos visitantes em termos de experiências e emoções						
A RAA é actualmente um destino turístico competitivo à escala internacional						
A RAA é um destino com grande potencial para melhorar a sua competitividade internacional						
O investimento turístico na RAA está a ser direccionado para os seus produtos e mercados estratégicos						
A RAA deve reforçar significativamente o investimento no turismo						
A RAA deve promover o desenvolvimento turístico essencialmente nas ilhas com maior potencial turístico						

12 - Satisfação com as acessibilidades na região e com o exterior

(1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito)	1	2	3	4	5	NS
Ligações aéreas com o exterior						
Custo dos voos para o exterior						
Ligações aéreas inter-ilhas						
Custo dos voos inter-ilhas						
Ligações marítimas inter-ilhas						
Custo das viagens marítimas inter-ilhas						
Coordenação entre os tipos de transporte						
Infraestruturas portuárias e marítimas						
Infraestruturas rodoviárias						
Serviços de <i>rent-a-car</i>						
Transportes públicos						

13 - Satisfação com o contributo das seguintes entidades e organizações para o desenvolvimento do turismo na RAA

(1-muito insatisfeito, 2-insatisfeito, 3-nem satisfeito nem insatisfeito, 4-satisfeito, 5-muito satisfeito)	1	2	3	4	5	NS
Governo Nacional						
Governo Regional						
Direcção Regional de Turismo						
Poder local						
Associação de Turismo dos Açores						
Associações e grupos de cidadãos						
Empresas de serviços turísticos						

14 - Grau de importância da implementação das seguintes iniciativas no sector do turismo na RAA

(1-nada importante, 3-médio, 5-muito importante)	1	2	3	4	5	NS
Código de conduta e de boas práticas						
Sistema de gestão da qualidade						
Sistema de gestão ambiental						
Selo de qualidade e gestão ambiental						
Reforço do envolvimento da população local e dos agentes de turismo nos processos de decisão						
Incrementar o turismo interno (inter-ilhas)						
Aposta na promoção via Internet						
Melhoria da informação turística						
Aposta na inovação						
Apoio ao empreendedorismo local						
Melhoria das acessibilidades						

15 - Indique os 3 principais pontos fortes do destino Açores

.....

.....

.....

16 - Indique os 3 principais pontos fracos do destino Açores

.....

.....

.....

III – Turismo na natureza

O turismo na natureza apresenta aqui um âmbito alargado, integrando também parte do turismo náutico directamente associado à contemplação e interpretação da natureza (passeios de barco, observação de cetáceos, etc.) e às actividades desportivas (mergulho, pesca turística, surf, etc.).

Dos seguintes segmentos de mercado associados ao turismo na natureza indique:

17 - Estado da oferta actual na RAA

(1-muito baixo, 3-médio, 5-muito elevado)

	1	2	3	4	5	NS
Alojamento em espaço natural						
Ecoturismo e interpretação ambiental						
Descansar e relaxar na natureza						
Caça e pesca turística						
Observação de fauna marinha e terrestre						
Saúde e bem-estar na natureza						
Touring paisagístico (circuitos turísticos)						
Turismo e desporto de aventura						
Turismo de experiências na natureza						

18 - Potencialidades de desenvolvimento na RAA

(1-muito baixo, 3-médio, 5-muito elevado)

	1	2	3	4	5	NS
Alojamento em espaço natural						
Ecoturismo e interpretação ambiental						
Descansar e relaxar na natureza						
Caça e pesca turística						
Observação de fauna marinha e terrestre						
Saúde e bem-estar na natureza						
Touring paisagístico (circuitos turísticos)						
Turismo e desporto de aventura						
Turismo de experiências na natureza						

19 - Indique a sua opinião em relação a cada uma das seguintes afirmações

(1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	NS
O turismo na natureza (TN) é o produto com maior potencial turístico na RAA						
O TN deve assumir a centralidade e ser a imagem de marca do turismo da RAA						
A RAA não está a explorar devidamente o potencial que têm associado ao turismo na natureza						
Os serviços de socorro e de saúde são adequados e eficazes						
A legislação ambiental na RAA é adequada						
A legislação ambiental na RAA está devidamente articulada com a do sector do turismo						
A RAA tem uma boa rede de áreas protegidas						
A gestão ambiental, em particular das áreas protegidas, é bastante adequada						
O grau de tecnologia, know how e experiência na gestão de actividades do turismo na natureza são elevados						
A oferta de serviços associados ao turismo na natureza na RAA ainda se encontra pouco organizada						
Na RAA existe uma ampla e variada oferta de rotas e itinerários adequados aos diversos nichos de turistas						
A rede actual de trilhos sinalizados e homologados na região apresenta uma grande diversidade e qualidade						
A RAA tem no TN o principal factor de diferenciação das outras regiões do país						

20 - Indique a sua opinião em relação a cada uma das seguintes medidas para promover o desenvolvimento do TN

(1-discordo totalmente, 2-discordo, 3-nem concordo nem discordo, 4-concordo, 5-concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	NS
O acesso às áreas protegidas deve ser condicionado ao cumprimento de regras de boas práticas						
O acesso às áreas protegidas deve ser condicionado a autorização prévia pelas entidades gestoras dos PI						
Deve proceder-se à monitorização da actividade turística nas áreas protegidas						
É indispensável garantir um serviço de vigilância das áreas protegidas						
Devem ser definidas capacidades de carga para cada área protegida e por actividades						
É indispensável promover um maior envolvimento da população e das empresas na gestão ambiental						
Deve ser promovida a cooperação intersectorial e a oferta integrada de produtos de TN						
É fundamental criar mais reservas marinhas onde se possam realizar actividades de baixo impacte ambiental						
A RAA deve promover uma rede de trilhos de Grandes Rotas com um sistema de alojamento integrado						
A RAA deve diversificar a oferta de percursos pedestres, com disponibilização de uma rede de trilhos não sinalizados destinados a empresas e a turistas mais aventureiros						
É fundamental melhorar a informação turística sobre o TN na RAA						
Deve apostar-se na diversificação e sofisticação da oferta direccionada para novos segmentos da procura						
É importante desenvolver e promover a oferta de experiências associadas ao turismo na natureza						
A RAA deve desenvolver um portal na Internet com informação direccionada para o TN						
Deve ser desenvolvido um plano de marketing com grande ênfase no turismo na natureza e na sustentabilidade						
A RAA deve desenvolver um serviço de informação meteorológica de qualidade para a região						
Deve ser reforçada a aposta na formação e qualificação dos técnicos de TN						

Caso não represente o grupo das empresas de AT e MT o questionário termina aqui. Obrigado pela sua colaboração. Para qualquer esclarecimento adicional contacte Francisco Silva via e-mail: francisco.silva@eshte.pt

IV - Parte do questionário a preencher apenas pelos responsáveis das empresas de AT e MT

21 - Nome da entidade: _____ 22 - Ano início actividade _____

23 - Nome comercial: _____ 24 - Outro nome/marca: _____

25 - Tipo de registo: AT MT Observação de cetáceos Mergulho (IDP) Outro/qual _____

26 - Personalidade jurídica da empresa: Emp. Nome Individual Societ. Quotas Outra/qual _____

27 - Estrutura (origem) do capital: % do capital da região _____ % do capital nacional _____ % do capital internacional _____

28 - Nº de trabalhadores: Tempo Integral Tempo parcial Colaboradores esporádicos _____

29 - Nº de embarcações: Até 12 passageiros Mais de 12 passageiros À vela A gasolina A gasóleo

30 - Mercado: origem dos clientes (em %): Da região _____ Outros nacionais _____ Estrangeiros _____

31 - Captação de clientes (%): Reservas directas antecipadas _____ No local _____ Via outras entidades / agências _____

32 - Canais de promoção utilizados (%): Folhetos _____ Internet _____ Media _____ Outros _____

33 - Ilhas em que oferece serviços (%): Principal _____ Outras _____

34 - Sazonalidade da actividade (de 1 Jun. a 30 Set.): < 40% 40 a 59% 60 a 79% ≥ 80%

35 - Sistemas de incentivo empresarial: Nº de candidaturas apresentadas _____ Nº de candidaturas aprovadas _____

36 - Importância dos apoios financeiros que a empresa usufruiu: Pouco importante Importante Determinante

37 - Concorda com a criação de um registo regional com nº de serviços prestados por actividade e empresa: Sim Não

38 - Oferta de actividades e serviços da empresa

Notas: ¹ Assinale ou , referente a 2011; ² A soma de todas as actividades deve ser 100%; ³ Indique quais as actividades que prevê que a sua empresa passe a oferecer

Actividades / produtos	¹ Que oferece	Ano início	² % oferta (total 100%)	³ A oferecer em 2 anos
Calaque de mar				
Mergulho				
Natação com golfinhos				
Observação de cetáceos				
Passeios turísticos de barco				
Pesca (caça) submarina				
Pesca turística e desportiva				
Surf ou bodyboard				
Taxi marítimo				
Vela de cruzeiro				
Outros serviços náuticos				
Canyoning				
Escalada e rapel				
Espeleologia e espeleísmo				
Golfe				
Golfe rústico				
Observação de aves				
Passeios de bicicleta e BTT				
Passeios a cavalo e de burro				
Percurso pedestres				
Passeios turísticos em VTT				
Passeios em moto4 e kart cross				
Outros percursos turísticos				
Balonismo, parapente e asa delta				
Outras actividades aéreas				
Parques temáticos				
Actividades de animação cultural				
Organização eventos e incentivos				
Outros				

39 - Indique quais os principais tipos de actividades que oferece

Actividades / produtos	¹ Que oferece	² % oferta (total 100%)	³ A oferecer em 2 anos
Circuitos turísticos			
Turismo e desporto de aventura			
Ecoturismo e Interp. ambiental			
Outros			

40 - Parceria com operadores de experiências: Sim Não 41 - Importância dessa parceria: Baixa Média Alta

42 - Importância na implementação na sua empresa de:

(1-nada import., 3-médio, 5-muito import.)

Já impl.	1	2	3	4	5	NS
Códigos de conduta e boas práticas						
Sistema de gestão da qualidade						
Sistema de gestão ambiental						
Selo de qualidade e ambiental						

43 - Principais dificuldades no sector de AT e MT (1-discordo totalmente,

3-nem concordo nem discordo, 5-concordo totalmente)

	1	2	3	4	5	NS
Concorrência desleal						
Demasiada burocracia e legislação desadequada						
Elevada sazonalidade da actividade						
Falta de apoio ao sector						
Fiscalização insuficiente						
Fraca competitividade do sector						
Fraca cooperação entre as empresas do sector						
Infraestruturas de apoio insuficientes						
Instabilidade meteorológica e clima						
Preços dos combustíveis elevados						
Problemas de acessibilidade e insularidade						
Promoção institucional insuficiente						
Recursos humanos pouco qualificados						
Outra: _____						

44 - Utilize o espaço seguinte para referir algo sobre o sector da AT e MT que não tenha apresentado neste inquérito, ou sugerir aspectos e acções que devam ser desenvolvidos ou alterados para melhorar a gestão turística da RAA e a competitividade do sector

Obrigado pela sua colaboração. Francisco Silva - francisco.silva@eshte.pt

ANEXO 2 – CENÁRIOS DE CRESCIMENTO DO TURISMO NA RAA

Atualmente os instrumentos de planeamento adotam uma estratégia prospetiva estabelecendo metas e objetivos de crescimento do turismo. Por sua vez, devido à crescente incerteza nas previsões, alguns instrumentos de planeamento consideram múltiplos cenários, definindo o mais provável, mas desde logo assumindo algum risco e muita incerteza. No quadro 60 apresentam-se as previsões de crescimento do setor à escala mundial, nacional e para a RAA.

Quadro 60| Cenários de crescimento do setor do turismo

Entidade	Período	Dados	TC média anual em %
Cenário para a evolução do turismo à escala mundial			
OMT	2002 - 2020	Turistas internacionais	4,2 a 4,4
		Rendimento global gerado pelo setor	6,7
Cenários para a evolução do turismo nos Açores			
PENT	2006 - 2015	Dormidas de estrangeiros em HT	6,5
		Hóspedes estrangeiros em HT	Crescimento de 80% no período
		Proveitos totais HT	12,0
		Dormidas de origem nacional	3,3
POTRAA	2004 - 2015	Crescimento da oferta de camas durante o período	5,5 a 6,5
		N.º de camas no final do período	15318 a 16136
		Crescimento médio anual da procura	9,2 a 9,7 ¹ ; 12,1 a 12,6 ² ; 8,5 a 9,5 ³
		Estadia média até 2015	4,0

Fonte: OMT, 2001b; PENT, 2006; DLR 38/2008/A

¹ – Cenário A1 - Necessário para manter as taxas de ocupação-cama atuais (41,3%, 2002)

² – Cenário A2 - Necessário para manter as taxas de ocupação-cama ideais (Referência RAM, 56,9%, 2002)

³ – Cenário A3 - Admitido no cenário como hipótese

O cenário presente no PENT, para a RAA assume as seguintes previsões:

- ▶ Taxa de crescimento anual de dormidas de estrangeiros de 6,5%, significando cerca de 12 milhões de dormidas no término do período 2006-2015;
- ▶ Taxa de crescimento de hóspedes estrangeiros de 80%, o que representará uma Taxa de crescimento médio anual de 6,7%;
- ▶ Taxa de crescimento médio anual dos proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros de 12%, o que constitui um acréscimo total de 170%;
- ▶ Taxa de crescimento médio anual das dormidas de origem nacional de 3,3%.

O POTRAA parte de três cenários de desenvolvimento turístico para o território (A, B e C), optando pelo Cenário A como visão estratégica para o horizonte de 2015. Este cenário (A3) considera para o período entre 2008 e 2015 um crescimento anual médio da procura turística entre os 8,5% e os 9,5%. Para o mesmo período assume um acréscimo do número de camas existentes na ordem dos 75% (Consórcio GEOIDEIA *et al.*, 2007; Decreto legislativo regional n.º 38/2008/A, de 11 de agosto).