

**UNIVERSIDADE ABERTA**



**“A PERCEÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* SOBRE O  
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO -  
O CASO DA ILHA DE SÃO MIGUEL”**

**Fabiana Cordeiro Moniz**

Mestrado em Cidadania Ambiental e Participação

Orientação do Prof. Doutor

João Miguel Custódio Ferrão Neto Simão

**2017**

**UNIVERSIDADE ABERTA**

**Fabiana Cordeiro Moniz**

**“A PERCEÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* SOBRE O  
DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO -  
O CASO DA ILHA DE SÃO MIGUEL”**

Dissertação apresentada à Universidade Aberta para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do Grau de Mestre, em Cidadania Ambiental e Participação, realizada sob orientação do Prof. Doutor João Miguel Custódio Ferrão Neto Simão, professor Auxiliar da Universidade Aberta.

**2017**

## **DECLARAÇÃO**

Declaro que esta dissertação é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto e na bibliografia.

A candidata,

---

Ponta Delgada, 09 de setembro de 2017

## **AGRADECIMENTOS**

A elaboração e conclusão deste trabalho de investigação jamais teria sido possível, sem o contributo e a atenção de inúmeras pessoas, que sempre, que lhes foi possível, ajudaram-me, em tudo, o que estava ao seu alcance.

Desta forma, pretendo expressar a minha profunda gratidão, em primeiro lugar ao meu orientador Prof. Doutor João Simão, que sempre se mostrou disponível para me auxiliar em tudo o que necessitasse, ao longo de todo o trabalho. Em segundo lugar, agradeço à minha “chefa” que me incentivou a iniciar este percurso e sempre esteve ao meu lado para o que fosse necessário. E por fim, gostaria de agradecer às pessoas mais importantes da minha vida, ao meu marido e à minha família, por todo o apoio, incentivo e paciência para me aturarem nos momentos de maior desânimo.

## RESUMO

O turismo na Região Autónoma dos Açores (RAA) e em especial na Ilha de São Miguel tem sofrido, nos últimos anos, um aumento muito significativo do setor e com este, o surgimento, inevitável, de impactos a nível económico, sociocultural e ambiental.

Neste contexto, este estudo tem como principal objetivo avaliar e conhecer as perceções dos diferentes *stakeholders*, sobre o desenvolvimento turístico da região, verificando que impactos (positivos e negativos) são identificados para Ilha de São Miguel. Para além da identificação dos impactos percecionados, pretende-se a identificação, segundo o Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos desenvolvido por Ritchie e Crouch, dos principais motores impulsionadores/inibidores da competitividade do destino turístico de São Miguel. E por último, a caracterização do nível de envolvimento e de participação dos *stakeholders* locais, no processo de planeamento turístico da ilha de São Miguel.

No enquadramento teórico são abordadas temáticas e subtemáticas relacionadas com o conceito de Turismo, com os Desafios ao Desenvolvimento Turístico em Espaços Insulares, Impactos Sociais, Económicos e Ambientais, Competitividade de destino turístico e Participação Pública de Stakeholders.

Como metodologia, para alcance destes objetivos, optou-se por entrevista semi-diretiva e análise de conteúdo (anexo II), a uma amostra de *Stakeholders* da ilha de São Miguel, Açores.

**Palavras-chave:** Impactos Sociais, Impactos Económicos, Impactos Ambientais, Turismo; Competitividade, Stakeholders

## **ABSTRACT**

Tourism in the Autonomous Region of the Azores (RAA) and especially in the island of São Miguel has suffered in recent years a very significant increase and with this, the inevitable rise of economic, socio-cultural and environmental impacts.

In this context, the present study aims to evaluate the perceptions of the different stakeholders, regarding the present tourism development of the region through the verification of the perceived impacts (positive and negative) for the São Miguel Island. In addition to the identification of perceived impacts, this analysis also aims to identify, according to the stakeholders' perception, the factors of Tourism Destination Competitiveness for the region based on the Model developed by Ritchie and Crouch, trying to reveal the main driving forces behind the competitiveness of the São Miguel Island tourism destination. And finally, the characterization of the level of involvement and stakeholder participation in the tourism planning process of the island of São Miguel.

The literature review will be focused on themes and sub-themes related to the concept of Tourism; Island Tourism Development Challenges; Social, Economic and Environmental Impacts; Tourism Destination Competitively Drivers and Stakeholders Public Participation.

As a methodology, to reach these objectives, a semi-directive interview and content analysis (Annex II) was chosen to apply to a stakeholders sample from São Miguel Island, Azores.

**Keywords:** Social Impacts, Economic Impacts, Environmental Impacts, Tourism; Competitiveness, Stakeholders

## LISTA DE ACRÓNIMOS

<b>AEP</b>	Associação de Empresários de Portugal
<b>AMP</b>	Áreas Marinhas Protegidas
<b>APIA</b>	Agência para a Promoção do Investimento dos Açores
<b>EURES</b>	Portal Europeu da Mobilidade Profissional
<b>ICNB</b>	Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Estatística
<b>OMT</b>	Organização Mundial do Turismo
<b>ONG</b>	Organização Não Governamental
<b>ONU</b>	Organização das Nações Unidas
<b>OTA</b>	Observatório do Turismo dos Açores
<b>PEMTA</b>	Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores
<b>PENT</b>	Plano Estratégico Nacional do Turismo
<b>POTRAA</b>	Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores
<b>SI</b>	Sistemas de Informação
<b>SNIG</b>	Sistema Nacional de Informação Geográfica
<b>SREA</b>	Serviço Regional de Estatística dos Açores
<b>TN</b>	Turismo de Natureza
<b>UAç</b>	Universidade dos Açores
<b>UNEP</b>	United Nations Environment Programme
<b>UNWTO</b>	World Tourism Organization
<b>WTTC</b>	World Travel & Tourism Council

## ÍNDICE

AGRADECIMENTOS .....	iv
RESUMO .....	v
ABSTRACT .....	vi
LISTA DE ACRÓNIMOS .....	vii
CAPITULO I - INTRODUÇÃO .....	1
CAPITULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	4
2.1. O Turismo e os seus Impactos .....	4
2.1.1. Introdução ao conceito de Turismo .....	4
2.1.2. Turismo em Espaços Insulares .....	6
2.1.3. Os Impactos do Turismo .....	10
2.1.3.1. Impactos Económicos.....	12
2.1.3.2. Impactos Ambientais.....	16
2.1.3.3. Impactos Socioculturais .....	21
2.1.4. Fatores que influenciam as perceções perante o turismo .....	26
2.1.4.1. Fatores Socioculturais .....	27
2.1.4.2. Fatores Espaciais .....	30
2.1.4.3. Fatores de Dependência Económica.....	32
2.2. O Planeamento e Competitividade no Sector do Turismo.....	34
2.2.1. O Planeamento Estratégico .....	34
2.2.2. A importância dos stakeholders no processo de Planeamento do Setor do Turismo .....	37
2.2.3. O Participação Pública no Setor do Turismo .....	41
2.2.4. A Competitividade do Destino Turístico – O Modelo de Ritchie & Crouch	46
CAPITULO III – CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO NA RAA- ILHA DE SÃO MIGUEL.....	50
3.1. Enquadramento Geográfico da RAA – Ilha de São Miguel .....	50
3.2. O turismo na RAA – Ilha de São Miguel.....	53

3.3. Produtos Estratégicos do Turismo na RAA- Ilha de São Miguel .....	56
3.3.1. O Turismo de Natureza .....	58
3.3.2. Turismo Náutico.....	60
3.3.3. Touring Cultural e Paisagístico .....	62
3.3.4. Turismo de Saúde e Bem-Estar .....	63
CAPITULO IV- CASO DE ESTUDO .....	64
4.1. Metodologia .....	64
CAPITULO V- RESULTADOS .....	69
5.1. Perceções Gerais sobre o Turismo .....	69
5.2. Perceção dos Impactos do Turismo .....	71
5.2.1. Impactos Económicos .....	71
5.2.2. Impactos Ambientais.....	77
5.2.3. Impactos Socioculturais .....	81
5.2.4. Importância dos Impactos .....	85
5.3. Competitividade do Destino Turístico .....	88
5.4. Envolvimento e Participação .....	95
5.4.1. A Participação Pública no Setor do Turismo em São Miguel.....	95
5.4.2. Conhecimento das Políticas Estratégicas de Turismo em São Miguel .....	100
CAPITULO VI- DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	104
CAPITULO VII- CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	113
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	117
ANEXO I – Guião da entrevista .....	129
ANEXO II – Matriz de Análise de Conteúdo das Entrevistas .....	133

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura: 1. Relação entre os Impactos do Turismo .....	11
Figura: 2. Componentes do Ambiente .....	18
Figura: 3. Tipos de Participação e de “Não-Participação” .....	43
Figura: 4. Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos .....	47
Figura: 5. Enquadramento do Arquipélago dos Açores no Oceano Atlântico .....	50
Figura: 6. Mapa da Ilha de São Miguel .....	51
Figura: 7. Produtos Estratégicos para o Destino - Ilha de São Miguel.....	57
Figura: 8. Modelo de Análise das Perceções dos <i>stakeholders</i> sobre o Desenvolvimento Turístico .....	68
Figura: 9. Elementos da Competitividade da Ilha de São Miguel-Açores, segundo o Modelo de Crouch & Ritchie (1999).....	90
Figura: 10. Ciclo de Vida dos Destinos Turísticos .....	107

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela: 1. Impactos Económicos Positivos Percecionados .....	14
Tabela: 2. Impactos Económicos Negativos Percecionados .....	14
Tabela: 3. Impactos Ambientais Positivos e Negativos do Turismo .....	19
Tabela: 4. Impactos Positivos Socioculturais Percecionados.....	25
Tabela: 5. Impactos Negativos Socioculturais Percecionados .....	25
Tabela: 6. Tipos de Planeamento, segundo a teoria de Lang (1998).....	35
Tabela: 7. Propostas de Classificação da importância dos <i>Stakeholders</i> .....	39
Tabela: 8. Limitações à Participação Pública.....	45
Tabela: 9. Definições de Competitividade .....	46
Tabela: 10. População Residente nos Açores 1991, 2001 e 2011 .....	52
Tabela: 11. População empregada, por setor de atividade económica .....	52
Tabela: 12. Dados do Turismo na RAA em 2001, 2011 e 2016.....	55
Tabela: 13. Dados do Turismo na Ilha de São Miguel em 2001, 2011 e 2016 .....	55
Tabela: 14. Produtos e Subprodutos Estratégicos -Turismo de Natureza .....	59
Tabela: 15. Produtos e Subprodutos Estratégicos -Turismo Náutico .....	61

Tabela: 16. Produtos e Subprodutos Estratégicos –Touring Cultural e Paisagístico.....	62
Tabela: 17. Produtos e Subprodutos Estratégicos –Turismo de Saúde e Bem-Estar .....	63
Tabela: 18. <i>Stakeholders</i> identificados na Ilha de São Miguel.....	66
Tabela: 19. <i>Stakeholders</i> Entrevistados.....	67
Tabela: 20. Impactos Económicos Percecionados.....	77
Tabela: 21. Impactos Ambientais Percecionados .....	81
Tabela: 22. Impactos Socioculturais Percecionados.....	85
Tabela: 23. Fatores Determinantes e Proposta de Medidas Potenciadoras .....	94
Tabela: 24. Potenciais Fraquezas e Proposta de Medidas Mitigadoras .....	94

### **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico: 1. Percentagem de empresas de atividade Marítimo-Turísticas em São Miguel .....	61
--	----

## CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

A nível nacional, o turismo apresenta-se como um dos principais setores da economia portuguesa, possuindo uma importância, verdadeiramente, estratégica para a economia, em virtude da sua capacidade em criar riqueza e emprego (PENT, 2007).

À semelhança do panorama nacional, o setor do turismo tem-se revelado, cada vez mais, importante para o desenvolvimento económico da Região Autónoma dos Açores (RAA).

Todavia, para além dos evidentes benefícios económicos, o crescente desenvolvimento da atividade turística pode acarretar um leque variado de constrangimentos e de impactos negativos à comunidade local, a nível ambiental, social, cultural e económico. Esta dualidade conduz, inevitavelmente, ao surgimento de uma consciencialização/preocupação mundial, nacional e até mesmo regional, para a necessidade de mitigação dos impactos negativos e das fraquezas locais, assim como para potencialização dos impactos positivos e das vantagens competitivas do destino turístico, através de um desenvolvimento sustentável, caracterizado por uma participação ativa dos agentes interessados, doravante designados de *stakeholders*, no processo de decisão.

Os *stakeholders* desempenham um papel de extrema importância em qualquer processo de planeamento político, económico, ambiental, sociocultural no contexto da realidade em que se encontram inseridos.

Os *stakeholders* são entendidos como um grupo de indivíduos com interesse direto sobre determinada questão, que no caso concreto do setor do turismo, traduz-se em alguém que pode ser, diretamente, prejudicado ou beneficiado pelo desenvolvimento do setor. A auscultação destes, assume-se como uma etapa crucial para um melhor entendimento das necessidades efetivas de determinada sociedade e para criação de ações adequadas a estas mesmas necessidades. Este processo fomenta uma gestão mais harmoniosa e eficiente, abrangendo os vários níveis (sociocultural, ambiental e económico) que completam as dimensões do desenvolvimento sustentável.

Assim, tendo em conta a importância do conhecimento da visão destes agentes, achamos importante, face ao cenário de profundas mudanças no setor do turismo na Ilha de

São Miguel, na RAA, analisar as percepções dos *stakeholders* locais, relativamente, às alterações provocadas pelo desenvolvimento turístico da região, principalmente, no contexto atual da liberalização do espaço aéreo, do conseqüente “modismo” do destino Açores e da adaptação de toda a comunidade local a esta nova realidade.

Este trabalho terá como principal objetivo, promover o conhecimento, através da percepção dos *stakeholders* entrevistados, dos primeiros impactos positivos e negativos deste crescimento exponencial do setor do turismo na RAA, com enfoque na Ilha de São Miguel, tentando perceber quais as principais debilidades e potencialidades do destino e o que ações deverão ser tidas em consideração na política de planeamento do setor para alcançar um desenvolvimento sustentável.

Para o alcance deste objetivo geral, foram elencados os objetivos específicos:

1. Caracterizar a percepção dos diversos *stakeholders* sobre os impactos positivos e negativos do desenvolvimento turístico na Ilha de São Miguel;
2. Identificar, segundo, o Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos desenvolvido por Ritchie e Crouch (1999), e de acordo com a visão dos *stakeholders*, quais os principais motores impulsionadores da competitividade do destino turístico de São Miguel;
3. Identificar, segundo, o Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos desenvolvido por Ritchie e Crouch (1999), e de acordo com a visão dos *stakeholders*, quais os principais obstáculos/lacunas existentes que condicionam a competitividade do destino turístico de São Miguel;
4. Caracterizar o nível de envolvimento e de participação dos *stakeholders* no processo de planeamento do turismo da ilha de São Miguel.

Quanto à sua estrutura, este trabalho encontra-se subdividido em sete capítulos, constituídos por um campo teórico de enquadramento do tema e por um campo empírico onde serão demonstrados os dados obtidos e as conclusões.

O capítulo II será dedicado à revisão literária, onde serão abordados os temas e subtemas referentes ao Turismo em Espaços Insulares, suas potencialidades e desafios no planeamento; Turismo e os seus Impactos Socioculturais, Ambientais e Económicos; os

Fatores que influenciam as percepções perante o desenvolvimento do turismo; o Planeamento Estratégico; a importância dos *stakeholders* no processo de Planeamento do Setor do Turismo; a Participação Pública no Setor do Turismo e a Competitividade do Destino Turístico – O Modelo de Ritchie & Crouch.

O capítulo III apresentará um breve enquadramento geográfico da área de estudo, seguindo-se uma análise à evolução do turismo na RAA, com especial enfoque na Ilha de São Miguel, durante a última década. Após esta análise, serão apresentados os produtos estratégicos, preconizados no Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA), como sendo os pontos-chave do turismo para a região.

O capítulo IV será dedicado à Metodologia do trabalho, debruçando-se sobre a descrição e justificação dos instrumentos, técnicas e procedimentos de recolha e análise da informação escolhidos para desenvolvimento da pesquisa.

O capítulo V será composto pela componente empírica da pesquisa, onde serão expostos e interpretados os resultados obtidos através da análise de conteúdo das entrevistas realizadas.

No capítulo VI serão apresentados e discutidos os principais resultados desta investigação. Assim, tendo presente a revisão bibliográfica e dados recolhidos através da análise das entrevistas, apresenta-se a análise e reflexão sobre os resultados alcançados.

Por último, será apresentado o capítulo VII, no qual constaram as conclusões gerais do estudo, a verificação do alcance ou não dos objetivos propostos, as suas limitações e breves recomendações para uma eventual futura pesquisa.

## **CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

O campo teórico de qualquer trabalho de investigação consiste na contextualização e enquadramento aos principais conceitos do tema em análise, sob a visão de vários autores.

De acordo com Fortin (1999:39), conceptualizar alude, a “um processo, a uma forma ordenada de formular ideias, de as documentar em torno de um assunto preciso, com vista a chegar a uma conceção clara e organizada do objeto em estudo”.

Assim, este capítulo tem como principal propósito realizar uma contextualização teórica, tendo por base a literatura de referência sobre a temática em análise, focando os seguintes pontos: Turismo e os seus Impactos; Desafios ao Desenvolvimento Turístico em Espaços Insulares; Fatores que influenciam as perceções perante o turismo; o Planeamento Estratégico; a importância dos *stakeholders* no processo de Planeamento do Setor do Turismo; a Participação Pública no Setor do Turismo e a Competitividade do Destino Turístico – O Modelo de Ritchie & Crouch.

### **2.1. O Turismo e os seus Impactos**

#### **2.1.1. Introdução ao conceito de Turismo**

Segundo o relatório anual de 2016, da World Travel & Tourism Council, a indústria do turismo representou, em 2015, cerca de 9,8% do Produto Interno Bruto Mundial e a criação de um total de 284 milhões de postos de trabalho diretamente relacionados com o setor, o que equivale a 1 em cada 11 postos de trabalho da economia global. Mediante estes valores, podemos afirmar que o turismo constitui-se como uma das maiores indústrias impulsionadoras do desenvolvimento económico mundial e em muitos países é visionado como uma solução atenuadora de múltiplos problemas sociais e económicos (McMinn, 1997), tornando-se uma importante componente dos programas de desenvolvimento económico em todo o mundo (Harril, 2004).

Ao longo dos anos, muitos foram os autores que dedicaram atenção à definição deste conceito, segundo diferentes abordagens e em virtude da constante evolução do fenómeno. Alguns estudos adotam uma perspetiva concetual sobre o turismo, outros defendem uma

abordagem mais técnica e ainda existem os que o entendem, essencialmente, como um fenómeno social (Silva, 2013).

Segundo Leiper (1979) *apud* Silva (2013) as perspetivas mais técnicas são importantes no âmbito de comparações estatísticas, enquanto as abordagens mais concetuais recaem mais numa vertente global, uma vez que tentam abarcar na sua génese a definição de turismo como um todo e não como uma soma de partes.

A primeira definição concetual de turismo foi proposta pelo austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen em 1911. Este autor definiu-o como “o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, permanência e saída do turista de um determinado município, país ou região” (Hermann von Schullern zu Schattenhofen, 1911 *apud* Barreto, 2008:9). Ao longo dos anos foram surgindo, inúmeras tentativas de definições de turismo, como é o caso de autores como Schwink em 1929, que introduz a noção de motivações pessoais ou profissionais como fatores impulsionadores das deslocações, definindo-o como "o movimento de pessoas que abandonam temporariamente o local de residência permanente por motivos relacionados com o espírito, corpo ou profissão" (Schwink, 1929 *apud* Barreto, 2008:10).

Posteriormente, surgiu o contributo de Hunziker e Krapf em 1942, definindo-o como "o conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária" (Hunziker & Krapf, 1942 *apud* Barreto, 2008:11). Contudo, esta definição foi criticada por Leiper em 1979, como sendo demasiado vaga, tendo o mesmo proposto que o turismo fosse entendido como "o estudo dos indivíduos que se encontram fora do seu ambiente habitual, da indústria que responde às suas necessidades, e dos impactos por ambos provocados na comunidade anfitriã, quer a nível sociocultural, económico e ambiental" (Leiper, 1979 *apud* Croes, 2000:27).

Todavia, apesar das múltiplas definições concetuais que foram surgindo, a de Mathieson e Wall (1982:1) "movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua

permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades", é apontada como sendo a mais bem conseguida até à década de 90 (Gunn, 1993:5).

Na vertente técnica, em 1991, a Organização Mundial de Turismo (OMT) apresentou uma nova definição, propondo que o "turismo compreende as atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios ou outros" (UNWTO, 1995:1) e defendeu que, para melhorar a recolha de dados estatísticos e aperfeiçoar o próprio conhecimento sobre o turismo, a elaboração de uma distinção entre os conceitos de visitante, turista e excursionista (Hall, 2008). Assim sendo, a OMT (1991) definiu o *visitante* como aquele que se desloca para um local não habitual por um período de menos de doze meses e por motivos que não englobem uma atividade remunerada; o *turista* como o visitante que durante pelo menos uma noite usufrui de um alojamento coletivo ou privado no local visitado, e por fim, o *excursionista* como aquele que não chega a pernoitar no local visitado.

Em suma, o turismo, apesar de ser um assunto, amplamente, discutido entre a comunidade científica, tem-se revelado um fenómeno de difícil análise e delimitação, devido, em grande parte, sua à complexidade e pluridisciplinaridade. Cooper *et al.*, (2007) atribuem essa dificuldade de encontrar uma definição de “turismo” à relativa juventude do setor, como campo de estudo, e ao facto de ser uma atividade multidimensional e multifacetada onde interagem diferentes setores de atividade. Através deste processo de interação, acabam por surgir, à semelhança dos outros setores de atividade económica, um conjunto de impactos (positivos e negativos) a nível económico, ambiental e sociocultural na sociedade de acolhimento, impactos estes que iremos abordar no subponto seguinte.

### 2.1.2. Turismo em Espaços Insulares

Os espaços insulares são, na maioria das vezes, vistos como espaços idílicos, isolados e únicos, cada vez mais, procurados como destinos para “fuga” do stress quotidiano das grandes cidades, oferecendo experiências culturais e naturais autênticas, numa verdadeira antítese à vida urbanizada quotidiana (Carlsen & Butler, 2011). Nas ilhas, a característica do

isolamento, frequentemente, vista como uma desvantagem para a economia, no turismo tende a inverter-se, tornando o destino mais exótico e apetecível aos olhos do turista, principalmente, no caso das ilhas de pequena dimensão (Scheyvs & Momsen, 2008).

As ilhas do Mediterrâneo, do Caribe e do Sul Pacífico constituem-se como os principais destinos turísticos em espaços insulares (Butler, 2008 *apud* Carlsen & Butler, 2011), todavia, com o aumento do acesso aéreo e marítimo tem sido registado um crescimento do turismo para as ilhas do Atlântico e do Oceano Índico (Carlsen & Butler, 2011).

No contexto das ilhas do Atlântico, o arquipélago dos Açores, tem assistido desde abril de 2015, um crescimento bastante acentuado do setor do turismo. Esta região insular combina um leque variado de valores naturais únicos (espécies endêmicas de fauna e flora, vistas panorâmicas, lagoas, montanhas, quedas de água, fontes termais, etc...) que a transforma num destino apetecível e exótico para o ecoturismo. A realização de atividades ao ar livre, em terra e, principalmente, no mar (observação de baleias e golfinhos, snorkel e mergulho) constituem-se como as atrações turísticas mais populares nas ilhas (Magalhães *et al.*, 2002 *apud* Bentz, 2015).

Os territórios insulares, caracterizam-se, regra geral, por apresentarem alguns constrangimentos comuns, resultado da sua reduzida dimensão, dispersão territorial, limitação de recursos e acessibilidades, com repercussão direta na economia e na sociedade (Silva, 2013), para além de, aumentar a sua vulnerabilidade a ameaças como a variabilidade climática, proliferação de espécies invasivas, catástrofes naturais e sob exploração de recursos naturais (Rietbergen *et al.*, 2007). Estas características, transformam as ilhas, em autênticos desafios, no que diz respeito ao planeamento e ao desenvolvimento turístico sustentável (Sharpley, 2012; Calado *et al.*, 2007; Sheldon, 2005). Contudo, estes territórios têm tentado afirmar-se como destinos turísticos, esforçando-se por mitigar as suas debilidades económicas (Silva, 2017) e usufruir, da melhor forma, dos benefícios produzidos pelo setor.

Segundo Croes (2006), para além dos contributos diretos do turismo sobre o emprego e a economia local, a aposta no turismo apresenta consideráveis vantagens para as economias insulares de pequena dimensão, traduzidas no aumento da procura de bens e serviços, que

possibilita a viabilização de diversos produtos e a redução de custos de produção; a abertura ao exterior e o incremento da concorrência que conduzem ao aumento da eficiência e da qualidade, através da melhoria dos padrões dos serviços locais e contributos indiretos do turismo estimulam outros setores da economia local.

Mas apesar destas vantagens para os territórios insulares, podem surgir, simultaneamente, algumas consequências negativas e constrangimentos, muitas vezes, de difícil superação (Sheldon, 2005):

- excessiva dependência económica do setor;
- a sazonalidade da atividade, constitui-se como outro desafio à sustentabilidade económica do turismo em ilhas, onde as flutuações do fluxo de visitantes têm que ser entendidas e mitigadas através da diversificação do produto e do mercado, para que não surjam impactos negativos muito significativos a nível do emprego;
- a nível ambiental, a pressão turística, normalmente, provoca um agravamento da degradação ambiental (poluição, sob exploração dos recursos locais, perda de biodiversidade, erosão costeira, etc...), principalmente, devido à fragilidade destes ecossistemas, ricos em biodiversidade;
- A nível social, em ilhas de pequena dimensão, o turismo coloca os residentes e os visitantes num contacto muito próximo, o que pode conduzir a um aumento da criminalidade, perda dos estilos de vida tradicional, alteração dos valores morais e dos estilos de vida familiares.

De acordo com Hampton e Christensen (2007) e Sheldon (2005) para superação destes problemas e para adaptação às novas premissas de desenvolvimento atual, os destinos turísticos têm de investir na adaptação/alteração do seu modelo de desenvolvimento, apostando na mitigação dos impactos negativos, assim como, na manutenção e aumento da qualidade do produto oferecido, procurando estabelecer sinergias entre os vários setores da economia local, promovendo uma maior diversificação do mercado laboral e buscando um modelo de desenvolvimento mais equilibrado e sustentável.

Sheldon (2005), propõe um conjunto de estratégias para ultrapassar alguns constrangimentos provenientes do desenvolvimento turístico, promovendo uma maior sustentabilidade a vários níveis:

- *Maior envolvimento dos stakeholders no processo de planeamento:* para um desenvolvimento de sucesso, deve existir um planeamento alicerçado na participação ativa e contínua dos *stakeholders*, ou seja, a comunidade tem de estar presente, evidenciando as verdadeiras necessidades locais;
- *Mais destaque à comunidade e cultura local:* construção de orgulho pela cultura e por tudo o que faz parte da identidade local, através da promoção de eventos culturais; aposta na formação da comunidade local para aperfeiçoamento da relação entre residentes e visitantes e para a melhoria do seu conhecimento sobre impactos provocados pelo setor turístico, facilitando, assim, a adaptação dos comportamentos para mitigação ou potencialização dos mesmos;
- *Gestão Ambiental:* maior controlo na gestão ambiental para proteção de fauna e flora, através da definição de áreas de visitação proibida ou condicionada; mais gestão de resíduos e reciclagem, uso de fontes de energia renováveis e a existência de medidas de emergência para recuperação de desastres naturais aos quais as ilhas são mais vulneráveis (erupções vulcânicas, aumento do nível das águas do mar, tempestades, etc...);
- *Gestão dos Visitantes:* estabelecimento de uma gestão efetiva dos visitantes, por forma a garantir que capacidade de carga de certos locais não seja ultrapassada;
- *Maior aposta no conhecimento e nos Sistemas de Informação (SI):* o uso de SI na promoção de produtos turísticos e na procura de segmentos de mercado mais apetecíveis;
- *Melhoria das acessibilidades e transportes:* aposta em diferentes tipos de transporte e na melhoria das vias de acessibilidade e de comunicação;
- *Aposta no Marketing e na diversificação do mercado;* a aposta no marketing pode ajudar no desenvolvimento e na promoção de “nichos” de mercado baseados em recursos locais.

Em suma, apesar dos territórios insulares serem locais muito apetecíveis para o turismo, surgindo como destinos paradisíacos e perfeitos na mente dos visitantes, são, também, muito desafiantes em termos de planeamento, devido à sua reduzida dimensão, economia, fragilidade da biodiversidade e limitação de recursos e acessibilidades, conduzindo à necessidade de elaboração de estratégias individualizadas de acordo com as suas características específicas.

### 2.1.3. Os Impactos do Turismo

O turismo assume, atualmente, uma grande importância nas atividades humanas, englobando turistas, empresas, governo, comunidade e meio ambiente (Williams & Lawson, 2001). Perante esta realidade, quando o turista interage com o local, o meio ambiente, a economia, a cultura e a comunidade, acabam, inevitavelmente, por surgir uma série de consequências para o destino turístico (Mason, 2003).

Mckercher (1993), também defende que apesar do surgimento de impactos provenientes da atividade turística ser algo inevitável, os mesmos podem ser mitigados através de estratégias de planeamento e gestão. Segundo este autor, o turismo em pouco ou nada, se diferencia das demais atividades industriais, na medida em que:

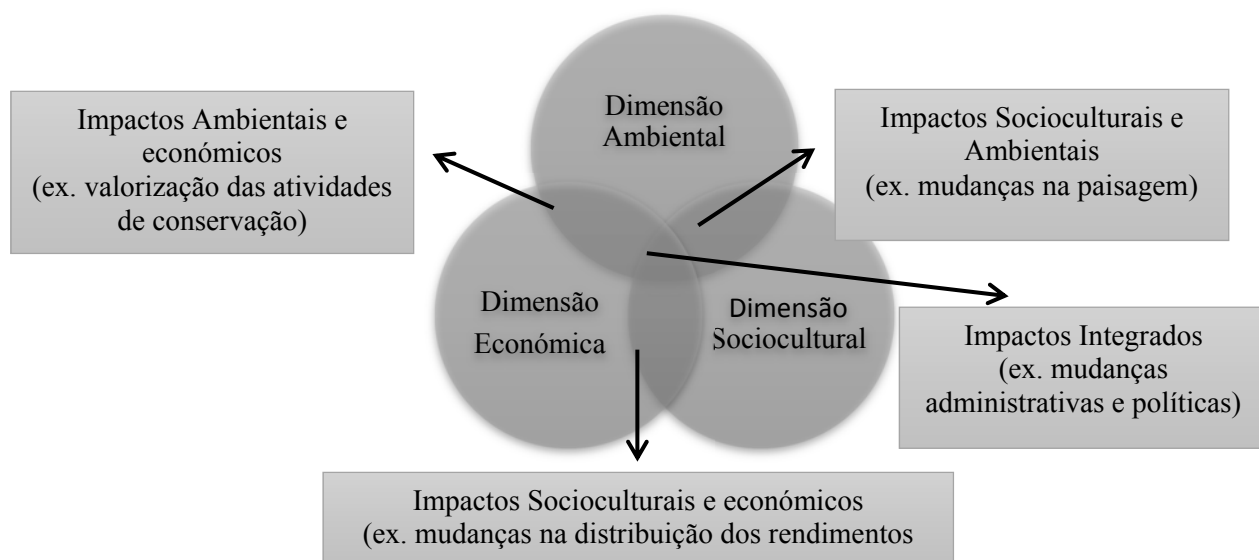
- a) consome recursos, cria lixo e apresenta necessidades específicas de infraestruturas;
- b) é dependente de recursos, muitas vezes escassos, para o seu desenvolvimento, e com tendência para o consumo exagerado dos mesmos;
- c) é um setor maioritariamente privado, com foco na maximização dos lucros;
- d) é um setor de difícil controle, em virtude da sua diversidade e das múltiplas facetas que apresenta;
- e) os turistas apresentam-se como consumidores e não como antropólogos;
- f) é um setor direcionado para o entretenimento;
- g) e ao contrário das restantes atividades industriais, o turismo gera receitas por atrair clientes e não pela exportação de produtos.

Por forma a analisar estas consequências, ao longo das últimas décadas, numerosos estudos (Belisle & Hoy, 1980; Liu & Var, 1986; Haralambopoulos & Pizam, 1996, Ap & Crompton, 1998; Tosun, 2002; Andereck *et al.*, 2005; Wall & Mathieson, 2006, entre outros) foram sendo realizados, com o intuito de verificar as perceções dos residentes face aos impactos do desenvolvimento turístico (Madrigal, 1995).

As perceções sobre os impactos turísticos são, normalmente, divididas em três categorias (Figura 1): impactos económicos, socioculturais e ambientais (Andereck, *et al.*, 2005). Este facto demonstra que o turismo possui uma natureza holística, sendo composto

por vários componentes e aspetos integrados num todo dinâmico, o que faz com que as questões económicas se tornem, cada vez mais, indissociáveis das questões ambientais e socioculturais, tornando incorreto pensar nos impactos turísticos de forma isolada (Mieckkowski, 1995).

Figura: 1. Relação entre os Impactos do Turismo



Fonte: Hall (2008:28)

No contexto da elaboração de estratégias de desenvolvimento turístico e na determinação dos impactos provenientes deste mesmo desenvolvimento, surge a necessidade da introdução de um conceito fulcral: capacidade de carga.

A capacidade de carga é definida pela Organização Mundial do Turismo como “o número máximo de pessoas que pode visitar, em simultâneo, determinado destino turístico sem destruir as condições físicas, ecológicas, económicas e socioculturais e sem causar redução inaceitável da satisfação dos visitantes” (OMT, 1981).

A avaliação da capacidade de carga é utilizada para estimar o impacto do turismo no espaço e no ambiente, sendo um mecanismo para estabelecimento de padrões de sustentabilidade do turismo (Lim, 1998; Jovicic & Dragin, 2008). Embora a capacidade de

carga revele o número ideal de visitantes que determinado destino pode acolher, esta deve ser considerada como o ponto em que a infraestrutura/superestrutura e as condições naturais se tornam insuficientes para satisfazer as necessidades da população residente e dos turistas, originando assim impactos negativos (Coccosis & Parpairis, 1999; Batta, 2000; Coccosis, 2004; Kallis & Coccosis, 2004 *apud* Zacarias, 2013) a nível ambiental, económico e sociocultural.

#### *2.1.3.1. Impactos Económicos*

Atualmente, o turismo é reconhecido como sendo um dos fluxos mais expressivos do mercado global, provavelmente, o maior setor da economia mundial, caracterizado por uma notável flexibilidade, que o torna menos propenso a flutuações económicas em comparação a outros setores de atividade (Lickorish & Jenkins, 2000). Todavia, como qualquer outro setor de atividade económica, o turismo, acaba, por produzir um conjunto de benefícios e custos para as populações recetoras (Lage & Milone, 2000). Deste conjunto de impactos, os económicos são, sem dúvida os mais perceptíveis por parte dos residentes e os mais estudados pelos investigadores.

Relativamente a esta situação, Pearce (1989:2) justifica que:

“Os estudos sobre o impacto do desenvolvimento turístico sobre um destino ou vários destinos têm sido o foco principal das pesquisas em torno do turismo, (...) predominantemente, realizadas por economistas que se têm concentrado, principalmente, nos efeitos relacionados com o lucro e a geração de emprego.”

Esta situação, também, é corroborada por Wall e Mathieson, (2006), através da elaboração de uma lista de razões para justificar o facto dos impactos económicos serem os mais estudados e considerados, durante muitos anos, como os mais relevantes em comparação com os impactos socioculturais e ambientais. Segundo Wall e Mathieson, (2006:71), esta realidade surge em consequência de:

1. Os impactos económicos serem mais fáceis de medir e avaliar;
2. O elevado número de dados económicos disponíveis;
3. O facto dos benefícios económicos serem os mais apreciados entre as empresas, governo e comunidades locais;

4. As consequências económicas serem consideradas as mais importantes para os investidores, marketing e nas decisões de planeamento;
5. A existência de uma variedade de métodos de investigação para a medição dos impactos económicos, como por exemplo “análise dos multiplicadores, programação linear, modelos de equilíbrio geral e análise custo-benefício.”

Habitualmente, os impactos económicos do turismo são percecionados pelas populações, como positivos. Para estes, o turismo ajuda a economia, aumenta o padrão de vida das comunidades residentes, gera emprego e aumenta o lucro dos negócios locais (Andriotis, 2001; Ivanov & Webster, 2007; Liu & Var, 1986; Haralambopoulos & Pizam, 1996). Porém, apesar das consequências económicas negativas do turismo não serem muito mencionadas pelas comunidades locais, investigadores como Wall & Mathieson (2006:89), concluem, por meio dos seus estudos, que o turismo pode acarretar “(...) perigo de excesso de dependência, aumento da inflação e subida dos preços da terra, aumento da tendência para a importação, fraco retorno dos investimentos devido à sua natureza sazonal e a criação de outros custos externos”.

Liu e Var (1986), também, alegam que o turismo pode gerar o agravamento do custo de vida (aumento do custo dos serviços, bens alimentares, imobiliário e terrenos), apesar, da maioria, dos residentes concordarem que os benefícios económicos do turismo são maiores que os custos sociais (Liu & Var, 1986; Sheldon & Var, 1984).

Ao longo das últimas décadas, foram diversos os investigadores que analisaram os impactos económicos positivos e negativos do turismo, como é possível verificar nas Tabelas 1 e 2:

Tabela: 1. Impactos Económicos Positivos Percecionados

Impactos Positivos Percecionados	Estudos Realizados
Criação de Emprego	Swarbrooke (1999); Eusébio (2001); Mason (2003); Liu & Var (1986); Ap (1992), Ap & Crompton (1998); Wall & Mathieson (2006); Lawson <i>et al.</i> , (1998); Faulkner & Tideswell (1997); Belisle & Hoy (1980); Mayson & Cheyne (2000)
Melhorias no nível de vida	Liu & Var (1986); Haralambopoulos & Pizam (1996); Li (2002); Faulkner & Tideswell (1997); Chen & Chiang, (2005), Belisle & Hoy (1980); Chazapi & Sdrae (2006)
Aumento das exportações da região	Cooper <i>et al.</i> , (2007); Wall & Mathieson, (2006); Mason (2003); Eusébio (2001) e Swarbrooke (1999)
Contribuição para a diversificação da estrutura produtiva da região	Wall & Mathieson, (2006); Eusébio (2001); Mason (2003); Swarbrooke (1999); Williams & Lawson(2001), Liu, <i>et al.</i> , (2008);
Estimula o investimento	Li (2002); Jenkins (1982); Eusébio (2001); Mason (2003); Swarbrooke (1999)
Aumento das receitas do Estado	Lickorish (1994); Chen & Chiang (2005); Mason (2003); Eusébio (2001); Swarbrooke (1999)
Injeção de capital na economia local através do efeito multiplicador	Mason (2003); Eusébio (2001); Swarbrooke (1999)

Fonte: Adaptado de Li (2013); Swarbrooke (1999); Mason (2003) e Eusébio (2001)

E os negativos:

Tabela: 2. Impactos Económicos Negativos Percecionados

Impactos Negativos Percecionados	Estudos Realizados
Aumento do custo de vida	Andereck <i>et al.</i> , (2005); Wall & Mathieson (2006), Williams & Lawson (2001)
Aumento do emprego sazonal	Tosun, (2002); Townsend (1997); Kala, (2008); Swarbrooke (1999)
Excessivos investimentos no turismo que condicionam o investimento em outros setores ou para outras finalidades.	Swarbrooke (1999)
Aumento da Inflação	Perez & Nadal (2004); Wall & Mathieson (2006); Kala, 2008; Mason (2003)
Excesso de dependência do turismo o que torna a economia local vulnerável de acordo com as alterações do mercado turístico, podendo conduzir a crises na economia.	Wall & Mathieson (2006); Kala (2008); Robinson (1999); Mason (2003); Swarbrooke (1999), Eusébio (2001)
A necessidade de investimento em infraestruturas bastante dispendiosas que na maioria dos casos só são utilizados numa determinada época do ano	Swarbrooke (1999)
Pressões nas taxas de câmbio	Eusébio (2001)
Diminuição do emprego em outras indústrias da região	Lage & Milone (2000)

Fonte: Adaptado de Li (2013); Swarbrooke (1999); Mason (2003) e Eusébio (2001)

De entre todos os impactos inumerados, a geração de emprego é, certamente, um dos principais resultados do desenvolvimento turístico e um dos impactos mais mencionados a nível económico.

De acordo com o trabalho de Lage e Milone (2000) existem três categorias de empregos que resultam do desenvolvimento turístico:

- a) Empregos diretamente relacionados com a direção e funcionamento da indústria turística;
- b) Empregos resultantes do desenvolvimento da indústria turística, como os transportes, agricultura, bancos, comércio, etc...;
- c) Empregos indiretos criados pelo turismo, que surgem derivados como resultado do volume de recursos obtidos pelas atividades produtivas dos residentes locais.

Todavia, há que ter em atenção, que a geração de emprego pode produzir efeitos bastante antagónicos nos demais setores de atividade. Por exemplo, o emprego na agricultura pode ser, indiretamente, beneficiado e/ou prejudicado pelo turismo. Por um lado, o turismo pode estimular a produção de alimentos em consequência do crescimento da procura, por outro lado, pode conduzir a uma queda da produtividade, devido ao aumento dos preços dos produtos e à consequente dificuldade de escoamento dos produtos na economia local. A esta situação pode, também, ser somada uma potencial quebra de mão-de-obra disponível para a agricultura em virtude da aquisição desta para a atividade turística. Assim, é possível constatar, principalmente, em economias de pequena dimensão, que no lugar da agricultura ser estimulada pelo turismo, pode sim ser substituída por este (Lage & Milone, 2000).

No que concerne às metodologias utilizadas para avaliar os impactos económicos do turismo, Stynes (1999) ressalta a existência de uma grande variedade de métodos, desde as análises conjunturais, até a utilização de modelos matemáticos complexos. Estas análises são utilizadas como instrumentos de apoio a decisões relativas ao turismo, sejam referentes ao setor público, privado ou à comunidade. No contexto da análise dos impactos económicos do turismo a nível nacional ou regional, frequentemente, recorre-se à metodologia dos multiplicadores (Cooper *et al.*, 1993; Eusébio, 2001; Rabahy, 2003; Sinclair & Stabler, 1997 *apud* Simão, 2008) e ao método da Conta Satélite do Turismo (Commission of European

Communities *et al.*, 2001; Costantino & Tudini, 2005; OMT, 1999; Vanhove, 2005 *apud* Simão, 2008).

No entanto, há que ter em atenção, na análise dos benefícios e custos (impactos positivos/negativos) relacionados com o desenvolvimento do turismo, que o impacto económico está estritamente dependente da natureza e nível de desenvolvimento económico de cada região, podendo variar de forma bastante significativa consoante o tipo de economia local (Swarbrooke, 1999).

No caso concreto da economia de territórios de pequena dimensão, como é o caso dos Açores, o turismo e os seus impactos económicos, assumem cada vez mais uma grande importância, principalmente os positivos, na medida em que para muitos destes territórios, o turismo afigura-se como a principal oportunidade de desenvolvimento (Silva, 2013).

Em resumo, podemos aferir que os impactos económicos, são a tipologia de impacto mais mencionada e durante muito tempo mais valorizada na literatura da especialidade. A nível das perceções, os indivíduos identificam, frequentemente, como principais impactos positivos a geração de emprego e melhorias no nível de vida, enquanto nos impactos negativos dirigem atenção para o aumento do custo de vida (preços das casas e produtos), a sazonalidade dos empregos e o excesso de dependência do setor.

#### *2.1.3.2. Impactos Ambientais*

O ambiente tem vindo a ser reconhecido como um fator-chave para o turismo, apresentando-se como um dos principais trunfos no contexto da qualidade e características atrativas de um destino turístico (Holden, 2008). No entanto, a relação entre o turismo e o ambiente revela-se bastante complexo, caracterizado por uma dependência mútua, na medida em que o turismo beneficia da boa qualidade ambiental do destino, o ambiente por sua vez deve beneficiar de medidas destinadas a proteger e manter o seu valor como recurso turístico (Williams, 1998).

Segundo, Souza (2009:43):

“(...) o turismo e o ambiente estão intimamente inter-relacionados, pois o setor turístico tem no ambiente, seja ele natural ou cultural, os recursos base para o desenvolvimento da sua atividade. (...) a degradação de uma paisagem representa uma perda de satisfação do visitante e, portanto, uma perda do seu valor, enquanto a sua proteção se traduz num aumento da satisfação dos visitantes (...) num aumento do seu valor.”

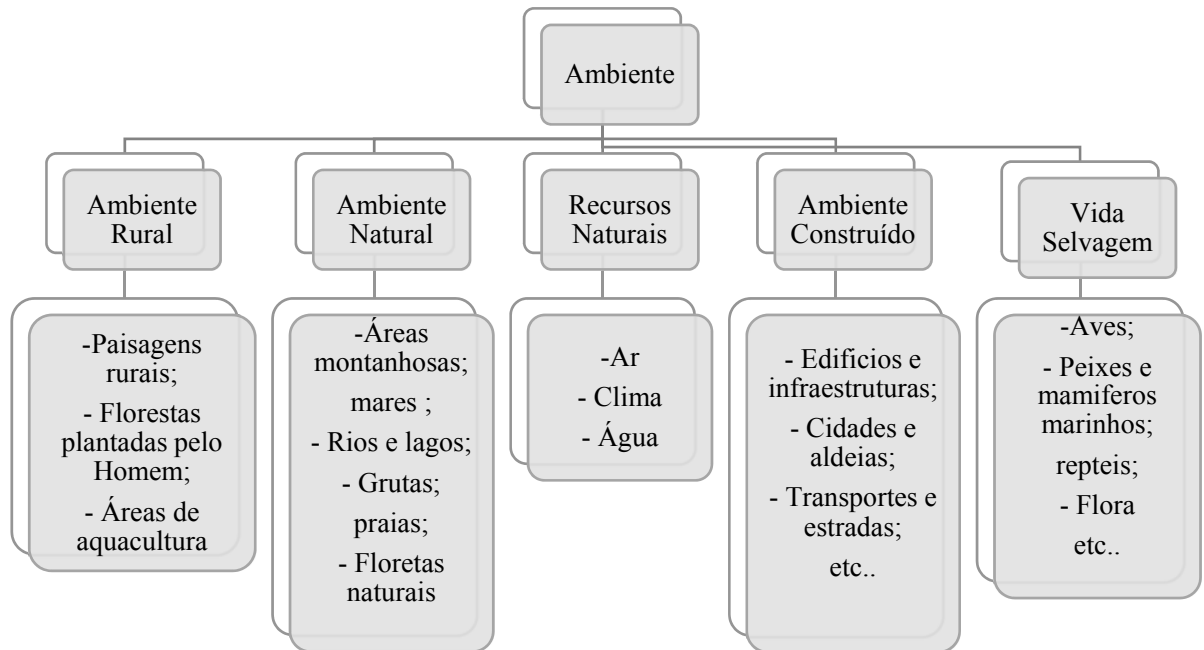
Apesar do turismo ser, frequentemente, considerado uma indústria limpa, esta atividade pode causar danos significativos, principalmente, em lugares em que a atividade turística é desenvolvida em ambientes atrativos, mas, simultaneamente, frágeis (Andereck *et al.*, 2005).

Durante décadas os impactos ambientais foram quase “ignorados” por comparação à atenção dedicada aos impactos económicos, pois o ambiente era entendido como um recurso renovável, sem limite de exaustão (Mieczkowski, 1995).

As questões ambientais relacionadas com turismo foram mencionadas pela primeira vez em 1967, na conferência sobre "Ecologia, Turismo e Lazer" na Suíça (Hashimoto, 2000). Desde então, e em consequência do crescimento do turismo, tem existido um aumento da sensibilidade para as questões ambientais e uma maior consciência relativamente aos seus impactos, ou seja, cada vez mais há a noção que, com a expansão do turismo mundial, há um aumento do risco para o ambiente, especialmente se a atividade não for bem planeada, podendo levar a uma destruição dos recursos motrizes do setor (Beladi *et al.*, 2009).

Entende-se por ambiente o "conjunto dos sistemas físicos, químicos, biológicos e suas relações, e dos fatores económicos, sociais e culturais com efeito direto ou indireto, mediato ou imediato, sobre os seres vivos e a qualidade de vida do homem". (Lei nº 11/87, Lei de Bases do Ambiente, Artigo 5º, nº 2). Todavia, este conceito é frequentemente utilizado apenas para abranger as características físicas ou naturais de uma paisagem. Swarbrooke (1999), defende o ambiente como algo mais complexo, composto por cinco elementos, sendo estes: o ambiente natural, a vida selvagem, o ambiente rural, o ambiente construído e os recursos naturais (Figura 2).

Figura: 2. Componentes do Ambiente



Fonte: Swarbrooke (1999)

Segundo, Cooper *et al.*, (2007:210), não é possível desenvolver turismo sem que ocorram impactos ambientais, pois logo "que a atividade turística ocorre, o ambiente é inevitavelmente modificado, seja para facilitar o turismo, seja através do processo de produção do turismo." Contudo, quando a atividade turística acontece, ela também traz consigo pontos positivos e melhorias, como por exemplo, o estímulo para a conservação dos recursos naturais que em alguns casos favorece a qualidade ambiental.

De forma sucinta, relativamente aos impactos positivos a nível ambiental, alguns investigadores acreditam que o turismo ajuda a criar uma maior consciência para a necessidade de preservar o meio ambiente e para a importância de proteger as suas belezas naturais para fins turísticos, promovendo o investimento em infraestruturas ambientais (Var & Kim, 1990 *apud* Kyungmi, 2002). Por outro lado, quando a quantidade de visitantes é maior que a capacidade do meio ambiente para lidar com esta pressão, é potenciado o surgimento de vários impactos negativos, como: a erosão do solo, acumulação de lixo, congestionamento de tráfego e consequente poluição do ar e sonora, a poluição dos cursos de água e praias, a perda de habitat natural e da biodiversidade, o agravamento da pressão

sobre as espécies ameaçadas de extinção e o agravamento da vulnerabilidade a incêndios florestais (UNEP, *s.d.*, Mason, 2003).

Por forma a aprofundar mais um pouco estes impactos, Hunter e Green (1995) *apud* Mason (2003), realizaram uma análise mais completa, subdividindo os impactos ambientais negativos e positivos por áreas-chave de impacto: Biodiversidade; Erosão e Danos Físicos; Poluição; Recursos Base e Danos Visuais/Estruturais (Tabela 3).

Tabela: 3. Impactos Ambientais Positivos e Negativos do Turismo

Áreas Afetadas	Impactos Negativos	Impactos Positivos
<b>Biodiversidade</b>	Perturbações nos hábitos de reprodução das espécies; Morte de animais por lazer ou para fornecimento de produtos para o mercado de souvenirs; Migração de animais para o interior e exterior; destruição da vegetação	Incentivo para conservação espécies como atracões; Estabelecimento de áreas protegidas ou conservadas para atender às exigências turísticas
<b>Erosão e danos físicos</b>	Alteração do risco de ocorrência de deslizamento/movimentação; Danos nas características geológicas; Erosão do solo;	Utilização das receitas do turismo para financiar a reparação do solo e recuperação do local; Melhoria das infraestruturas necessárias ao desenvolvimento da atividade turística.
<b>Poluição</b>	Poluição das águas pela descarga de detritos, derramamentos de óleo/petróleo; Poluição do ar por emissão de veículos, queima de combustíveis para aquecimento e iluminação; Poluição sonora devido ao transporte de turistas a suas atividades	Surgimento de programas de limpeza para proteger a atratividade dos locais para os turistas
<b>Recursos Base</b>	Esgotamento das águas subterrâneas e superficiais; esgotamento de combustíveis fósseis na geração de energia para as atividades dos turistas; Esgotamento de recursos minerais para materiais de construção; Exploração excessiva de recursos biológicos; Alteração nos padrões hídricos	Possibilidade de melhoramento ou desenvolvimento de novas fontes de abastecimento.
<b>Danos Visuais/Estruturais</b>	Transferência de solos para o turismo (por exemplo, transformação de solo agrícola para a atividade turística) Impacto visual negativo sobre paisagens naturais e não- naturais por meio do desenvolvimento do turismo; Introdução de novos estilos arquitetónicos; Alterações nas funções (urbanas); Expansão física das áreas edificadas	Introdução de novos usos para terras sem uso ou improdutivas; Melhoria da paisagem (por exemplo, impedimento do abandono da área urbana e reutilização de edifícios abandonados); A regeneração e / ou modernização de ambiente construído;

Fonte: Hunter & Green (1995) *apud* Mason (2003)

Para Lickorish e Jenkins (2000), o surgimento de impactos positivos ou negativos provocados pelo turismo, depende de como o desenvolvimento é planejado e controlado. Segundo estes, os principais impactos negativos provocados pelo turismo, recaem sobre: a poluição da água; poluição do ar; poluição sonora; poluição visual; sobrelotação e congestionamento; problemas quanto ao uso de terras; rutura ecológica; danos no meio ambiente; danos em locais históricos e arqueológicos e despejo impróprio de lixo. No que toca aos impactos positivos, temos a preservação de importantes áreas naturais, preservação de locais históricos e arqueológicos; melhorias na qualidade ambiental e melhorias na infraestrutura. Porém, defendem, que isto não significa que estes impactos tenham, obrigatoriamente de acontecer numa determinada área turística, ou seja, a sua incidência depende do tipo e da escala do desenvolvimento do turismo e das características ambientais de cada área.

Williams (1998), também, corrobora, esta teoria, alegando que a diversidade dos impactos ambientais do turismo e a sua gravidade pode variar geograficamente consoante uma série de fatores, entre os quais, podemos destacar: a natureza e escala dos efeitos do turismo, a frequência da atividade (sazonal ou contínuo) e as características do destino turístico (estruturais e naturais).

No entanto, o conhecimento atual sobre os impactos ambientais do turismo ainda é bastante limitado e de difícil delimitação, não sendo fácil separar os impactos ambientais atribuídos ao turismo dos efeitos provocados por outros setores de atividade (Holden, 2008 *apud* Li, 2013).

Assim, com o aumento do turismo a nível mundial e por forma a tornar possível uma proteção efetiva do ambiente e uma minimização dos impactos sofridos, torna-se imprescindível uma colaboração conjunta de todas as partes envolvidas neste processo. Neste sentido, Wall e Mathieson (2006) listaram um conjunto de técnicas que poderiam ajudar no controle dos visitantes nos destinos turísticos e mitigar os seus impactos a nível ambiental, como por exemplo: regular o acesso de visitantes a determinados locais, através de um limite máximo de visitação diário e comunicação dos comportamentos permitidos; realização de pesquisas de mercado e marketing; monitorização dos visitantes e realização de pesquisas; implementação de programas de educação ambiental, entre outros.

Em súmula, o turismo durante muito tempo foi entendido como uma indústria não poluidora. Todavia, este como qualquer outro setor de atividade acaba, inevitavelmente por produzir impactos a nível ambiental, sendo os impactos negativos mais evidentes a poluição (ar, água e sonora), acumulação de lixo, congestionamento e os positivos a potencial preservação de áreas naturais e de locais históricos e arqueológicos; melhorias na qualidade ambiental e nas infraestruturas.

### 2.1.3.3. *Impactos Socioculturais*

O turismo apresenta-se como um fenmeno caracterizado pela relação bilateral estabelecida entre o turista e a comunidade local.

Mathieson e Wall (1982), definem os impactos socioculturais como “impactos nas pessoas”, correspondendo “ forma como o turismo contribui para a ocorrência de mudanças no sistema de valores, nos comportamentos individuais, nas relações familiares, nos estilos de vida coletivos, nas condutas morais e na própria organização da sociedade”. (Pizam & Milman, 1984:11 *apud* Haralambopoulos & Pizam, 1996:503).

Todavia, esta tipologia de impacto é, normalmente, menos tangível e mais difícil de quantificar por comparação aos impactos económicos (Lage & Milone, 2000), mas nem por isso são menos importantes (Lickorish e Jenkins, 2000). Thomason *et al.*, (1979) *apud* Li (2013), afirmam que esta dificuldade advm do facto destes impactos estarem em constante mudança ao longo do tempo, o que torna crucial a monitorização dos mesmos, em substituição de uma avaliação realizada em função das apreciações individuais, efetuadas num determinado momento.

Os impactos socioculturais são provocados essencialmente pelo contacto estabelecido entre o visitante e a comunidade local que o recebe. Segundo deKadt (1979) *apud* Santos (2011) o contacto turista/residentes faz-se em três ocasiões:

1. O turista compra bens e serviços dos residentes;
2. Os turistas e residentes partilham os mesmos espaços físicos (praias, espetáculos);
3. Os turistas e residentes encontram-se para trocar conhecimentos e ideias.

Contudo, o carácter dicotómico do turismo e o grau dos seus impactos nas localidades turísticas receptoras, podem variar em consequência de um conjunto de fatores, tais como (Swarbrooke, 1999):

1. A força e a coerência da sociedade e da cultura local;
2. Natureza do turismo praticado;
3. O nível de desenvolvimento económico e social da população receptora em relação aos turistas;
4. As medidas tomadas, pelo setor público, para administrar o turismo de modo a minimizar seus custos socioculturais.
5. Características socioeconómicas e características do turismo na região receptora, como sejam:

Segundo Swarbrooke (1999), os impactos socioculturais são, normalmente, mais evidentes em países em desenvolvimento, onde a maioria dos turistas são provenientes de países desenvolvidos.

Apesar dos impactos sociais e culturais serem, comumente, discutidos em conjunto, existem algumas diferenças entre estas duas componentes. Os impactos culturais, normalmente, incidem sobre impactos relacionados com as relações interpessoais, conduta social, crime, segurança, religião, língua e saúde. Enquanto os impactos culturais recaem sobre a vertente material e não-material da cultural, como por exemplo, edifícios religiosos e culturais, artefactos (Wall & Mathieson, 2006).

Segundo Sharma (2004), o desenvolvimento turístico é, frequentemente e erradamente, acusado de ser o principal agente promotor de mudanças sociocultural nas comunidades receptoras, sendo as mesmas vistas como “vítimas”, a quem são impostas mudanças sociais e culturais trazidas pelo turismo. Esta situação, acaba por camuflar e minimizar os impactos positivos proporcionadas ao bem-estar cultural e social das comunidades locais.

Todavia, como qualquer impacto turístico, os impactos sociais e culturais podem ser positivos ou negativos.

Ao nível dos impactos positivos, Dogan (1989) sugere que o turismo pode melhorar os serviços oferecidos à comunidade pelo incremento do desenvolvimento de atividades culturais e o aparecimento de mais infraestruturas culturais e recreativas. Enquanto para Inkson e Minnaert (2012), os potenciais impactos socioculturais positivos do turismo, resumem-se a:

1. Um melhor conhecimento entre culturas (O turismo pode ser visto como uma oportunidade para compreender melhor as pessoas, os lugares e as culturas, contribuindo para o crescimento de um crescente entendimento, tolerância e respeito por diferentes culturas e crenças).
2. Um reavivamento da cultura local (a admiração dos turistas pela cultura local, arte, tradições e costumes podem aumentar o orgulho pela própria cultura na comunidade local, o que poderá conduzir a um reavivamento de culturas que poderiam estar esquecidas ou em declínio).
3. Melhoria nos padrões de vida (o desenvolvimento do turismo requer um melhoramento das infraestruturas, podendo estas melhorar em simultâneo a qualidade de vida das populações locais (ex. melhores acessibilidades e o surgimento de mais infraestruturas culturais, desportivas e recreativas).

Por sua vez, Guo *et al.*, (2014) e McDowall e Choi (2010), Liu e Var (1986) constataam que os principais impactos positivos mencionados recaem sobre o surgimento de um maior sentimento de orgulho pela própria comunidade, revitalização do artesanato local e do património, promoção da educação ambiental e criação de parques e áreas recreativas, aumento do interesse por outros países, troca social e cultural com os turistas, surgimento de um espírito de unidade e comunidade, aumento da qualidade de vida, investimento, preservação e suporte das tradições locais e da cultura. Porém, se por um lado o turismo ajuda à manutenção das tradições, festividades e cerimónias religiosas, podem surgir transformações na cultura local induzidas pelo turismo.

Ap e Crompton (1998), defendem que as características culturais da comunidade receptora podem sofrer uma certa erosão com o tempo, principalmente através da identificação dos mais jovens com os valores culturais dos turistas, configurando um potencial impacto negativo.

No que concerne aos impactos negativos, existe na variedade de consequências a nível sociocultural provocadas por esta atividade mencionada ao longo das últimas décadas na literatura. Dogan (1989) menciona, como principais custos, o declínio das tradições, aumento do materialismo e da taxa de criminalidade, prostituição surgimento de conflitos sociais e manifestações populares. Guo *et al.*, (2014), adiciona a estes impactos, o aumento das taxas de divórcios, do alcoolismo, do consumo de drogas e diminuição da motivação escolar nas crianças. Mason (2003), refere, também, o aumento da prostituição, das manifestações públicas de afeto, do crime em geral e a perda de identidade cultural, principalmente quando os turistas são provenientes de países desenvolvidos e em turismo em países em desenvolvimento.

McDowall e Choi (2010) ainda somam a estes o surgimento de dificuldades na produção de produtos locais para satisfação das necessidades dos turistas e mudanças no estilo de vida. Por seu turno, Liu e Var (1986), não conseguiram obter, junto da maioria da população que estudaram, atribuição de impactos negativos a nível sociocultural provocados pelo do turismo, chegando mesmo a declarar que a indústria turística não afeta, nem tem relação direta com a taxa de criminalidade.

De forma sucinta, apresentamos alguns estudos realizados, ao longo das últimas décadas, onde são expostas perceções obtidas, relativamente, aos impactos socioculturais (Tabela 4 e 5):

Tabela: 4. Impactos Positivos Socioculturais Percecionados

Impactos Positivos	Estudos Realizados
Melhor conhecimento entre culturas	Ap & Crompton (1998); Liu, Sheldon & Var (1984); Besculides, Lee & McCormick (2002); Siriporn & Youngsoo (2010); Esman (1984); Cave (2003); Besculides, Lee & McCormick (2002); Su & Teo (2008); Inkson & Minnaert (2012)
Reavivamento da cultura local	de, Kadt (1979); Mason (2003); Siriporn & Youngsoo (2010); Cohen (1984); Cave (2007); Feng (2008); Ryan's <i>et al.</i> , (2011); Inkson & Minnaert (2012)
Aumento do orgulho pela comunidade	Ap & Crompton (1998); Lindberg & Johnson (1997); Beekhuis (1981); Siriporn & Youngsoo (2010); Esman (1984); Feng (2008); Ryan <i>et al.</i> , (2011); McDowall & Choi (2010)
Promoção da troca cultural	Belisle & Hoy (1980); Liu, Sheldon & Var (1984); Williams & Lawson (2001); Beekhuis (1981); Lindberg & Johnson, (1997); Su & Teo (2008); Ryan's <i>et al.</i> , (2011);
Melhoria nos padrões de vida e aparecimento de mais infraestruturas culturais e recreativas	Dogan (1989); Inkson & Minnaert (2012); Lankford & Howard (1994), Williams & Lawson (2001); Settina & Richmond (1978); Pizam (1978)

Fonte: Adaptado de Li (2013); Dogan (1989); Mason (2003); Guo *et al.*, (2014); McDowall & Choi (2010); Inkson & Minnaert (2012)

Tabela: 5. Impactos Negativos Socioculturais Percecionados

Impactos Negativos	Estudos Realizados
Aumento do congestionamento do tráfego, da taxa de criminalidade, alcoolismo, consumo de drogas, poluição, barulho, conflitos sociais e manifestações populares	Nicholls (1976); Ryan & Gu (2009); Travis (1982); Andereck (1995); King, Pizam & Milman (1993); Backman & Backman (1997); Weaver & Lawton (2001); Yang, Ryan & Zhang (2012); Dogan (1989); Mason (2003); Guo <i>et al.</i> , (2014),
Declínio e transformações nas tradições e na cultura local	Dogan (1989); Ap & Crompton (1998); Hackley (1999); Master & Prideaux (2000); Hinch & Li (1994); Mason (2003)
Aumento do “materialismo”	Dogan (1989)
Dificuldades na produção de produtos locais para satisfação das necessidades dos turistas	McDowall & Choi (2010)
Mudanças no estilo de vida e dos valores familiares	McDowall & Choi (2010); Kousis (1989); Wilkinson & Pratiwi (1995); Dogan (1989); Fan, Wall & Mitchell (2009); Sun & Teo (2009)
Comercialização da Cultura	Cohen (1988); Kala (2008); Cave (2009); Sun & Teo (2009)

Fonte: Adaptado de Li (2013); Dogan (1989); Mason (2003); Guo *et al.*, (2014); McDowall & Choi (2010); Inkson & Minnaert (2012).

De forma concisa, podemos depreender que os impactos socioculturais surgem como resultado do contacto estabelecido entre os residentes locais e os visitantes e que a intensidade e a forma desses impactos variam consoante do tipo de turista, das diferenças culturais entre os grupos, do grau de adaptação dos visitantes e dos costumes locais. Tendo em conta que a visão face aos impactos provocados pelo turismo pode variar mediante a influência ou não de um conjunto de diversos fatores, dedicaremos o próximo ponto, à realização de uma breve contextualização ao conceito de perceção e ao leque de fatores que podem condicionar a mesma, face aos impactos provocados pelo desenvolvimento do turismo.

#### 2.1.4. Fatores que influenciam as perceções perante o turismo

O turismo, apresenta-se como um setor, profundamente dependente, do apoio e da colaboração dos residentes para conseguir alcançar um desenvolvimento bem-sucedido e realizado de forma sustentável, ou seja, o sucesso do turismo estará ameaçado caso seja planeado ou desenvolvido sem o conhecimento e a cooperação da população residente (Gursoy *et al.*, 2002). Vários autores (Anderleck & Vogt, 2000; Andriotis, 2005; Byrd *et al.*, 2009, entre outros), destacaram a importância de considerar a opinião dos vários *stakeholders*, acentuando que sem o suporte destes torna-se impossível gerir e planear o turismo de forma sustentável. A perceção dos *stakeholders* face ao turismo reflete-se nas suas atitudes, assim como relativamente aos impactos positivos e negativos sobre a comunidade e os benefícios individuais obtidos como resultado do crescimento do setor (Cañizares *et al.*, 2014).

Assim, compreender as perceções da comunidade local e os fatores que as influenciam, torna-se essencial, para obter um suporte favorável ao processo de desenvolvimento turístico.

Tradicionalmente considera-se a perceção como o processo pelo qual entramos em contato com a realidade, sendo estudada por Skinner, entre 1945 e 1974, como uma “cópia mental” do mundo percebido (Lopes & Abid, 2002:130), ou seja, corresponde à receção e processamento da informação recolhida perante o contacto da realidade, condicionada pelos

valores e expectativas do indivíduo perante determinada situação/facto. Já no entender de Daron e Pairot (2001) *apud* Santos (2011), a percepção é uma construção mental que se define por ter a função de captação de informação dos acontecimentos do meio exterior, ou do meio interno, através de mecanismos sensoriais.

Segundo Dortier (2004) *apud* Santos (2011), as percepções não se traduzem numa mera absorção da realidade que se processa de forma passiva, pois o indivíduo ao entrar em contacto com o mundo exterior efetua um processo seletivo da realidade física em que se encontra, sendo as informações provenientes do mundo exterior seleccionadas e codificadas de forma distinta de indivíduo para indivíduo, resultando numa leitura da realidade. Assim, pode-se concluir que as percepções não são inatas, são construídas ao longo do tempo e através de um constante processo de aprendizagem, influenciado por fatores externos e internos (Cañizares *et al.*, 2014).

Grande parte da investigação focada nas atitudes dos *stakeholders* face ao turismo tem sido focada na identificação, análise e comparação das variáveis que podem estar na origem da percepção do turismo e dos seus impactos (Sharpley, 2014). Neste contexto, analisaremos a tipologia proposta por Harril (2004), mediante a qual, as percepções podem ser influenciadas por três grupos de fatores: fatores socioeconómicos, espaciais e de dependência económica.

#### *2.1.4.1. Fatores Socioeconómicos*

O uso de fatores socioeconómicos para explicar as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento turístico, tornou-se algo muito utilizado por vários investigadores (Allen *et al.*, 1993; Brougham & Butler, 1981; Girard & Gartner, 1993; Harrill & Potts, 2003; Liu & Var, 1986; Nunko & Gursoy, 2011; Mason & Cheyne, 2000, entre outros), onde variáveis como a etnia, o tempo de residência, idade e género, foram usadas, como parte formal das hipóteses referentes às atitudes dos residentes (Harril, 2004).

Todavia, apesar da recorrente utilização destas variáveis no estudo da relação entre fatores socioeconómicos e as atitudes dos residentes, a literatura defende que estes fatores podem, por vezes, apresentar um papel menor de importância ou até mesmo contraditório na

explicação desta relação (Perdue *et al.*, 1990). Por outras palavras, a mesma variável pode estar associada a diferentes posições e atitudes ou até mesmo não exercer uma influência direta sobre uma determinada população e exercer sobre outra.

A correlação entre a etnia, o tempo de residência e idioma e as atitudes dos residentes foram estudadas por autores como Brougham e Butler (1981), Seldon e Var (1984), Um e Crompton (1987), Girard e Gartner (1993), Liu e Var (1986) e Allen *et al.*, (1993).

Segundo o estudo realizado por Brougham e Butler (1981) na Escócia, existem diferenças significativas nas atitudes dos residentes em virtude de um conjunto de características como: o contacto com os turistas, o tempo de residência, a idade e o idioma. Para estes autores, os indivíduos com menor contacto com os turistas, os residentes de longa duração e os mais idosos revelam atitudes menos positivas relativamente ao desenvolvimento do turismo e aos seus impactos. No Norte de Gales, Sheldon e Var (1984), também puderam chegar à conclusão que as atitudes dos residentes estavam relacionadas com fatores culturais, na medida em que nativos se apresentaram mais sensíveis aos impactos sociais e culturais do turismo do que os não nativos.

Na mesma linha de pensamento, Um e Crompton (1987), concluíram que a etnia desempenha um papel crucial nas atitudes dos residentes, pois quanto mais ligado o indivíduo se sente em relação à comunidade de nascimento, à herança cultural e ao tempo de residência, menores são os impactos positivos percebidos. De acordo com Auh e Cook (2009), os moradores que vivem há mais de 10 anos numa determinada comunidade apresentam-se emocionalmente mais ligados à comunidade e expressam mais satisfação do que os residentes de curto prazo. Todavia, Girard e Gartner (1993) salientam que, a curto ou a longo prazo, os portadores de segundas residências acabam por demonstrar satisfação com o incremento de bens e serviços provenientes do desenvolvimento turístico.

Em oposição a esta teoria, Liu e Var (1986), McCool e Martin (1994) e Allen *et al.*, (1993), defendem que não existem diferenças significativas nas atitudes dos residentes, tendo por base variáveis como a etnia, ligação à comunidade e tempo de residência. Todavia, McColl e Martin (1994), apesar não verificarem uma clara ligação entre o tempo de residência e ligação à comunidade e as atitudes, puderam chegar à conclusão que quer os residentes de longa de duração, quer os residentes mais recentes demonstram uma forte ligação à comunidade, especialmente nas áreas rurais, escolhidas por eles para residir. Esta

conclusão corrobora a tese defendida por William *et al.*, (1992), que na maioria dos casos a ligação à comunidade não é estabelecida em função da rede de amizades, mas sim não através da escolha dos residentes de um local com certos atributos que têm como indispensáveis para se tornarem parte dele.

A idade dos residentes também surgiu, em alguns estudos, como influência direta das atitudes face ao turismo. Para Andereck e Nyaupane (2010), Haralambopoulos e Pizam (1996) e Vareiro *et al.*, (2013) os residentes mais idosos possuem uma perceção mais negativa do turismo do que os residentes mais jovens. Segundo, Tomljenovic e Faulkner (1999), tanto os residentes mais idosos como os mais novos, adotam uma posição favorável ao desenvolvimento turístico. Contudo, notam que os primeiros são mais tolerantes em relação aos turistas e menos preocupados com as consequências ambientais causadas pelo turismo. De acordo com Williams e Lawson (2001), apesar de também, terem chegado à conclusão que a população mais idosa tem tendência a ser menos apoiante do desenvolvimento turístico em espaço urbano, revelam que a mesma se demonstra bastante preocupada com o ambiente, com os valores da comunidade e com o papel da população local na manutenção do controle da sua própria comunidade. Contrariamente a estes, Ward e Berno (2011) defendem que os indivíduos mais idosos revelam ser mais complacentes e com uma atitude mais positiva para com os turistas.

Relativamente ao factor escolaridade, existem, à semelhança das restantes variáveis, estudos contraditórios na verificação da sua relação com as atitudes reveladas. Por um lado, surgem teorias que atestam que os residentes com níveis mais elevados de escolaridade e cultura expressam um maior apoio e uma atitude mais positiva face ao turismo (Haralambopoulos e Pizam, 1996; Hernandez *et al.*, 1996; Teye *et al.*, 2002; Vareiro *et al.*, 2013). De acordo com Teye *et al.*, (2002), no caso dos residentes do Ghana, esta realidade pode ser explicada pelo facto de, nos últimos anos, diversos meios comunicação social nacional e local terem vindo a divulgar em inglês os benefícios e a importância do turismo, o que conduz a que as pessoas mais qualificadas estejam mais familiarizadas e conscientes dos potenciais benefícios, do que as pessoas com menores níveis de instrução. Por outro lado, estudos que utilizam os mesmos argumentos para atestar o oposto, ou seja, declaram que os residentes com mais instrução exibem atitudes menos positivas e benévolas, relativamente, aos impactos do turismo, pois detêm um maior conhecimento dos seus

impactos negativos, do que as pessoas com um baixo nível de escolaridade (Andriotis & Vaughan, 2003; Wang, 2006), ao mesmo tempo que demonstram uma maior preocupação face a potenciais impactos sociais e ambientais (Andriotis & Vaughan, 2003).

Por fim, temos a variável género, Mason e Cheyne (2000), Harrill e Potts (2003) e Nunkoo e Gursoy (2012) concluíram através das suas pesquisas, que os indivíduos do sexo feminino assumem uma postura mais negativa, do que os indivíduos do sexo masculino, em relação ao desenvolvimento do turismo. Estes autores sugerem, que este cenário poderá estar, intimamente, relacionado com possíveis diferenças a nível da posição salarial e profissional de cada género. Nunkoo e Gursoy (2012), revelam que os indivíduos do sexo feminino se apresentam mais atentos aos impactos negativos do turismo e mais apoiantes para o desenvolvimento do turismo na comunidade. Contudo, também, salientam que este resultado pode estar, simultaneamente, relacionado com o facto deste género estar mais orientado para a comunidade, enfatizando a sensibilidade e a preocupação para com os outros. Já Ritzdorf (1995) *apud* Harrill (2004) defende que esta posição surge como resultado das perspetivas femininas da vida em espaço urbano, associando o crescente volume de turistas ao decréscimo da segurança e aumento de benefícios económicos marginais. Por outro lado, Simão e Mósso (2013), revelam, através do estudo realizado na ilha do Sal, que, de forma geral, não existem diferenças significativas, entre os géneros face ao desenvolvimento do turismo.

Todavia, para além dos fatores socioeconómicos, a literatura ainda contempla os fatores espaciais e os impactos económicos como variáveis impulsionadoras das atitudes face a este fenómeno.

#### *2.1.4.2. Fatores Espaciais*

Em vários estudos verifica-se o uso de fatores espaciais, relacionados com o turismo, para analisar a sua influência nas atitudes dos residentes, consoante o grau de contacto “físico” ou de interação com este setor de atividade. Esta variável é medida segundo a análise de três indicadores: a distância física entre a morada de residência e as principais zonas de turismo (Belisle & Hoy, 1980; Sheldon & Var, 1984; Gursoy & Jurowski, 2002; Harrill &

Potts, 2003; Haley *et al.*, 2005; Korça, 1998), a concentração dos turistas numa determinada região (Pizam, 1978; Tyrell & Spaulding, 1984) e a dualidade entre os espaços rurais-urbanos e a sua influência nas atitudes dos residentes (Pearce, 1980; Sheldon & Var, 1984).

No que concerne ao indicador da distância física entre a residência e as principais zonas de turismo, Belisle e Hoy (1980), Sheldon e Var (1984) e Haley *et al.*, (2005), concluíram que os habitantes que vivem mais próximo das áreas de turismo apresentam uma posição mais positiva em relação ao turismo, por comparação com indivíduos que vivem mais afastados destas áreas, em espaços, maioritariamente, residenciais. Em oposição a esta perspectiva, Korça (1998), Harrill e Potts (2003) e Gursoy e Jurowski (2002), defendem que os residentes com atitudes mais negativas face ao turismo, encontram-se a residir nas áreas centrais de turismo, enquanto que os residentes com atitudes mais positivas e com menor perceção dos seus impactos, residem em zonas mais afastadas das áreas centrais.

Relativamente ao nível de concentração turística e à sua localização em determinadas áreas, as reações podem revelar-se positivas ou negativas dependendo da forma como os residentes percecionam os impactos e da forma como utilizam estes recursos turísticos. Neste sentido, podem ser positivas quando percebem o turismo como um facto de melhoria das instalações de lazer, impulsionando a participação nas atividades recreativas (Perdue *et al.*, 1987; Allen *et al.*, 1993). Por outro lado, podem ser negativas se os residentes considerarem que o turismo pode provocar a superlotação ou a expulsão da população residente dos locais de lazer (O'Leary, 1976 *apud* Royo & Ruiz, 2009).

Segundo Pizam (1978), uma elevada concentração de infraestruturas e serviços turísticos numa determinada área de destino, conduz à ocorrência de atitudes negativas, relativamente, ao desenvolvimento turístico. No seguimento desta visão, Tyrell e Spaulding (1984), acrescentaram a esta teoria, que apesar dos residentes estarem de acordo com o desenvolvimento turístico, não concordam totalmente com a localização das suas atividades, pois esta obriga-os, muitas vezes, a isolarem-se em suas residências, devido à confusão e ao lixo gerado pelas mesmas.

Por último, autores como Pearce (1980) e Sheldon e Var (1984) estudaram a relação da dualidade rural-urbano e a sua influência nas atitudes face ao turismo. Ambos chegaram

à conclusão que os residentes que vivem em áreas rurais aparentam ter atitudes menos favoráveis ao turismo do que aqueles que vivem em áreas urbanas.

#### *2.1.4.3. Fatores de Dependência Económica*

O fator da dependência económica surge, também, como uma variável de influência nas perceções dos residentes em relação ao turismo. Vários estudos demonstram a existência da relação entre o nível de dependência económica da atividade turística (a nível geográfico ou pessoal) e a forma como a atividade é percecionada, chegando à premissa que quanto maior a dependência maior é o apoio à atividade (Harril, 2004). Esta hipótese foi analisada na literatura por estudiosos como Pizam (1978), Martin *et al.*, (1998), Tyrell e Spaulding (1984), Kuvan e Akan (2005), Smith e Krannich (1998), entre outros.

Apesar da principal premissa traduzir-se na relação direta entre o nível de dependência e o apoio ao desenvolvimento do setor, existem autores que chegaram a conclusões bastante díspares relativamente a esta temática.

Por um lado, encontramos os estudos que defendem que a maioria dos indivíduos que não recebem benefícios económicos provenientes do desenvolvimento turístico, acabam por assumir uma atitude pouco a favor do mesmo, ou seja, o apoio ao turismo é frequentemente determinado e definido em função da melhor posição social e económica e da capacidade para usufruir dos seus benefícios (Martin *et al.*, 1998; Tyrell & Spaulding, 1984). Um exemplo que comprova este pensamento, foi o estudo realizado por Husband em 1989, nas áreas das Cataratas Victória, na Zâmbia, que evidenciou que os altos funcionários administrativos demonstram ser mais favoráveis ao turismo do que a baixa classe administrativa. E o estudo realizado por Kuvan e Akan (2005) que, também, indica que os residentes com trabalhos relacionados com o turismo não só exibem atitudes mais positivas, mas também são menos críticos relativamente aos seus efeitos negativos, em comparação com os residentes que não têm empregos relacionados com o setor do turismo.

Por outro lado, surgem estudos que se opõem a este princípio de interdependência. Como é o caso dos realizados por Smith e Krannich (1998) e McGehee e Andereck (2004) onde chegaram à conclusão que os moradores de comunidades mais dependentes do turismo concordam mais rapidamente que o turismo tem impactos negativos do que os residentes de comunidades que dependem menos desta atividade. Também Teye *et al.*, (2002) põe em

causa a existência de uma relação direta entre a dependência do turismo e uma atitude positiva em relação a ele. Os resultados do estudo que realizou em Ghana (África) indicam que os habitantes que trabalham em negócios relacionados com a indústria do turismo têm atitudes negativas em relação a setor. Nunkoo e Ramkisson (2010), tentam clarificar esta situação, explicando que os residentes dependentes do turismo que demonstram uma atitude negativa relativamente a esta indústria, talvez acreditem que a economia local é forte o suficiente para não depender unicamente do turismo e que possa existir outras possibilidades para a criação de rendimento para além do proveniente do setor do turismo.

Segundo Sharpley (2014), todos estes estudos sofrem da mesma fraqueza, pois apesar de identificarem as variáveis que definem determinados grupos, não conseguem explicar porque os membros destes grupos assumem, coletivamente, determinada perceção face ao turismo.

Todavia, grande parte da literatura demonstra que a maioria dos moradores, independentemente dos fatores que condicionam as suas atitudes e da sua posição face ao setor turístico, conseguem reconhecer aspetos positivos e negativos da dependência económica do turismo (Harrill, 2004).

Em suma, perante as diferentes conclusões alcançadas pelos diversos autores apresentados, é possível concluir que os fatores que influenciam as atitudes não são os mesmos para todas as comunidades, nem possuem o mesmo grau de importância em todos as análises, ou seja, as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento do turismo e aquilo que as determina variam de comunidade para comunidade e em virtude dos benefícios obtidos e dos interesses e expectativas projetadas face a este setor de atividade.

## 2.2. O Planeamento e Competitividade no Setor do Turismo

### 2.2.1. O Planeamento Estratégico

Inicialmente de origem militar, o planeamento estratégico evoluiu até aos dias de hoje, moldando-se a vários setores, desde o empresarial ao urbano, buscando responder às constantes mudanças do mercado e proporcionando assim, um maior desenvolvimento no meio ambiente onde atuam e assegurando a sua sobrevivência (Barbalho, 1997).

Segundo Hall (2008:113), o planeamento estratégico consiste no “processo pelo qual a organização se adapta ao seu meio envolvente ao longo do tempo, integrando o planeamento e a gestão num único processo e procurando lidar com as seguintes questões:

- ✓ Qual é a situação atual? (análise);
- ✓ O que se pretende atingir? (estratégia/objetivos);
- ✓ Como chegamos lá? (implementação de ações e controlo);
- ✓ Como sabemos que chegamos lá? (avaliação e monitorização)

Através de esforço disciplinado para produzir decisões e ações fundamentais, de forma racional e pró-ativa, abarcando atividades como: o estabelecimento de objetivos, estabelecimento de capacidades internas, avaliação do ambiente externo, avaliações de ações alternativas, desenvolvimento de um plano integrado para alcance dos objetivos propostos e monitorização (Andrews, 1971; Ansoff, 1965; Hofer & Schendel, 1978 *apud* Firmino, 2007:223), tendo em consideração os fatores sociais, económicos, políticos, antropológicos, tecnológicos e ambientais, assim como informações passadas, presentes e futuras (Rose, 1984 *apud* Gunn, 1993).

Gunn (1993) a partir da teoria de Lang (1988), defende que este processo pode ser desenvolvido segundo duas metodologias distintas: a metodologia *convencional* e a *interativa* (Tabela 6).

Tabela: 6. Tipos de Planeamento, segundo a teoria de Lang (1988)

Tipos de Planeamento	Características
Planeamento convencional	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Retorno da informação;</li> <li>✓ Alguma consulta;</li> <li>✓ Alguma interação com os intervenientes;</li> <li>✓ A informação como meio de alcance de melhores decisões e resultados;</li> <li>✓ Os especialistas detêm uma postura neutra;</li> <li>✓ Focalização para a manipulação dos dados;</li> <li>✓ O plano é rígido e deve ser seguido;</li> <li>✓ O sucesso é medido pela concretização dos objetivos contidos no plano.</li> </ul>
Planeamento interativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Retorno da informação;</li> <li>✓ Consulta e Negociação;</li> <li>✓ A interação ocorre desde o início, através do processo de planeamento com um amplo leque de intervenientes;</li> <li>✓ Participação aberta como meio de alcance de melhores decisões e resultados;</li> <li>✓ Os especialistas assumem compromissos e existe uma mobilização de apoios;</li> <li>✓ O plano é igual ao que concordam fazer;</li> <li>✓ O sucesso é medido pela concretização de acordos postos em prática e que resultam em mudanças.</li> </ul>

Fonte: Gunn, 1993:21.

De forma sucinta, é possível traçar noções gerais que caracterizam o planeamento. Este pode ser entendido como: um procedimento composto por um processo de tomada de decisão e de estabelecimento de estratégias/políticas de ação, que tenta condizer os objetivos e os recursos da organização com as oportunidades envolventes e tem como propósito um desenvolvimento a longo-prazo (Benckendorff & Pearce, 2003; Hall, 2008).

No turismo, o planeamento estratégico traduz-se numa sequência ordenada de ações concebidas pelo setor público para organizar, planear e controlar o desenvolvimento turístico nas áreas de destino de acordo com os objetivos e políticas traçadas (Mason, 2003; Page, 2007 *apud* Simão, 2008)

Segundo Costa (2001), o planeamento é considerado o elemento crítico subjacente ao sucesso de um destino, na medida em que permite uma reflexão sobre a realidade atual e a projeção de futuro, o que contribui para a escolhas mais acertadas em prol do êxito. O planeamento possibilita conhecer bem o destino turístico e os seus possíveis obstáculos, e permite a definição de caminhos alternativos a seguir (Petrocchi, 1998).

O planeamento estratégico turístico pode ocorrer segundo diversas *formas* (desenvolvimento, infraestruturas, uso do espaço e dos recursos, marketing e promoção), *estruturas* (diferentes organizações governamentais e não governamentais), *escalas espaciais e de governança* (internacional, transnacional, nacional, regional, local) e *escalas de tempo* (Hall, 2008).

Muito raramente, o planeamento é exclusivamente focado no fenómeno do turismo por si só, este tende a ser uma amalgama de considerações a nível ambiental, económico, político e social que refletem a diversidade de fatores que influenciam e são influenciados pelo desenvolvimento do turismo (Heely, 1981; Hall & Page, 2006 *apud* Hall, 2008)

Ao longo das últimas décadas foram surgindo a nível internacional, nacional e até mesmo local, alguns documentos estratégicos que tiveram por base esta metodologia de ação, como é o caso, a nível internacional, da Estratégia Comunitária para o Desenvolvimento Sustentável (2001), da Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo (2007). A nível nacional temos o Plano Estratégico Nacional do Turismo - PENT (2013-2015), Estratégia Nacional para o Desenvolvimento Sustentável – ENDS e o Turismo 2020 – Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Por fim, a nível Local, temos para a Região Autónoma dos Açores, o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA -2008) e o Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (2016).

Em suma, podemos deduzir que para o turismo desenvolver-se de forma eficiente e em prol da coletividade, este tem de ser planeado de forma holística, tendo por base a análise dos benefícios e dos impactos provenientes desta atividade. Contudo, há que ter em atenção, que o planeamento, por si só, não é a solução para todos os problemas deste setor, mas pode ser capaz de minimizar os potenciais impactos negativos e maximizar os seus benefícios

económicos, principalmente, quando é realizado com a participação ativa dos diversos *stakeholders*.

### 2.2.2. A importância dos *stakeholders* no processo de Planeamento do Setor do Turismo

O turismo apresenta-se como um fenómeno complexo, composto por diferentes partes e onde cada uma delas possui interesses específicos e pontos de vista distintos sobre o seu desenvolvimento e os seus impactos (Saftic *et al.*, 2011). Como tal e por forma a minimizar possíveis conflitos de interesses e buscar a construção de uma visão coletiva de desenvolvimento com base no turismo sustentável, tem havido um crescente interesse no envolvimento de múltiplos *stakeholders* no processo de planeamento e gestão deste setor de atividade económica (Araújo, 2006). Ou seja, tem crescido a noção de que um desenvolvimento turístico bem-sucedido, deve ser planeado e gerido de forma responsável, integrando a perceção das várias partes interessadas “*stakeholders*” (Byrd *et al.*, 2009).

Apesar do conceito de *stakeholders* ter surgido na década de 60, foi após o trabalho de Freeman “Strategic Management: a *Stakeholders Approach*”, em 1984, que o mesmo se disseminou (Simão, 2008). Segundo Freeman (1984:46) entende-se por *stakeholder* “qualquer grupo ou individuo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos de uma organização”, ou seja, alguém com interesse direto ou envolvimento sobre uma determinada questão (Decker *et al.*, 1996).

Os *stakeholders* são afetados de diferentes formas pelo desenvolvimento turístico: alguns podem verificar um aumento na qualidade de vida, enquanto outros um decréscimo na mesma, e alguns podem até experienciar uma mistura de ambas as situações. Perceber estas diferentes perspetivas e saber como estes são afetados pelo desenvolvimento turístico torna-se crucial para envolver de forma construtiva as partes interessadas no processo de planeamento (Chase *et al.*, 2012).

O envolvimento de múltiplos *stakeholders* no planeamento, pode facilitar a integração e resolução de várias questões sociais, culturais, ambientais, económicas e políticas relevantes no desenvolvimento sustentável (Bramwell & Lane, 2000) e beneficiar

a compreensão das necessidades e expectativas da sociedade (Caffyn & Jobbins, 2003) através de um processo mais eficiente, equitativo e harmonioso (Timothy, 1998).

Bramweell e Lane (2000), identificam um conjunto de benefícios decorrentes da participação de *stakeholders* nos processos de planeamento, como:

- Aumento da aceitação das políticas, facilitando o seu processo de aceitação e menor incidência de atitudes contrárias às decisões adotadas, provenientes do trabalho de grupo;
- Introdução do conhecimento, aptidões e outras capacidades dos vários *stakeholders* no processo de “policy-making”;
- Maior inovação e efetividade;
- Promoção de uma maior aprendizagem sobre o trabalho, capacidades e potencial dos outros *stakeholders*, assim como o desenvolvimento de capacidades de negociação, ferramenta indispensável ao sucesso de parcerias;
- Melhoria na articulação entre as ações e as políticas;
- Mais flexibilidade na elaboração das políticas e maior sensibilidade para com as circunstâncias locais e condições de mudança e adaptação;
- Incremento do conhecimento dos diversos problemas económicos, ambientais e sociais que afetam o desenvolvimento sustentável dos recursos.

Todavia, alguns *stakeholders* são mais importantes do que outros na determinação do sucesso no desenvolvimento do turismo de forma sustentável (Cooper *et al.*, 2006).

Neste sentido, ao longo das últimas duas décadas, vários autores desenvolveram propostas de classificação dos *stakeholders* por grau de importância, como poderá ser verificado através da Tabela 7:

Tabela: 7. Propostas de Classificação da Importância dos *Stakeholders*

Estudos	Classificação dos <i>Stakeholders</i>
<b>Savage et al., (1991)</b>	Avaliação do potencial de cada <i>stakeholder</i> quanto ao seu poder de ameaça ou cooperação com a organização, sendo que esta pode-se prevenir definindo que atitude assumir ante cada um deles.
<b>Clarkson (1995)</b>	Os <i>stakeholders</i> podem ser divididos em dois: os primários (aqueles que têm relações contratuais formais ou oficiais com a empresa, como clientes, fornecedores, empregados, acionistas, entre outros) e os secundários (que não possuem tais contratos, como governos, comunidade local).
<b>Mitchell, Agle e Wood (1997)</b>	Modelo de <i>Stakeholder Saliency</i> , no qual definiram que é preciso classificar os <i>stakeholders</i> em termos de poder, legitimidade e urgência.
<b>Rowley (1997)</b>	Teoria das Redes Sociais, pois as empresas não respondem simplesmente a cada <i>stakeholder</i> individualmente, mas sim à interação de múltiplas influências de todo um conjunto de <i>stakeholders</i> . A sua proposta sustenta-se em dois fatores: densidade da rede e centralidade da organização focal.
<b>Scholes e Clutterbuck (1998)</b>	Classificação dos <i>stakeholders</i> segundo os seguintes fatores: poder de influência, impacto na organização e afinidade com os objetivos da organização.
<b>Frooman (1999)</b>	Baseou-se nos recursos necessários para a organização, e estabeleceu uma matriz que relaciona o poder e a dependência entre a organização e um determinado <i>stakeholder</i> .
<b>Kamann (2007)</b>	Relacionou o poder e o nível de interesse para separar e classificar os diversos tipos de <i>stakeholders</i> . Nesta classificação, procura encontrar os <i>stakeholders</i> -chave, os <i>stakeholders</i> a manter (informados ou satisfeitos) e os <i>stakeholders</i> onde o esforço de relacionamento é mínimo, pois possuem pouco poder e pouco interesse na empresa.
<b>Fassin (2009)</b>	<p>Propôs uma nova terminologia para diferenciar os <i>stakeholder</i>, baseada em 3 Categorias: ('real') <i>stakeholders</i>, "stakewatchers" and "stakekeepers".</p> <p>Os ('real') <i>stakeholders</i> são, essencialmente, os <i>stakeholders</i> clássicos da abordagem original, aqueles que têm um interesse concreto, como funcionários, clientes, fornecedores.</p> <p>Os "stakewatchers" são atores-chave, tais como grupos de pressão, que realmente não têm um interesse direto na empresa, mas que protegem os interesses das partes reais, muitas vezes, como procuradores ou intermediários.</p> <p>Os <i>stakekeepers</i>, dizem respeito a entidades reguladoras independentes, que não têm interesse na empresa, mas têm influência e controle. Estes impõem regras e restrições, tendo a empresa pouco impacto direto sobre eles.</p>

Fonte: Adaptado de Mainardes et al., 2011.

De todas as classificações apresentadas, a de Mitchell *et al.*, (1997), tornou-se a mais conhecida e utilizada na literatura atual. Esta classificação teve como principal objetivo a distinção teórica entre *stakeholder* e não *stakeholder*, segundo a análise dos seguintes fatores: o poder, a legitimidade e a urgência.

O Poder corresponde à habilidade para levar alguém a fazer alguma coisa que não teria feito sem o ser solicitado. O poder do *stakeholder* sobre a organização pode ser coercivo (força ou ameaça), normativo (legislação, meios de comunicação) ou utilitário (detém recursos ou informações).

A Legitimidade refere-se à percepção generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis ou apropriadas, de acordo com o contexto socialmente construído. Pode ser individual, organizacional ou social.

E por fim, a Urgência, que diz respeito à necessidade imediata de ação que determina o tempo de resposta da organização relativamente às solicitações dos *stakeholders*. Deve-se considerar a sensibilidade de tempo (necessidade de velocidade na resposta da organização) e criticidade (importância do clamor ou do relacionamento da empresa com o *stakeholder* em questão). Este factor confere dinâmica ao modelo.

No âmbito do Turismo, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), os principais *stakeholders* com relevância para este setor, podem ser divididos em três categorias: a indústria, associações de defesa do ambiente e a comunidade local, composta pelos residentes, governo local, associações de comércio local e outras instituições e associações locais (Timur, 2012 *apud* Anuar *et al.*, 2012; Simão, 2008).

Em suma, o turismo é uma indústria bastante complexa que envolve um conjunto vasto de *stakeholders* com interesses díspares no setor e com percepções face ao desenvolvimento da atividade e dos seus impactos, desenvolvidas de acordo com os seus objetivos. Bem gerido, o turismo pode desempenhar um papel positivo no desenvolvimento económico, sociocultural e ambiental do destino, representando uma oportunidade de desenvolvimento significativo para muitos países e comunidades. Pelo contrário, o desenvolvimento do turismo sem controlo pode levar a impactos muito deterioráveis (UNEP, *s.d.*). Todavia, não é possível falar em envolvimento de *stakeholders*, sem mencionar o

processo, através do qual, este envolvimento se torna uma realidade: o Processo de Participação Pública.

### 2.2.3. A Participação Pública no Setor do Turismo

Participar, vai para além de estar presente, significando envolver-se no processo, dar opiniões, concordar, discordar, analisar, propor, decidir, avaliar, ou seja, não ser um mero espectador, mas sim um elemento integrante e ativo (Cordioli, 2001 *apud* Vione, 2002). Segundo Leroy *et al.*, (1997) a participação apresenta-se como “a afirmação da maturidade, de saída da cultura de assistência, clientelismo e de dependência de favores para o exercício da cidadania.”

A Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu artigo 21, atesta que “todo ser humano tem o direito de tomar parte no governo de seu país diretamente ou por intermédio de representantes livremente escolhidos” (UNESCO, 1998).

No setor do turismo, a participação pública, também, surge como uma ferramenta crucial no desenvolvimento de políticas públicas de uma localidade e a sua aplicação visa garantir o desenvolvimento sustentável da atividade por intermédio da intervenção do poder público (Massukado, *s.d*) de forma interdisciplinar e multissetorial, facilitando o surgimento de soluções mais eficazes e adaptadas à realidade individual de cada destino turístico.

Costa (2000) *apud* Simão (2008) identifica um conjunto de razões para o planeamento não ser deixado exclusivamente nas mãos dos planeadores:

- (i) os cidadãos devem ter o direito de dizer o que pretendem para o seu futuro;
- (ii) deve ser inclusivo e envolver todos os grupos com interesses “*stakeholders*”;
- (iii) as decisões participadas refletem pontos de vista amplos, melhor ajustados à realidade e fáceis de implementar;
- (iv) a responsabilidade de decidir a afetação de recursos não deve ser um processo ‘racional’ nem ‘neutral’, mas sim de discussão e de negociação entre os grupos interessados.

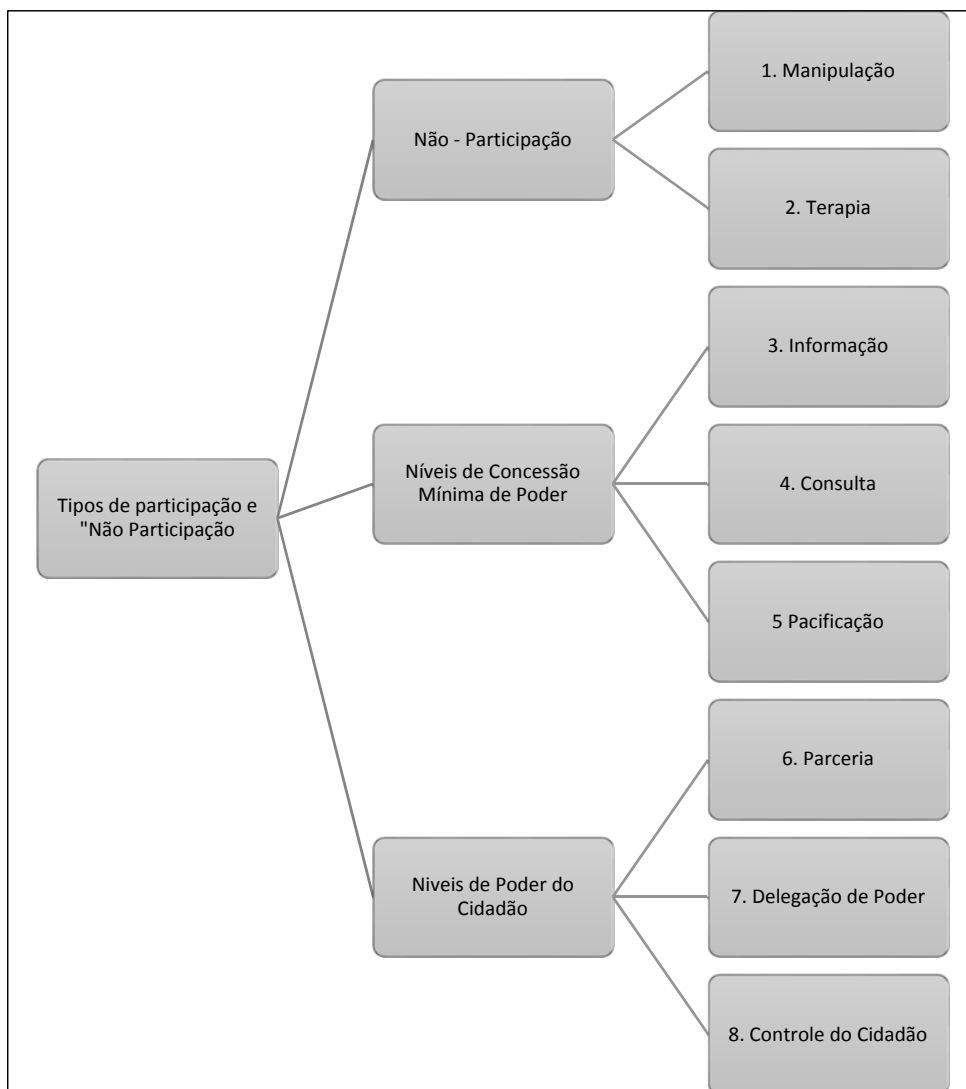
Tosun e Thimothy (2003), também enumeram um conjunto de razões pelas quais a participação da comunidade é de extrema importância no processo do desenvolvimento turístico. Assim a participação na comunidade:

- i) é um elemento vital na implementação dos planos e estratégias do turismo;
- ii) contribui para de diversas formas para o desenvolvimento sustentável do turismo;
- iii) aumenta a satisfação dos turistas;
- iv) ajuda os profissionais do turismo a desenharem planos mais eficazes e adaptados à realidade;
- v) contribui para uma distribuição justa dos custos e dos benefícios;
- vi) ajuda na satisfação das necessidades locais;
- vii) Participação da comunidade fortalece o processo democrático nos destinos turísticos.

Keogh (1990:450) *apud* Marzuki e Hay (2013:496), atesta que “o envolvimento da comunidade no planeamento do turismo pode assumir diversas formas e servir a múltiplos propósitos, mas o principal objetivo da participação pública é transformar as comunidades em cidadãos preocupados e bem informados.”

Arnestein (1969), elaborou uma tipologia, ainda, atualmente muito usada, na definição dos níveis de participação pública. Esta tipologia é composta por oito níveis de participação distintos, onde cada nível da escala corresponde ao nível do poder do cidadão em decidir os resultados (Figura 3).

Figura:3. Tipos de Participação e de “Não-Participação”



Fonte: Adaptado de Arnstein (1969)

A primeira fase é a da Não Participação, que engloba os graus da Manipulação e da Terapia.

1. *Manipulação*: em nome da participação, as pessoas são colocadas em grupos de consulta, não com intuito de dar poder de decisão aos cidadãos, mas sim com o objetivo de “educá-las” ou obter o seu apoio. Este nível representa a distorção da participação em um instrumento de relações públicas dos grupos com o poder de decisão.

2. *Terapia*: neste nível, através da promessa ilusória de envolver os cidadãos no processo de planejamento, são realizadas, por especialistas, sessões de terapia grupal, tentando, muitas vezes, ajustar os valores e as atitudes dos membros da comunidade para que se tornem mais em conformidade com os da sociedade mais ampla.

A segunda fase descreve já uma certa participação, ainda que simbólica a muitos níveis e é composta pela fase da Informação, Consulta e Pacificação.

3. *Informação*: informar as pessoas sobre seus direitos, responsabilidade e opções. Contudo, trata-se de um fluxo de informação, somente, de cima para baixo.
4. *Consulta*: caracteriza-se pela consulta das pessoas, através de pesquisas de participação (questionários, reuniões públicas, entre outros). Todavia, continua a não ser assegurado aos cidadãos que as suas opiniões sejam tidas em consideração.
5. *Pacificação*: o cidadão começa a ter certo grau de influência nas decisões, podendo participar dos processos decisórios como conselheiros, mas ainda, não como decisores.

A última fase, representa o que se pode designar de Participação, inclui a Parceria, a Delegação de Poderes e o Controlo pelos Cidadãos.

6. *Parceria*: neste nível, há uma redistribuição de poder, através da negociação entre cidadãos e decisores. Ambos concordam em compartilhar o planejamento e as responsabilidades da tomada de decisões.
7. *Delegação de Poder*: as negociações entre cidadãos e técnicos do setor público podem resultar numa delegação de poder deliberativo aos cidadãos em determinado programa ou plano.
8. *Controle do Cidadão*: neste nível o poder decisor é detido, na sua totalidade, pelos cidadãos.

Todavia, apesar da importância deste processo, nem sempre os níveis de participação correspondem ao esperado, ou seja, existe um conjunto de obstáculos que condicionam o mesmo. De acordo com Tosun (2000) estes obstáculos podem ser subdivididos em três

categorias: a) limitações a nível operacional; b) Limitações estruturais e c) Limitações culturais (Tabela 8)

Tabela: 8. Limitações à Participação Pública

Tipo de Limitação	Características
<i>limitações a nível operacional</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Centralização da Administração Pública do Turismo</li> <li>✓ Falta de coordenação</li> <li>✓ Falta de informação</li> </ul>
<i>Limitações estruturais</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Atitude dos profissionais</li> <li>✓ Dominação da elite</li> <li>✓ Falta de um sistema legal apropriado</li> <li>✓ Falta de formação dos recursos humanos</li> <li>✓ Custos relativamente elevados associados à participação pública;</li> <li>✓ Falta de recursos financeiros</li> </ul>
<i>Limitações culturais</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidade limitada de indivíduos com poucos recursos financeiros</li> <li>✓ Apatia ou baixo nível de preocupação da comunidade local</li> </ul>

Fonte: Tosun (2000:618-626)

De forma sucinta, podemos elencar que a participação pública constitui um momento crucial em qualquer processo de planeamento, e o planeamento turístico não é exceção. Este processo pode contribuir para a afirmação da democracia e para a construção de um desenvolvimento sustentável tendo por base a criação de medidas e estratégias de gestão assentes na opinião dos grupos de interesse “*stakeholders*” e nas reais necessidades da comunidade local. Ritchie e Crouch (2003), também defendem a importância deste processo na competitividade do destino turístico, na medida em que a existência de interação, diálogo e o estabelecimento de uma relação de apoio mútuo entre os diversos *stakeholders*, pode contribuir para assegurar o desenvolvimento do turismo a longo prazo e de uma forma que beneficie todas as partes interessadas, evitando a geração de conflito de interesses. Assim, no seguimento desta teoria, torna-se, também, de extremo interesse, no âmbito deste processo, perceber um pouco sobre o conceito de competitividade de um destino turístico e de que forma a mesma pode ser analisada e quais são os principais fatores promotores de competitividade de determinado destino. Para tal, será analisada a visão e o modelo de competitividade proposto por Crouch e Ritchie (1999); Ritchie e Crouch (2003).

#### 2.2.4. A Competitividade do Destino Turístico – O Modelo de Ritchie e Crouch

A forma como os destinos turísticos mantêm, protegem e fortalecem a sua posição de competitividade num mercado cada vez mais exigente, é, sem dúvida, um dos desafios mais determinantes e importantes para a indústria do turismo (Crouch, 2007), na medida em que o desenvolvimento do potencial turístico de um destino depende, maioritariamente, da sua capacidade em manter a vantagem competitiva no fornecimento de bens e serviços aos turistas.

No contexto do turismo, a competitividade tem sido considerada como a capacidade do destino para criar e integrar produtos de valor acrescentado que sustentam os seus recursos, mantendo uma posição de destaque no mercado em relação aos destinos concorrentes (Hassan, 2000 *apud* Mohammadi, 2010).

De acordo com Ritchie e Crouch (2000:306), a competitividade é a “capacidade de agregar valor e, assim aumentar a riqueza pela gestão de bens e processos através da integração dessas relações dentro de um modelo económico e social que leva em consideração o capital natural do destino e a sua preservação para as futuras gerações.” Para além da definição de Ritchie e Crouch (2000), outras definições, também, ganharam destaque na literatura, como é o caso da definição de Scott e Lodge (1985), Porter (1990), Dwyer e Kim (2003) *apud* Miki *et al.*, (2012).

Tabela: 9. Definições de Competitividade

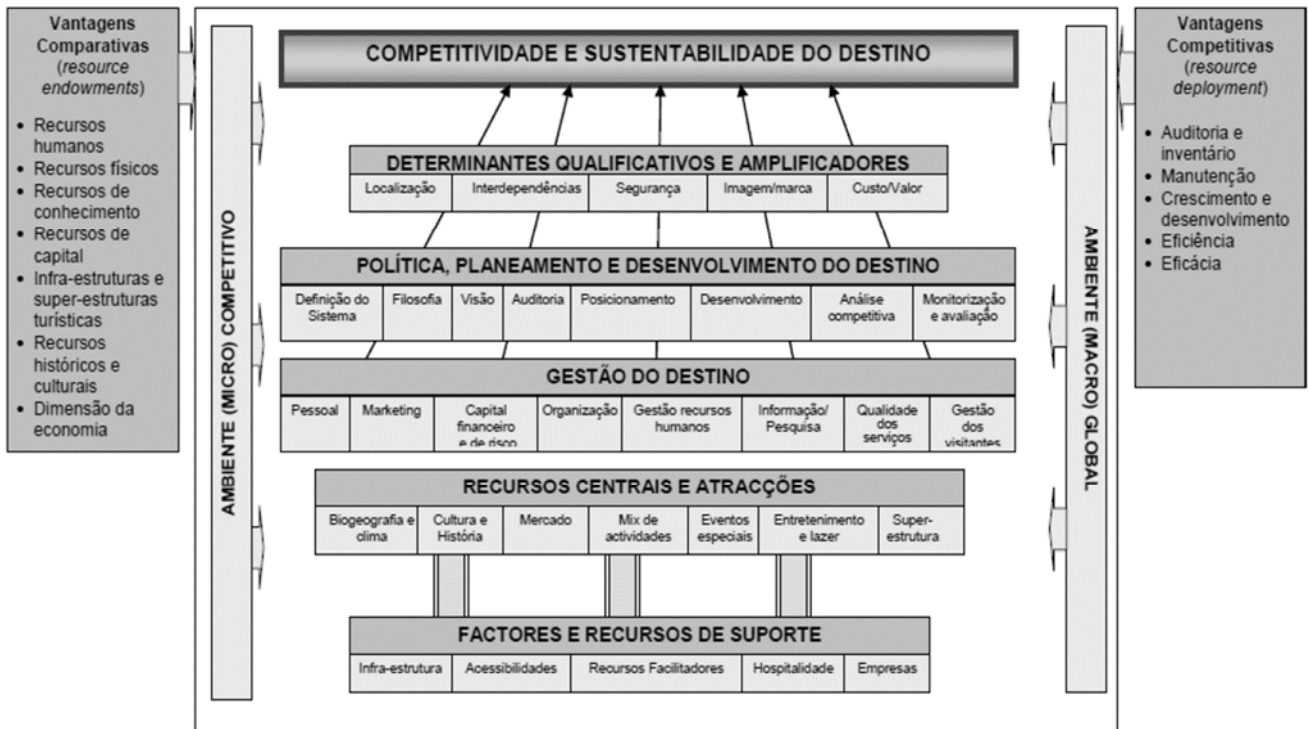
Autores	Definição
<b>Scott e Lodge (1985)</b>	“A habilidade de uma nação em produzir e distribuir bens e serviços na economia internacional, de modo que também aumente o padrão de vida da população”.
<b>Porter (1990)</b>	“O único conceito significativo de competitividade para uma nação é a sua produtividade”.
<b>Dwyer e Kim (2003)</b>	“Competitividade é a habilidade relativa do destino de conhecer as necessidades e o perfil dos turistas, para fornecer serviços e bens melhores do que outros destinos semelhantes, nos aspetos verificados”.

Fonte: Miki *et al.*, (2012)

Todavia, apesar do conceito de competitividade parecer ser algo simples de definir, quanto a tentamos quantificar, começam a surgir múltiplas dificuldades em consequência da

relatividade e multidimensionalidade do conceito (Crouch & Ritchie, 1999). Em virtude desta dificuldade, Ritchie e Crouch (2003) propõem um modelo de análise de competitividade de um destino turístico.

Figura: 4. Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos



Fonte: Ritchie & Crouch (2003)

De acordo com este modelo, a competitividade de um determinado destino turístico surge como resultado da relação de cinco grupos de fatores: a) Determinantes Qualitativos; b) Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino; c) Gestão do Destino; d) Recursos Centrais e Atrações e e) Fatores e Recursos de Suporte, influenciados por agentes macro e microambientais, que resultam em vantagens competitivas e comparativas de um destino turístico.

As vantagens comparativas são compostas pelos recursos do destino (humanos, físicos, conhecimentos, recursos de capital, infraestrutura do turismo e recursos histórico-culturais). Enquanto as vantagens competitivas dizem respeito aos recursos de implementação (auditoria e inventário, a manutenção, crescimento e desenvolvimento, a eficiência e a eficácia) (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003).

Ao nível das forças ambientais envolventes ao setor, temos o ambiente (macro) global e o ambiente (micro) competitivo. O ambiente (macro) global corresponde às grandes forças globais e externas que afetam o setor, sendo, normalmente, categorizadas em seis grupos, relacionados com mudanças económicas, tecnológicas, ecológicas, demográficas, socioculturais, políticas e legais. E o ambiente (micro) competitivo é composto pelas organizações, influências e forças com direta influência na área do turismo e da competitividade (ex. agências de viagens, restauração, hotelaria órgãos públicos e *stakeholders*, etc...) (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003).

Por último, temos a parte central do modelo, ou seja, as cinco dimensões que condicionam/fomentam a competitividade de um destino turístico. Estas são descritas por Crouch e Ritchie (1999) da seguinte forma:

1. *Recursos Centrais e Atrativos* – são os elementos primários da atratividade de um destino, representando os aspetos centrais da motivação do visitante. Incluem os seguintes componentes: aspetos naturais, culturais e históricos, elos (culturais, étnicos e históricos) com mercados emissores, conjunto de atividades oferecidas, eventos especiais e estrutura turística (acomodação, serviços de alimentação, transporte e outros atrativos).
2. *Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino* – são fatores relacionados como a definição do sistema, a filosofia, auditoria, posicionamento, monitorização e avaliação, entre outros -, com objetivos económicos sociais e outros, permitem uma orientação para a direção, forma e estrutura do desenvolvimento turístico.
3. *Fatores de Suporte e Recursos* – fatores de apoio para o desenvolvimento do destino turístico, incluindo recursos como: infraestruturas (serviços de transporte locais, saneamento básico, abastecimento de água, sistemas de comunicações, etc...), acessibilidades (regulamentação da aviação civil; vistos de entrada e permanência; capacidade aeroportuária, etc...), serviços e recursos facilitadores (instituições financeiras, recursos humanos, conhecimento, capital, etc...) suporte político que fomenta o apoio ao desenvolvimento turístico.
4. *Gestão do Destino* – atividades que fomentam a atratividade dos recursos centrais e aumentam a qualidade dos Fatores de Suporte e adaptam o destino às restrições dos Determinantes Qualificadores. Inclui os seguintes componentes: marketing,

organização do destino, manutenção da qualidade dos serviços, sistemas de informação e manutenção dos atrativos do destino.

5. *Determinantes Qualificadores* – condições situacionais que afetam a competitividade do destino, como: localização, dependência de outros destinos, segurança e custo.

Assim, é possível deduzir que o sucesso e a manutenção competitiva no mercado global não pode ser analisada de forma isolada e que está intrinsecamente depende dos recursos básicos do destino aliados a uma gestão, organização e monitorização direcionadas para o crescimento económico e competitivo (Crouch & Ritchie, 1999).

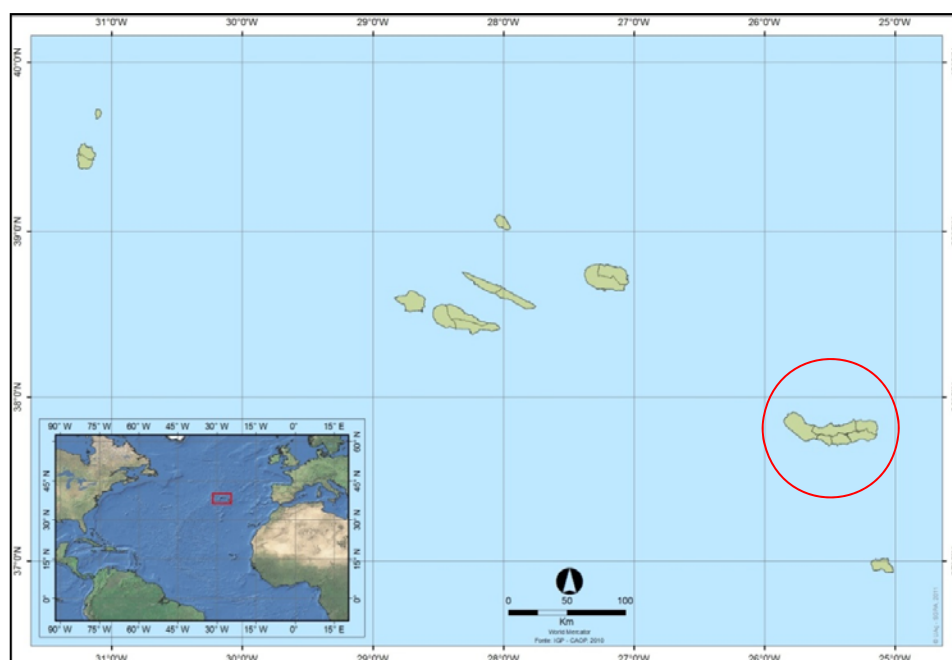
## CAPÍTULO III– CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO NA RAA – ILHA DE SÃO MIGUEL

### 3.1. Enquadramento Geográfico da Área de Estudo

O Arquipélago dos Açores, de origem vulcânica, localiza-se no Oceano Atlântico, numa faixa limitada pelos paralelos 36° 55' 43'' e 39° 43' 02'' N e pelos meridianos 24° 46' 15'' e 31° 16' 02'' W (Figura 4). Dista cerca de 1.570 km de Portugal Continental e 3.900 km da costa ocidental da América do Norte.

Os Açores são um espaço territorial descontínuo, constituído por nove ilhas distribuídas por três grupos: o Grupo Ocidental (Corvo e Flores); o Grupo Central (Terceira, Graciosa, Pico, São Jorge e Faial) e o Grupo Oriental (São Miguel e Santa Maria). As ilhas dispõem-se por aproximadamente 66.000 km<sup>2</sup>, ao longo de uma faixa de orientação NW-SE com cerca de 600 km de comprimento (Monteiro *et al.*, 2008).

Figura: 5. Enquadramento do Arquipélago dos Açores no Oceano Atlântico.

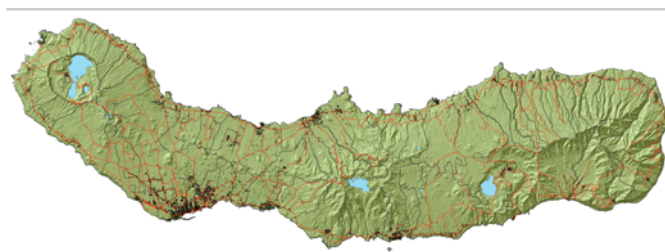


Fonte: UAç – SGPA, 2011

A superfície do Arquipélago corresponde a 2.332,7 km<sup>2</sup> e cerca de 900 km de extensão de orla costeira (Monteiro *et al.*, 2008). No entanto, as ilhas revelam dimensões muito diferentes entre si: Ilha de São Miguel - 745,8 km<sup>2</sup>; Ilha do Pico – 448,4 km<sup>2</sup>; Ilha da

Terceira – 403,4 km<sup>2</sup>; Ilha de São Jorge – 245,9 km<sup>2</sup>; Ilha do Faial – 173,8 km<sup>2</sup>; Ilha das Flores – 141,6 km<sup>2</sup>; Ilha de Santa Maria – 97,1 km<sup>2</sup>; Ilha Graciosa – 61,2 km<sup>2</sup>; Ilha do Corvo – 17,2 km<sup>2</sup> (Forjaz *et al.*, 2004).

Figura: 6. Mapa da Ilha de São Miguel



Fonte: Sistema Nacional de Informação Geográfica (SNIG), acessido a 8/10/2012

Em termos climáticos, as condições gerais do Arquipélago dos Açores são, essencialmente, ditadas “pela localização geográfica das ilhas no contexto da circulação global atmosférica e oceânica e pela influência da massa aquática da qual emergem” (Azevedo, 2015:2).

Genericamente, o clima dos Açores, possui uma amenidade térmica, elevados índices de humidade do ar, taxas de insolação pouco elevadas, chuvas regulares e abundantes e um regime de ventos vigorosos que giram o arquipélago acompanhando o evoluir dos padrões de circulação atmosférica à escala da bacia do Atlântico Norte (Azevedo, 2015).

Relativamente a quantitativos populacionais, o arquipélago, de acordo com os Censos 2011 (INE, 2011) possui cerca de 246 746 habitantes, distribuídos de forma muito desigual em todas as ilhas (a ilha de São Miguel detém cerca de 137 830 habitantes, enquanto a ilha do Corvo detém apenas cerca de 430 habitantes).

A evolução da população nos Açores é marcada por padrões demográficos bastante distintos. O pico populacional com maior relevância refere-se à década de 1960, com 327 446 habitantes. Durante as três décadas seguintes, o declínio nunca cessou, atingindo a quebra mais acentuada em 1991 (237 795 habitantes). Esta redução está diretamente relacionada com o significativo surto migratório nas ilhas entre as décadas de 60 e 70, com cerca de 100 mil emigrações. O abrandamento da emigração nos anos 80 levou a uma estabilização da população e conseqüentemente a um aumento da população residente entre 1991 e 2011, comportamento que não ocorria desde meados do século.

Tabela: 10. População Residente nos Açores 1991, 2001, 2011

Ano	Sta. Maria	S. Miguel	Terceira	Graciosa	S. Jorge	Pico	Faial	Flores	Corvo
<b>1991</b>	5948	126960	55946	5209	10249	15247	14992	4356	394
<b>2001</b>	5459	129433	54862	4667	9478	14504	14841	3904	426
<b>2011</b>	5552	137830	56437	4391	9171	14140	14994	3793	430

Fonte: INE, Censos da População 1991, 2001, 2011

Na ilha de São Miguel, a taxa de crescimento natural registou, no ano de 2011, os valores mais elevados, com cerca de 6,5% relativamente a 2001.

Nesta ilha, os centros urbanos de Ponta Delgada, Ribeira Grande e Lagoa são o reflexo das mudanças positivas de maior importância em termos de aumento populacional, especialmente Ponta Delgada. Na génese deste incremento estão o aumento das acessibilidades e da disponibilidade de serviços, que fazem com que Ponta Delgada concentre cerca de 26% da população da região e a ilha mais de metade da população açoriana.

A nível económico, o setor terciário apresenta-se como o mais representativo quer na RAA, quer na Ilha de São Miguel, detendo mais de 70% da população empregada, o que corresponde a 72441 trabalhadores na RAA e a 39536 na ilha de São Miguel (tabela 11). Neste setor, adquirem particular relevo os serviços da administração pública (incluindo segurança social, educação, saúde e apoio social), as atividades de comércio por grosso e a retalho, reparação de veículos automóveis e de motociclos e emprego no alojamento e restauração. As atividades turísticas têm vindo a assumir uma importância crescente, nomeadamente as relacionadas com o turismo em espaço rural, de natureza e de aventura (EURES, s.d).

Tabela: 11. População empregada, por setor de atividade económica

Territórios	Setores de atividade económica (2011)			
	Total	Primário	Secundário	Terciário
<b>RAA</b>	102127	8636	21050	72441
<b>RAA (%)</b>	100,0%	8,5%	20,6%	70,9%
<b>Ilha de São Miguel</b>	55352	4338	11478	39536
<b>Ilha de São Miguel (%)</b>	100,0%	7,8%	20,7%	71,4%

Fontes de Dados: INE - X, XII, XIV e XV Recenseamentos Gerais da População

Fonte: PORDATA, retirados a 25/09/2014

O setor secundário, apresenta-se em 2º lugar com mais de 20% da população empregada quer no total da RAA, quer no caso específico da ilha de São Miguel, o que corresponde a 21050 e 11478 trabalhadores, respetivamente. Neste setor a indústria transformadora assume um papel de maior relevo, coexistindo atividades viradas para a exportação, como a produção de chá e de laticínios, com outras, sobretudo orientadas para o mercado regional, como o tabaco e o vinho (EURES, s.d).

Finalmente, temos setor primário com apenas 8,5% de representatividade na RAA e 7,8% na Ilha de São Miguel. Este setor é constituído essencialmente pelas atividades agrícola e de produção animal, possui ainda uma importância significativa na economia da região. Evidenciam-se nesta área as produções de ananás, de banana e do chá, de carne bovina (região demarcada dos Açores) e produtos derivados (EURES, s.d).

### **3.2. O turismo na RAA – Ilha de São Miguel**

Numa pequena economia, como a da Região Autónoma dos Açores (RAA), o processo de crescimento e desenvolvimento económico necessita passar pela produção de bens e serviços virados para a exportação (Observatório Regional do Turismo, 2008). Assim e tendo em consideração as características naturais dos Açores, bem como a expansão da procura global, o turismo é, sem dúvida, um setor promissor, fazendo parte de um número limitado de oportunidades capazes de ampliar e diversificar a base económica de exportação da Região (Santos *et al.*, 2012).

Os Açores possuem para além da abundância e diversidade dos recursos naturais endógenos, uma extensa zona económica exclusiva marítima de 984300 km<sup>2</sup>, que possibilita e potencia a oferta de produtos temáticos ligados à natureza, ao vulcanismo, ao espaço rural e ao mar, bem como a riqueza do seu património histórico, arquitetónico e cultural, que fazem com que o turismo tenha vindo a emergir como uma alternativa estratégica para o desenvolvimento do arquipélago (Moniz, 2006).

Contudo, apesar destas características e potencialidades, a RAA foi uma das últimas regiões do País, senão a última, a investir no setor turístico como um dos principais suportes

da economia regional (Silveira & Santos, 2013). Segundo Moniz (2006), o crescimento do turismo nos Açores fez-se sentir, essencialmente, a partir de 1995.

Só em 1996, o Governo Regional, considerou o turismo como uma das áreas económicas prioritárias em termos de investimento e política, culminando em 2008, com a publicação Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA). Este Plano teve como principal objetivo definir a estratégia de desenvolvimento sustentável do setor do turismo e o modelo territorial a adotar, definindo para cada ilha os produtos turísticos estratégicos e a evolução da oferta turística até 2015.

Desde 2015, com a abertura de parte do espaço aéreo dos Açores às companhias aéreas de baixo custo, oferecendo ligações da Ilha de São Miguel para o Continente e para Londres e da Ilha Terceira para Lisboa e Porto, em conjunto com a aplicação de uma política de reencaminhamento gratuito para outras ilhas do arquipélago, permitiu incrementar concorrência e um aumentar de forma muito significativa o número de turistas na RAA (Silva, 2017).

Em termos evolutivos, de 2001 para 2016, assistimos a um crescimento positivo deste setor. Através da Tabela 12, podemos verificar que durante este período registou-se uma duplicação da capacidade de alojamento, passando de 4507 camas disponíveis para 9947 camas e um aumento de 48% no número de hóspedes de 2001 para 2011 e de 54% de 2011 para 2016, o que correspondeu a um incremento de 209244 hóspedes, em 2016, em relação a 2011.

Em termos monetários, este cenário traduziu-se num aumento dos proveitos totais do turismo para a RAA, passando de cerca de 32 milhões de euros em 2001 para mais de 48 milhões euros em 2011 e para mais de 70 milhões em 2016.

Tabela: 12. Dados do Turismo na Região Autónoma dos Açores  
2001, 2011 e 2016

	Ano		
	2001	2011	2016
<b>Capacidade de Alojamento - N° camas</b>	4 507	9 466	9 947*
<b>Hóspedes - N°</b>	257 017	382 154	591 398
<b>Proveitos Totais - €</b>	32 837 383€	48 224 895 €	70 676 092 €

\*em setembro de 2016

Fonte: SREA, 2001/2011, quadros interativos, elaborado em 24/01/2014; SREA- Turismo - Informação Estatística Mensal (2016), elaborado em 10/05/2017.

No que se refere ao caso específico da Ilha de São Miguel, é possível verificar que esta ilha apresenta uma expressiva representatividade no turismo regional, detendo mais de 50% da capacidade de alojamento e responsável por mais de 60% dos proveitos totais decorrentes deste setor de atividade.

Tabela: 13. Dados do Turismo Ilha de São Miguel  
2001, 2011 e 2016

	Ano		
	2001	2011	2016
<b>Capacidade de Alojamento - N° camas</b>	2 618	5 332	5302
<b>Hóspedes - N°</b>	120 474	210 366	348 618
<b>Proveitos Totais - €</b>	21 717 000€	21 812 000€	48 856 020€

Fonte: SREA, 2001/2011, quadros interativos, elaborado em 24/01/2014; SREA- Turismo - Informação Estatística Mensal (2016), elaborado em 10/05/2017; OTA – Análise Anual 2016.

Ao nível da sua evolução, à semelhança da realidade regional, o turismo apresentou um considerável incremento de 2001 para 2011, com uma duplicação do nº de camas e de hóspedes. Todavia, apesar deste incremento, os proveitos totais não aumentaram na mesma proporção que os dois indicadores anteriormente mencionados, verificando-se apenas uma evolução de 95 mil euros em 2011 em relação a 2001. De 2011 para 2016, apesar do nº de camas manter-se quase igual ao valor registado em 2011, verificou-se um aumento, para mais do dobro, dos Proveitos Totais, atingindo um valor superior a 48 milhões de euros, em

2016, assim como um aumento de 110 000 hóspedes, relativamente aos números registados em 2011.

Em consequência deste incremento, surgiu a necessidade de elaboração de um novo documento orientador para o setor, resultando, em 2016, na apresentação do Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA), que tem como objetivo central a definição de um conjunto de estratégias, numa abordagem dicotómica entre mercados e produtos que, com base nas necessidades do território e dos vários *stakeholders* do destino, pretende alcançar: *1. A qualificação e desenvolvimento sustentável do setor do turismo; 2. A preservação do meio ambiente e 3. Desenvolvimento da atividade turística como ferramenta de dinamização da economia regional em todas as ilhas.*

### **3.3. Produtos Estratégicos do Turismo na RAA – Ilha de São Miguel**

O turismo tem vindo a assumir-se como um dos principais setores da economia portuguesa e uma das mais importantes atividades de serviços à escala global, possuindo uma verdadeiramente importância estratégica para a economia, em virtude da sua capacidade em criar riqueza e emprego (Turismo2020, 2015). Contudo, em consequência da globalização e do enorme avanço tecnológico vivenciado, tornou-se, uma exigência vital, responder de forma positiva à competitividade do mercado, ou seja, a oferta turística tende a mudar para responder ao novo perfil dos turistas e para enfrentar a concorrência (Firmino, 2007).

Segundo Amin e Thrift (2002) e Pine e Gilmore (1999), o aumento da concorrência no mercado leva a que os "bens e serviços não sejam mais suficientes" e que os produtores devem diferenciar seus produtos, transformando-os em "experiências" que envolvam o consumidor.

Para tal, cada destino turístico necessita desenvolver uma boa estratégia de produtos turísticos para ser capaz de incrementar, promover e especializar a oferta do turismo existente numa determinada região. Este conjunto de produtos deve ter por base quer as atrações e recursos existentes, quer a existência ou não de infraestruturas, instalações e serviços essenciais, necessários para tornar o desenvolvimento do produto em realidade (Masip, 2006).

Para a Região Autónoma dos Açores, o PEMTA, defende uma aposta em produtos estratégicos assentes no desenvolvimento do Turismo de Natureza como *Produto Prioritário*, no Turismo Náutico, Touring Cultural e Paisagístico e no Turismo de Saúde e Bem-Estar, como *Produtos Complementares* e no Sol e Mar, Congressos e Incentivos e Golfe como *Produtos Secundários*.

Figura: 7. Produtos Estratégicos para o Destino – Ilha de São Miguel



Fonte: PEMTA (2016)

A definição e organização dos produtos turísticos dos Açores tem como objetivo aproveitar e potenciar as características do território, numa perspetiva de complementaridade e de valorização da experiência turística, reconhecendo cada ilha como fazendo parte do “todo” Açores, mas com especificidades muito concretas e valiosas para os visitantes.

De seguida será realizado uma breve contextualização a estes produtos e ao seu enquadramento no contexto da RAA e no caso concreto da Ilha de São Miguel.

### 3.3.1. Turismo de Natureza

O Turismo de Natureza (TN) é um termo genérico que abarca o turismo que assenta no "uso dos recursos naturais de forma rústica e simples" (Goodwin, 1996).

Em Portugal, o Turismo de Natureza encontra-se regulamentado pelo Decreto n.º 47/99, de 16 de fevereiro, posteriormente, alterado pelo Decreto-Lei n.º 56/2002, de 11 de março. Segundo este documento, o Turismo de Natureza apresenta-se como um produto turístico composto por estabelecimentos, atividades e serviços de alojamento e animação turística e ambiental realizados e prestados em zonas integradas na rede nacional de áreas protegidas, adiante designadas por áreas protegidas. Devendo desenvolver-se segundo diversas modalidades de hospedagem, de atividades e serviços complementares de animação ambiental, que permitam contemplar e desfrutar o património natural, arquitetónico, paisagístico e cultural, tendo em vista a oferta de um produto turístico integrado e diversificado.

Este produto turístico surgiu com maior importância no início dos anos 90. Desde então, tem crescido a uma taxa média anual superior a 20% (OTA, 2011), sendo responsável por mais de 22 milhões de viagens por ano, no espaço europeu, sendo a natureza a principal motivação para a deslocação (Turismo de Portugal, 2006a).

A Organização Mundial de Turismo (OMT) identificou como principais mercados emissores de potenciais consumidores de ecoturismo e turismo de natureza na Europa, o Reino Unido, a Alemanha, a Itália, a Espanha, e a França. Na América do Norte foram identificados os Estados Unidos da América e o Canadá (ICNB). Na Europa, verifica-se ainda que os países Escandinavos e a Holanda são também importantes mercados de procura deste produto turístico (OTA, 2011).

A procura turística deste produto caracteriza-se pela busca de experiências, onde o contacto com a paisagem e o ambiente são fundamentais, quer seja de forma ativa, ou de forma contemplativa, podendo o mesmo desenvolver-se em dois segmentos de mercado (AEP / Gabinete de Estudos, 2008):

- ✓ Natureza Soft – cujas experiências se baseiam na prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc.).
- ✓ Natureza Hard – que se prende com a prática de desportos na Natureza (rafting, kayaking, hiking, climbing, etc.) e/ou de atividades que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento, como é o caso do birdwatching.

Segundo o Plano de Ação Turismo2020, elaborado em 2015, os Açores possuíram as características necessárias para promoção da região como um destino “premium” de turismo de Natureza (Turismo2020, 2015).

Para além da característica insular, os Açores, apresentam recursos naturais que propiciam o desenvolvimento desta tipologia de produto, como a extensa vegetação, vasto património hídrico, clima ameno e um ecossistema único, caracterizado por uma grande biodiversidade.

Segundo o PEMTA (2016), o Turismo de Natureza tem vindo e continuará a afirmar-se, na Ilha de São Miguel através de algumas atividades terrestres como (Tabela 14):

Tabela: 14. Produtos e Subprodutos Estratégicos -Turismo de Natureza

ILHA DE SÃO MIGUEL PRODUTOS E SUBPRODUTOS		
TIPOLOGIA DE TURISMO	ATRAÇÃO PRIMÁRIA	ATRAÇÃO SECUNDÁRIA
<i>Natureza Soft</i>	Passeios a pé/Hiking Turismo em Espaço Rural (TER)	Passeios Equestres
<i>Natureza Hard</i>	Birdwatching; Geoturismo; BTT; Canoagem/Kayaking; Downhill; Parapente;	Canyoning

Fonte: Adaptado de PEMTA (2016)

### 3.3.2. Turismo Náutico

O Turismo Náutico, por sua vez, é uma tipologia de turismo, que advém do turismo desportivo, direcionado para desportos indissociáveis do meio aquático/ marítimo. Este pode ser dividido em três segmentos: cruzeiros, náutica (de recreio ou desportiva) e marítimoturístico; apresentando duas vertentes: a do lazer e a da competição. Este produto é, acima de tudo, caracterizado por envolver uma viagem ativa em contacto com a água, com a possibilidade de realização de todo o tipo de atividades náuticas: atividades subaquáticas, canoagem, kit surf, motonáutica, natação, pesca desportiva, pesca desportiva de alto mar, remo, esqui aquático, *surf*, *vela*, *windsurf* (Freitas, 2010).

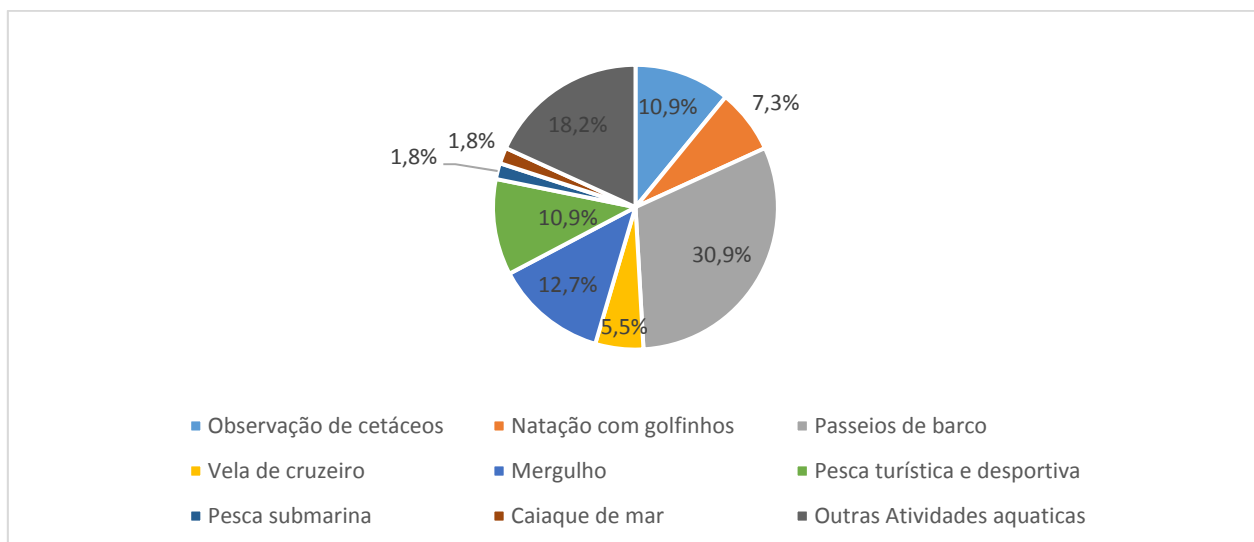
Segundo o estudo definido para o PENT, o mercado europeu da Náutica de Recreio movimenta cerca de 3 milhões de viagens internacionais por ano dentro da Europa, representando cerca de 1,15% do total das viagens de lazer dos europeus. Dentro deste subsector, destacam-se a vela e o mergulho que, no seu conjunto, possuem mais de 1 milhão de praticantes com licença federativa na Europa. O setor da náutica de recreio é um mercado que apresenta crescimentos na ordem dos 8% a 10% ao ano, especialmente nos produtos que apresentam inovações, pelo que em 10 anos, o volume do mercado europeu terá mais do que duplicado (Turismo de Portugal, 2006b).

O setor do turismo náutico tem nos Açores uma expressão quantitativa e qualitativa sem paralelo nas restantes parcelas do território nacional, apresentando um potencial de desenvolvimento e características únicas no País (Decreto Legislativo Regional n.º 23/2007/A). Os Açores possuem uma atratividade natural como destino náutico, beneficiando ainda de condições ideais para a promoção de eventos internacionais (APIA, 2010 *apud* OTA (2011). A observação de cetáceos, nomeadamente de cachalotes é, praticamente, exclusiva da Região Autónoma dos Açores, com grande destaque na Ilha de São Miguel, constituindo, devido às suas especificidades e à forma como é realizada, um dos principais cartazes de atração turística do Arquipélago (Decreto Legislativo Regional n.º 23/2007/A).

Em São Miguel, de acordo com o Gráfico 1, as empresas de atividades náuticas traduzem-se, maioritariamente, em passeios de barco (30,9%), outras atividades aquáticas

(18,2%), mergulho (12,7%) observação de cetáceos (10,9%) e pesca turística e desportiva (10,9%).

Gráfico: 1. Percentagem de empresas de atividade marítimo-turística em São Miguel



Fonte: adaptado de Silva, 2013 e DRT, 2014

Segundo o PEMTA (2016), o Turismo Náutico tem vindo e continuará a afirmar-se, na Ilha de São Miguel através de (Tabela 15):

Tabela: 15. Produtos e Subprodutos Estratégicos -Turismo Náutico

ILHA DE SÃO MIGUEL PRODUTOS E SUBPRODUTOS		
TIPOLOGIA DE TURISMO	ATRAÇÃO PRIMÁRIA	ATRAÇÃO SECUNDÁRIA
<i>Natureza Soft</i>	Passeios de barco Whale watching	Cruzeiros
<i>Natureza Hard</i>	Iatismo Mergulho Surf e Bodyboard Windsurf	Pesca desportiva Vela

Fonte: Adaptado de PEMTA (2016)

### 3.3.3. *Touring* Cultural e Paisagístico

O *Touring* Cultural e Paisagístico foi analisado pela primeira vez em Portugal em 2006, através do estudo realizado pela empresa THR a pedido do Turismo de Portugal para criar o novo Plano Estratégico Nacional de Turismo. Segundo este documento, o "*touring*" consiste na organização de "percursos em tours, rotas ou circuitos de diferente duração e extensão, em viagens independentes ou organizadas" com o objetivo de descobrir, conhecer e explorar os atrativos de uma região (Turismo de Portugal, 2006c).

Nos Açores, o *touring* de natureza é muito significativo devido à diversidade da paisagem das diversas ilhas, com os fenómenos vulcânicos (lagoas, caldeiras, crateras, grutas e fumarolas), as flores (mais de 55 plantas endémicas) e a fauna, com as aves e as baleias como os elementos mais atrativos (Turismo de Portugal, 2006c).

Para além do *touring* de natureza o PEMTA (2016), propõe uma afirmação deste produto estratégico, na Ilha de São Miguel através de (Tabela 16):

Tabela: 16. Produtos e Subprodutos Estratégicos –*Touring* Cultural e Paisagístico

ILHA DE SÃO MIGUEL PRODUTOS E SUBPRODUTOS		
TIPOLOGIA DE TURISMO	ATRAÇÃO PRIMÁRIA	ATRAÇÃO SECUNDÁRIA
<i>Touring</i> Cultural e Paisagístico	Gastronomia e vinhos Religião	Cultura Eventos/ Entretenimento Património

Fonte: Adaptado de PEMTA (2016)

### 3.3.4. Turismo de Saúde e Bem-Estar

O Turismo de Saúde e Bem-Estar tem vindo a aumentar na Europa e prevê-se que mantenha o ritmo de crescimento no futuro, principalmente, materializadas no termalismo, que está na origem no turismo de saúde (Gustavo, 2017).

A OMT define o turismo de saúde como: “O turismo de saúde pode ser amplamente definido como pessoas que viajam do seu local de residência por razões de saúde. Isso inclui visitas a spas e centros de saúde e fitness, bem como viajar para receber tratamentos que exigem uma intervenção médica mais específica, como cirurgia cosmética ou médica” (UNWTO, 2007:18).

Em Portugal, o produto Saúde e Bem-estar representava, em 2007, 1,9% das motivações dos turistas. No que diz respeito a infraestruturas, o país dispõe de termas com instalações antigas, e reduzidos serviços e atividades dirigidas aos turistas (PENT, 2007).

O Turismo de Saúde é um nicho de mercado em desenvolvimento na Região Autónoma dos Açores, devido às suas características e recursos endógenos, o destino apresenta condições para o desenvolvimento deste produto (Pereira, 2016).

Segundo o PEMTA (2016), o *Turismo de Saúde e de Bem-Estar* se irá afirmar, na Ilha de São Miguel, através de (Tabela 17):

Tabela:17. Produtos e Subprodutos Estratégicos –Turismo de Saúde e Bem-Estar

ILHA DE SÃO MIGUEL PRODUTOS E SUBPRODUTOS		
TIPOLOGIA DE TURISMO	ATRAÇÃO PRIMÁRIA	ATRAÇÃO SECUNDÁRIA
<i>Turismo de Saúde e de Bem-Estar</i>		Termalismo

Fonte: Adaptado de PEMTA (2016)

## **CAPITULO IV- CASO DE ESTUDO**

A elaboração de um problema de investigação é sempre uma descoberta, porque surge do contacto direto com a realidade social e com um conhecimento sociológico, sendo resultado das várias decisões técnicas e metodológicas do processo geral de investigação científica. “Uma investigação social não é uma sucessão de métodos e técnicas estereotipadas que bastaria aplicar tal e qual se apresentam numa ordem fixa. A escolha e elaboração e a organização dos processos de trabalho variam com cada investigação específica” (Quivy & Champenhoudt, 1995).

Este capítulo incidirá sobre: a fundamentação da metodologia utilizada no estudo, fazendo referência aos procedimentos envolvidos para a sua aplicação; descrição do processo de escolha da amostra entrevistada; apresentação do modelo de análise, onde estão elencados os objetivos a atingir.

### **4.1. Metodologia**

A metodologia de um problema de investigação social é algo de muita importância e a sua escolha é realizada, tendo em consideração o objeto de estudo em causa. A metodologia de uma pesquisa empírica é constituída por procedimentos técnicos e teóricos, procedimentos estes necessários para um conhecimento mais aprofundado da realidade a ser estudada (Almeida & Pinto, 1995).

Apesar da maioria dos estudos direcionados para a análise das perceções sobre os impactos provocados pelo turismo optar pela metodologia quantitativa (Andereck, 2005; Madrigal, 1995; Andriotis & Vaughan, 2003; Mason & Cheyne, 2000; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Perdue, 1990, entre outros) este estudo, à semelhança de alguns autores (Brunt & Courtney; 1999, Lepp, 2007 *apud* Sharpley, 2014; Mendonza *et al.*, 2011; Cervený, 2005), recorrerá ao método qualitativo.

A opção por uma metodologia qualitativa foi realizada em virtude da profundidade das informações que se pretendia obter, tentando, não apenas, obter dados gerais, mas sim opiniões/ posições dos *stakeholders* face às mudanças ocasionadas pelo crescimento do turismo, o que tornou a entrevista semi-diretiva e a análise de conteúdo, o método mais adequado para o desenvolvimento da pesquisa.

A entrevista semi-diretiva é um dos tipos de entrevista mais utilizados em investigação social, constituída por um esquema de perguntas elaborado por temas, onde a ordem destes pode ser abordada de forma livre (Quivy & Champenhoudt, 1995), permitindo obter dados descritivos da linguagem do próprio entrevistado, possibilitando ao investigador desenvolver, intuitivamente, uma ideia sobre a forma como os participantes interpretam os factos do mundo (Bogdan & Biklen, 1994). Para que as entrevistas constituam um bom instrumento de recolha de informação, é necessário que cada questão contribua para alcançar os objetivos do estudo.

A entrevista tem vindo a ser reconhecida pela necessidade de introdução de uma “voz mais pessoal” da comunidade residente nos estudos sobre os impactos turísticos (Petrezek *et al.*, 2005 *apud* Monterrubio & Bello, 2011) permitindo obter informações com um grau mais elevado de profundidade acerca do tema abordado, para além de permitir recolher os testemunhos e as interpretações dos entrevistados, respeitando os seus próprios quadros de referência (linguagem e suas categorias mentais) (Quivy & Champenhoudt, 1995).

No presente estudo, a entrevista (Anexo I) é, maioritariamente, composta por perguntas abertas, existindo algumas questões fechadas focadas para a caracterização dos entrevistados, sendo aplicada, presencialmente, a uma amostra de *stakeholders* localizados na ilha de São Miguel.

A amostra foi definida, com enfoque em *stakeholders* que se fazem representar, com maior frequência, em processos de participação pública no âmbito do setor turístico: ONG's Ambientais; Administração e Agências do Governo Regional; Associações Culturais; Especialistas e Investigadores em Turismo e Associações de Empresários, Indústria e Comércio, o que vai de encontro ao conjunto de *stakeholders* institucionais mencionados na diversa bibliografia de referência sobre esta temática.

Para escolha dos *stakeholders* foi realizada uma pesquisa online, das diversas instituições/associações que existiam na Ilha de São Miguel e fariam parte das categorias, previamente, estabelecidas. Com esta pesquisa, foi possível, identificar 19 *stakeholders* (Tabela 18):

Tabela: 18. *stakeholders* identificados na Ilha de São Miguel

<b>Categorias de <i>Stakeholders</i></b>	<b><i>Stakeholders</i> Identificados</b>
ONG Ambiente	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Associação de Municípios da Ilha de São Miguel</li> <li>2. Associação Ecológica - Amigos dos Açores</li> <li>3. QUERCUS – São Miguel</li> </ol>
Administração e Agências do Governo Regional	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Direção Regional do Emprego e Qualificação Profissional</li> <li>5. Parque Natural da Ilha de São Miguel</li> <li>6. Secretaria Regional da Agricultura e Ambiente</li> <li>7. Secretaria Regional do Turismo e Transportes</li> </ol>
Associações Culturais	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Associação Cultural e de Juventude Açores em Movimento</li> <li>9. Instituto Cultura de Ponta Delgada</li> <li>10. Casa Municipal da Cultura de Ponta Delgada</li> <li>11. Sociedade Afonso Chaves</li> </ol>
Especialistas e Investigadores em Turismo	5 (cinco) Docentes da Universidade dos Açores, de áreas científicas relacionadas com o Turismo.
Associações de Empresários, Indústria e Comércio.	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. Direção da Câmara do Comércio e Indústria</li> <li>13. Delegação da Associação da Hotelaria, restauração e similares de Portugal</li> <li>14. Associação de Jovens Empresários dos Açores</li> </ol>

Após esta pesquisa, as entidades foram contactadas via telefone/email para averiguar a disponibilidade para participação na pesquisa. No seguimento desta abordagem, o grupo de representantes dos *stakeholders* a entrevistar foi reduzido a 10 entrevistas, devido à falta de resposta por parte de algumas instituições e pela indisponibilidade de outras.

As entrevistas foram realizadas entre setembro de 2015 e dezembro de 2016, com a seguinte distribuição (Tabela: 19):

Tabela 19. *Stakeholders* Entrevistados

<b>Categorias de <i>Stakeholders</i></b>	<b><i>Stakeholders</i> Entrevistados</b>
ONG Ambiente	1. Associação de Municípios da Ilha de São Miguel (E1) 2. Associação Ecológica - Amigos dos Açores (E2)
Administração e Agências do Governo Regional	3. Direção Regional do Emprego e Qualificação Profissional (E8) 4. Parque Natural da Ilha de São Miguel (E3)
Associações Culturais	5. Sociedade Afonso Chaves (E9)
Especialistas e Investigadores em Turismo	6. Docente 1 (E5) 7. Docente 2 (E6) 8. Docente 3 (E7)
Associações de Empresários, Indústria e Comércio.	9. Direção da Câmara do Comércio e Indústria (E4) 10. Associação de Jovens Empresários dos Açores (E10)

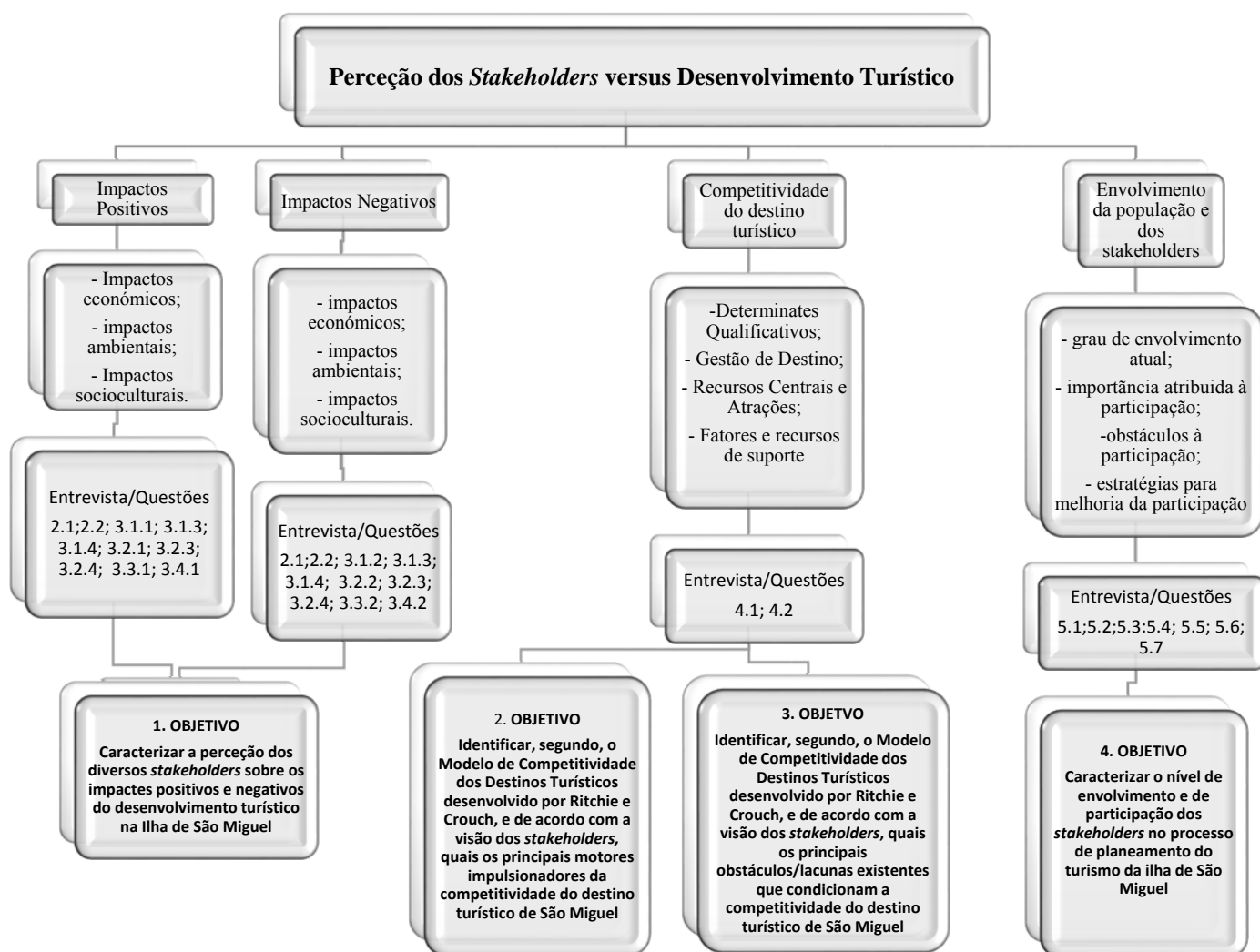
A realização das entrevistas aos representantes dos *stakeholders* foi feita presencialmente, com a exceção da entrevista realizada ao representante do Parque Natural da Ilha de São Miguel, que preferiu responder à entrevista via email. As entrevistas presenciais foram realizadas nas instalações das entidades, com recurso a gravação áudio e anotações em papel, tendo a duração máxima de 40 minutos e mínima de 27 minutos.

Após a realização das entrevistas, procedeu-se à sua transcrição e análise através da matriz de análise de conteúdo (Anexo II).

A análise de conteúdo corresponde ao tratamento do material empírico / informação recolhido através de entrevistas em profundidade. Segundo Berelson (1952) esta técnica de investigação permite a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação.

Como suporte base a esta análise foi desenvolvido o seguinte modelo de análise (Figura 8) com o propósito de alcance dos objetivos estabelecidos:

Figura: 8. Modelo de Análise das Percepções dos Stakeholders sobre o Desenvolvimento Turístico



## CAPÍTULO V- RESULTADOS

Este capítulo incide na exposição e interpretação dos resultados obtidos, pela aplicação da entrevista (Anexo I), a um conjunto de representantes de *stakeholders* do Turismo na Ilha de São Miguel e encontra-se dividido em quatro partes fundamentais, que terão como base, o alcance dos objetivos específicos, anteriormente, propostos.

### 5.1. Perceções gerais sobre o Turismo

Por forma a contextualizar a perceção sobre o estado do desenvolvimento turístico da Ilha de São Miguel, os entrevistados foram questionados sobre qual a sua visão geral, relativamente, ao turismo na ilha e a sua posição face aos benefícios *versus* malefícios deste setor de atividade. Através destas questões, foi possível apurar que, segundo a perspetiva dos entrevistados, a Ilha de São Miguel é a região do Arquipélago dos Açores com maior fluxo turístico, fruto da sua dimensão, da diversidade na oferta de infraestruturas e da multiplicidade de atividades turísticas que possui. Todavia, é ao mesmo tempo na região, a ilha que menos segue o padrão de turismo de natureza “puro”, na medida em que detém muitos traços da lógica de hotelaria tradicional que, até à liberalização do espaço aéreo, se encontrava muito sobredimensionada para a realidade turística da RAA.

*" (...) O turismo em São Miguel, talvez, seja o que é menos, no contexto dos Açores, fiel ao turismo de natureza. (...) é um turismo, muitas vezes, baseado numa lógica de hotelaria convencional (...) (E1)*

*" (...) Ilha onde se nota um maior crescimento da oferta turística, mas, também, uma maior procura, pelo que o crescimento seria inevitável. (...) julgo que o aumento da oferta hoteleira, sobretudo ao nível dos hotéis de 4 estrelas, foi demasiado ambicioso, tendo em conta o perfil do turista que nos procura, e que aprecia mais os desportos ao ar livre, caminhadas e afins, não sendo por isso um turista de classe alta". (E5)*

*"O turismo na ilha de São Miguel é mais acentuado do que nas restantes ilhas do arquipélago (...) tem mais acessos, mas beneficia, de forma geral, das mesmas valências que o restante turismo da região. Fala-se de um turismo em terra e também no mar, há muito turismo marítimo para beneficiar e usufruir das riquezas que o mar oferece". (E9)*

Desde abril de 2015, a ilha encontra-se numa fase de adaptação à nova realidade de crescimento turístico, devido à liberalização do espaço aéreo, com um fluxo de turistas muito

superior aos anos anteriores. Este “boom” turístico tem proporcionado o aproveitamento de vários espaços e infraestruturas que estavam completamente inativas e o aparecimento ou reaparecimento de várias atividades, contrariando o panorama de fraco crescimento dos setores tradicionais (pecuária, pesca, agricultura) da economia local.

*"Até abril, estivemos no ano zero, depois é que o cenário começou a mudar. Ainda é tudo muito recente e estamos a adaptarmo-nos". (E4)*

*"O turismo (...) está numa fase de adaptação a este novo turismo, despoletado pela oferta de muitos lugares de avião a preços mais acessíveis e pelo marketing muito eficiente dos operadores aéreos. (...) pequenos restaurantes e tascas rurais adaptam-se aos turistas, tentando captar esta procura adicional e muito rentável (...) despoletando uma dinâmica económica que contraria o ambiente menos otimista que abraça alguns setores tradicionais." (E2)*

*" (...) depois do aparecimento das companhias áreas "low cost", fazendo ligações diretas entre a ilha e o Continente, o turismo voltou a crescer de forma bastante acentuada. (E10)*

No que concerne aos benefícios *versus* malefícios, os entrevistados são unânimes em defender que, até ao momento, de forma global os benefícios têm sido superiores aos malefícios. A nível económico, com o surgimento de empregos, recuperação de imóveis degradados e sem uso para fins de alojamento e entretenimento turístico, o surgimento de novas atividades e empresas que possibilitaram o aparecimento de um modelo económico, não tão centrado, no monopólio da agropecuária.

*Os benefícios do turismo são, indiscutivelmente, mais benéficos que os malefícios, porque geram atividade económica e permitiram dar uma nova vida a um conjunto de imóveis que estavam sem uso, gerando condições favoráveis à sua reconversão e recuperação. Também, tem efeito no emprego e no surgimento de inúmeros pequenos negócios (...) e tratando-se de um turismo que assenta na beleza natural trouxe ainda maior preocupação com o estado do ambiente." (E2)*

*"Sim, benefícios económicos e sociais, principalmente, mais emprego". (E3)*

*" (...) a situação anterior era estranguladora e não acompanhava o desenvolvimento dos Açores. Este novo modelo, de liberalização do espaço aéreo, só iria trazer benefícios para o turismo dos Açores e devido à sua transversalidade, à globalidade da economia açoriana". (E4)*

*"Tem sido superiores. Originaram um novo modelo económico mais diversificado, não centrado, exclusivamente, na Agropecuária." (E6)*

*"(...) é uma atividade económica benéfica para os Açores, para além disso, lança os Açores para fora das fronteiras regionais, impulsionando mais esta atividade económica. É uma atividade económica que vive deste chamado "feedback"."* (E9)

A nível social, o crescimento do turismo tem possibilitado o aparecimento de políticas e comportamento mais conscientes com a sustentabilidade da região.

*No sentido geral os benefícios são maiores que os malefícios, porque no fundo mesmo em termos de políticas, muitas são criadas porque temos visitantes, caso eles não existissem elas não seriam criadas (...) ter alguém que vem de fora e com um ponto de vista muito diferente, obriga-nos a cumprir determinados bons comportamentos. (...)." (E1)*

Contudo, também, têm consciência que podem surgir malefícios, principalmente, a nível ambiental, em consequência da eventual superação da capacidade de carga em ecossistemas mais sensíveis à “pegada humana”, para os quais será necessário a criação de alguma regulamentação específica.

*Contudo, eu penso que já neste período inicial já se começam a detetar potenciais impactos (...) uma sobrecarga do número de turistas e necessitará, eventualmente, de uma regulamentação". (E7)*

Em súpula, é possível depreender que os entrevistados entendem o desenvolvimento turístico atual como um setor em fase de adaptação a um súbito processo de crescimento, que até ao momento tem proporcionado mais efeitos positivos que negativos, apesar da necessidade de dedicar alguma atenção aos impactos negativos que possam surgir, em consequência do aumento da pressão humana, sobre os recursos naturais da região.

## **5.2. Perceção dos Impactos do Turismo**

### **5.2.1. Impactos Económicos**

Segundo Fernandes (2002), os resultados positivos ou negativos dos impactos económicos do turismo sobre uma comunidade dependerão, maioritariamente, do grau de desenvolvimento da região em causa, na medida em que indústria pode acarretar dois tipos de efeitos sobre a economia, ou seja, a geração de impactos dependerá, em grande parte, da capacidade da economia local em fornecer os bens e serviços impostos pelo setor turístico.

No contexto da análise realizada, os impactos económicos positivos são sem dúvida os mais mencionados e evidenciados pelos entrevistados. Estes são unânimes em afirmar que o turismo tem proporcionado um crescimento positivo na economia micalense, defendendo, até, que a ilha está no caminho certo para alcançar um ponto de equilíbrio entre o que investiu na oferta, nas últimas décadas e a procura registada.

*(...) estamos num ponto que dentro de poucos anos podemos atingir um certo equilíbrio entre os gastos e a procura (...). Penso que a ser desenvolvido de forma equilibrada este poderá ser um setor com maior peso na economia.” (E1)*

Segundo estes, devido ao facto turismo ser um setor um pouco transversal a toda a economia, tem possibilitado um incremento de todos os serviços e atividades direta ou indiretamente ligados ao setor, sentindo-se os seus efeitos não só na hotelaria, restauração, rent-a-cars, agência de turismo, empresas de atividades marítimo-turísticas, mas também nos transportes, no artesanato e no setor agrícola.

*“Eu acho que o turismo é a melhor forma, neste momento, que os Açores têm para fazer crescer economicamente a região, porque é uma área que não se resume a restaurantes e hotéis, pode haver múltiplas atividades. Por exemplo, logo nos primeiros meses que tivemos as “lowcost”, verificou-se um considerável aumento da produção de ananás, principalmente, para a restauração, pois o turista solicita, com muita frequência, este fruto como sobremesa típica, acabando, mesmo, por em certa altura esgotar. Deu trabalho a muita gente, aos estufeiros, a todas as pessoas que trabalham à volta desta atividade económica (...)” (E8)*

*“ (...) o setor da distribuição e de transporte (quer marítimo, terrestre e aéreo), que têm demonstrado um crescimento extremamente positivo. O mesmo acontece com o comércio de artesanato, hotelaria e restauração.” (E4)*

Quando questionados sobre quais os principais benefícios económicos do turismo para a sociedade micalense é, imediatamente, mencionado o surgimento de novas oportunidades de emprego, num cenário de pouca empregabilidade nos restantes setores da economia local.

*“ (...) todo este movimento trouxe novas oportunidades de emprego e de investimento.” (E2)*

*“ (...) mais emprego e aumento da receita.” (E3)*

*“(...) estabilização de mercados, estabilização das empresas, crescimento do emprego, basicamente, são este os três mais relevantes e evidentes.” (E7)*

*“(...) aumento do emprego e dinamização da economia da região.” (E10)*

Para além do aumento do emprego, são, também, identificados como benefícios para a população micalense, a diversificação da economia, o surgimento de investimentos externos, devido a projeção internacional do destino Açores e a estabilização dos mercados e de pequenos negócios.

*“Diversificou a economia, gerou a própria diversificação do modelo turístico, gerou ganhos monetários, mas, também, projeção internacional e atraiu investidores externos”. (E6)*

*“(...) tem proporcionado o aparecimento de mais PME direcionadas para o setor, mais investimento na restauração, no alojamento local, empresas de entretenimento turístico e comércio, que se traduzem num aumento do emprego e dinamização da economia da região.” (E10)*

A generalidade dos entrevistados concorda que esta nova realidade turística, tem possibilitado e continuará a possibilitar, à população local, um conjunto de múltiplas oportunidades de desenvolvimento, que vão desde a rentabilização e recuperação de património degradado e desocupado para fins de arrendamento turístico, obtendo assim, rendimentos extra para os seus agregados familiares. Em consequência desta tendência para a remodelação de imóveis, surge, inevitavelmente, um incremento do setor da construção civil e o surgimento de mais atividades e pequenos investimentos conexos à atividade de entretenimento turístico.

*“Sim, a oportunidade de rentabilizar e recuperar património disperso é muito importante, pois muitos imóveis estavam desocupados e em estado de degradação e são, agora, alvo de recuperação e passam a ser investimentos rentáveis.” (E2)*

*“Tem influenciado positivamente. A população da ilha de S Miguel tem agora mais segurança para praticar pequenos investimentos nas áreas do turismo ou conexas (restauração, animação etc.)”. (E6)*

*“Sim, vemos muitas pessoas a explorar o arrendamento e aluguer para efeitos turísticos. A própria construção civil ganhou um pequeno animo com arranjos em pequenas propriedades para serem alugadas.” (E8)*

*“Sem dúvida, porque permitiu que o espírito criativo dos açorianos se manifestasse em atividades que de outro modo não teriam saída (...) tem proporcionado uma diversificação de ofertas que de outro modo não teriam sucesso dentro dos residentes e que com essa diversificação permite a proliferação de outros tipos de negócio.” (E9)*

Relativamente, aos impactos negativos do turismo a nível económico, não são identificados malefícios, muito significativos, nesta fase de crescimento turístico em que a ilha se encontra, pois entendem que esta é uma etapa muito precoce para avaliação dos mesmos.

*“Não”. (E3)*

*“Penso que não. (E4)*

*“Para já não, mas poderá vir a sê-lo no futuro, se não acautelarmos a manutenção de uma oferta de qualidade.” (E5)*

*“Prejudicada não, tem sido beneficiada e muito. E as pessoas têm tido aumento no seu rendimento familiar com o turismo, principalmente, com o aluguer de propriedades. Em termos económicos, nós estamos a melhorar.” (E8)*

*Não. Se perguntar, quem não se adaptou a essa nova realidade, sim...são poucos, mas não se pode dizer que se prejudica a economia de São Miguel, pode sim prejudicar a economia de alguns que não se adaptaram, mas em geral o turismo tem sido muito benéfico para a economia da Ilha.” (E9)*

*“Penso que ainda não são sentidos efeitos muito negativos a nível económico.” (E10)*

Apesar de não serem identificados efeitos muito negativos, alguns entrevistados apontam um aumento significativo dos preços dos imóveis, de alguns serviços e bens de consumo. Para além do aumento dos preços, é, também, mencionado o impacto que alguns setores tradicionais poderão sentir, uma certa quebra, ao verem reduzidos certos fundos de financiamento público que estavam habituados a receber e que agora serão aplicados para investimento no setor do turismo. Para além destes, também, poderão surgir constrangimentos relativos ao facto do turismo ter um certo carácter sazonal, o que poderá criar algumas dificuldades da adaptação, da população local, a esta nova realidade laboral.

*“A única preocupação que vejo no crescimento do emprego turístico é o facto de se tratar de uma atividade sazonal, o que levanta novos problemas de adaptação a este fenómeno.” (E2)*

*“Os setores tradicionais podem ter visto reduzidos os investimentos públicos, mas não se devem apenas à concorrência por esses fundos pelo Turismo, ex.: o setor do Leite, conjuntamente, teria sempre uma diminuição de fundos públicos disponíveis.” (E6)*

*“(…) o aumento da procura turística já se está a sentir, por exemplo, no aumento de preços. Não existe, propriamente, nenhum estudo sobre o assunto, mas é notório que a taxa de inflação nos Açores subiu e é mais do dobro da taxa de inflação do Continente no último ano e que em algumas áreas, nomeadamente, no abastecimento a hotéis e restaurantes de produtos locais, estamos a falar de peixe, fruta, etc...há aqui uma tendência que precisa de ser comprovada.” (E7)*

*Talvez um ligeiro aumento dos preços dos imóveis e de alguns serviços.” (E10)*

O aumento do crescimento turístico numa determinada região pode conduzir ao incremento progressivo da sua importância para a manutenção da sobrevivência sustentável da economia local, podendo, mesmo, culminar numa situação de extrema dependência. No contexto da realidade micaelense, as opiniões dividem-se um pouco, relativamente, à possível situação de dependência económica da região face ao turismo.

Por um lado, alguns não acreditam que já se esteja perante uma situação de dependência, defendem sim, que este é um cenário de crescimento económico, em que o turismo vem, apenas, completar, dinamizar e diversificar a economia local.

*“Não chegamos ainda a um ponto de dependência. Podemos sim, estar a atingir um ponto de equilíbrio e que se pode tornar positivo no aspeto de gerar mais trabalho, mais ocupação, mais circulação de dinheiro dentro da própria ilha.” [E1]*

*“(…) O turismo apenas vem trazer um dinamismo económico ao setor dos serviços que era o menos dinâmico.” (E2)*

*“Não, considerando que o setor primário (agropecuária) é a base económica da região pelo que o turismo ainda tem muita margem para crescer”. (E3)*

*“Penso que não. Ainda não somos dependentes. Atualmente, é uma atividade crescente e penso que num futuro será o pilar da economia dos Açores” (E4)*

*“Penso que ainda não. O turismo é apenas mais uma atividade, que agora vai ganhando mais algum peso, no contexto da economia regional. Poderemos vir a ser mais dependentes, mas penso que ainda vai levar algum tempo para isto acontecer, continuamos a ser uma região ainda muito voltada para a lavoura.” (E10)*

No campo oposto estão os que defendem que esta é uma fase inicial de dependência e que cada vez mais o setor turístico irá deter um papel determinante na economia micaelense, assim como nas restantes ilhas da RAA.

*“Sim, não só São Miguel, mas todo o arquipélago. A meu ver São Miguel até será das menos dependentes uma vez que, devido à sua maior dimensão, permite-lhe tirar dividendos de outras atividades como sejam a pecuária, agricultura, pesca, entre outros.” (E5)*

*“Embora, ainda, não seja excessivo já é preocupante a especialização da economia micaelense” (E6)*

*“Sim, mas muito dependente, talvez não seja ainda o caso, o fluxo turístico ainda não ofuscou as atividades económicas típicas da região, que são oferecidas quer para residentes, quer para os turistas. Está dependente, no sentido que foi-se adaptando a esta nova realidade e se ela agora desaparecesse haveria um colapso de algumas seções da economia micaelense.” (E9)*

À semelhança da perceção sobre a existência ou não de uma atual situação de dependência, as opiniões face a esta, também, são um pouco díspares. Por um lado, defendem que esta dependência não será prejudicial e que até poderá trazer benefícios para os rendimentos da região.

*“Não se vê qualquer problema por esse facto.” (E2)*

*“Acho que esta dependência terá aspetos positivos, uma vez que o turismo é uma fonte renovável e praticamente inesgotável de dividendos, e o turismo de ilhas tem registado uma enorme procura nas últimas décadas (...)” (E5)*

Por outro lado, têm consciência que esta situação poderá provocar danos, tanto a nível ambiental, por meio de alguma degradação da qualidade da natureza, tanto pelo facto dos Açores não deterem, ainda, capacidade para fazer face à instabilidade dos fluxos turísticos.

*“ (...) isto é negativo pois os fluxos turísticos sobretudo de destinos recentes como os Açores são muito lábeis e podem desacelerar rapidamente devido a fatores externos. Em São Miguel concentram-se grandes unidades e investimentos que não têm flexibilidade para fazer face a esta labilidade.” (E6)*

Em suma, segundo a perceção dos entrevistados, os impactos económicos (Tabela 20) do turismo na ilha de São Miguel são:

Tabela: 20. Impactos Económicos Percecionados

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Novas oportunidades de emprego e investimento interno e externo;</li> <li>✓ Aumento da receita;</li> <li>✓ Crescimento de setores (comércio, hotelaria, restauração, artesanato);</li> <li>✓ Diversificação da economia;</li> <li>✓ Projeção internacional;</li> <li>✓ Estabilização de mercados e de empresas;</li> <li>✓ Rentabilização das infraestruturas hoteleiras existentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumento significativo dos preços dos imóveis e de alguns serviços;</li> <li>✓ Diminuição de verbas para investimento nos restantes setores de atividade.</li> </ul>

### 5.2.2. Impactos Ambientais

O turismo não é entendido por muitos como sendo um setor de atividade poluidor por comparação com a indústria pesada, ou seja, para muitos o único impacto negativo é manifestado pela poluição. Todavia, a verdade é que à semelhança dos restantes setores, acabarão, inevitavelmente, por existir impactos positivos e negativos, provocados pelo seu desenvolvimento a nível ambiental.

Sendo a natureza um dos pontos-chave do turismo da RAA e da Ilha de São Miguel em particular, torna-se, de extrema importância, perceber se o turismo, nos moldes atuais, em que está a ser desenvolvido, tem vindo, a produzir impactos positivos e negativos significativos.

Quando questionados sobre os impactos negativos que o desenvolvimento turístico tem vindo a causar ou que possa vir a causar sobre o ambiente, as opiniões assumem-se um pouco divergentes.

Alguns entrevistados declaram que este aumento do fluxo de visitantes tem provocado o aumento da produção e acumulação indevida de resíduos, devido a alguma falha na rede de recolha e separação de lixo, alguma degradação de trilhos pedestres, em

consequência da visitação desordenada e sem controle, e a existência de uma sensação de "crowding" em áreas sensíveis, principalmente, no ramo das atividades marítimo-turísticas.

*" (...) sobrecarga de alguns locais que pode, eventualmente, conduzir a algum detrimento da qualidade ambiental dos mesmos." (E1)*

*"No meu entender quanto mais pessoas tiver a ilha, mais debilidade vamos ter a nível ambiental." (E4)*

*"Sim e extremamente negativos. Resíduos, falha na rede de caixotes, separadores, recolha, etc. vê-se lixo nos sítios mais incríveis (...), nos trilhos existe uma sobrecarga, trilhos degradados por sobre uso e pela visitação desordenada (...)." (E6)*

*" (...) aumento do crowding, mesmo nas atividades marítimo-turísticas, de acordo com a perceção dos turistas, já se nota alguma sensação de crowding." (E7)*

*" (...) nos trilhos, porque estes percorrem zonas sensíveis, locais que não podem suportar muita concentração de pessoas, como por exemplo o ilhéu de Vila Franca do Campo e é preciso prever esse tipo de atuação e corrigir esta situação." (E9)*

*"Tem, porque nós não estávamos dimensionados para a quantidade de visitantes, mas acho que até agora os impactos ambientais não são muito relevantes e podem ser controlados." (E8)*

*" (...) sobrecarga que se tem verificado em certas áreas sensíveis (...), certos trilhos pedestres, podem vir a provocar uma degradação ambiental." (E10)*

Enquanto para outros, o turismo ainda não ocasionou prejuízos significativos a nível ambiental.

*"Até agora o turismo tem dado muita força ao ambiente, pois todos sabem que o nosso produto de turismo está, intimamente, ligado ao ambiente (...) aqui o turismo é individual e disperso, não criando essa pressão destruidora, mas antes angariando defensores da "galinha dos ovos de ouro". (E2)*

*"Não considero que têm sido registados impactos significativos, mas importa monitorizar e avaliar os impactos que possam vir a decorrer." (E3)*

Como forma de mitigar os impactos negativos identificados e outros que possam surgir, os entrevistados defendem que devem ser tomadas algumas medidas como: a definição do limite da capacidade de carga; apostar na formação das instituições responsáveis para aprenderem a agir face a esta nova realidade turística e tornando os

recursos e os serviços mais eficientes; realização de estudos de avaliação de impacto ambiental; revisão da legislação; mais vigilância; proibição da visita em áreas protegidas, transportando objetos como garrafas, caixas, sacos, etc... e a realização de campanhas de sensibilização junto dos residentes e turistas, despertando a consciencialização ambiental e a preservação da natureza local.

*"(...) definição de um limite de capacidade de carga (...)." (E1) (E7)*

*"(...) há que preparar as câmaras municipais e as populações para fazer face a esta situação (limpeza), principalmente, quando existam eventos que propiciem a produção de maior lixo. (...). Há que haver uma consciência ambiental, mesmo nos trilhos tem que existir mais tratamento de limpeza, sinalização, etc.... Há que haver preocupação..." (E4)*

*"Para evitar ou minimizar impactos deste tipo, bastaria que o Governo Regional dos Açores desse mais valor aos estudos que são desenvolvidos nesta área (...)" (E5)*

*"(...) Nas visitas a áreas protegidas deviam ser proibidas de transportar embalagens, garrafas etc. que depois abandonam no local." (E6)*

*"(...) corrigida com legislação, com educação cívica e com alguma vigilância e acompanhamento." (E9)*

*"(...) através de uma certa limitação diária de acesso, campanhas de informação e sensibilização aos turistas e locais, etc..." (E10)*

Todavia, de acordo com a informação obtida, o desenvolvimento turístico, também, tem vindo a proporcionar alguns benefícios a nível ambiental, através de uma maior preocupação com a apresentação dos locais que conduz a um maior cuidado e limpeza dos mesmos; mudança de comportamento na comunidade local, de preservação da paisagem, na tentativa de mostrar a melhor imagem da região ao visitante; reforço da conservação ambiental e maior angariação de verbas para a manutenção e limpeza.

*"(...) autoridades tentarem preparar os locais da melhor maneira para quem recebem, acabando por proteger, mesmo que de forma indireta (...)." (E1)*

*"(...) Angariação de verbas para despoluir as lagoas e proteger falésias, no arranjo de parques e jardins, na forte preocupação com a limpeza e com a permanente melhoria dos espaços. Há até uma certa concorrência entre localidades por ter argumentos ao nível da natureza para atrair o turismo o que altera, benéficamente, comportamentos. (E2)*

*“Sim, na divulgação dos trabalhos de conservação da natureza, troca de conhecimentos, sensibilização dos turistas e da população local.” (E3)*

*“(...) Geração de uma maior consciência. As próprias entidades estão a modificar os seus modos de atuação, havendo uma maior sensibilidade para o cuidado das questões ambientais. Intensifica-se a ideia do orgulho pela imagem de uma região, extremamente, cuidada e que é esta a imagem que queremos que o turista leve da região.” (E4)*

*“A nível ambiental o único impacto benéfico será o de ter afirmado o papel que a Natureza e a sua preservação/conservação/uso sustentável são indispensáveis, também, para manter o modelo turístico.” (E6).*

*“(...) uma maior consciência e preservação do nosso património natural, para que essa oferta possa ser apreciada por quem chega e para exigir um efeito cadeia e chamando mais turistas para a região.” (E9)*

*“(...) existência de um reforço da preservação ambiental, conservação da nossa natureza (...)” (E10)*

Apesar de já ser perceptível, para alguns entrevistados, estes benefícios. Para outros, ainda, não é visível qualquer impacto positivo a nível ambiental,

*“Ainda não dei por estes.” (E7)*

*“Até agora não, mas acho que pode potenciar. Quando aprendermos que o nosso cartão-de-visita é a natureza/ambiente, vamos querer protegê-la. Se é o nosso tesouro que está a vender, então temos que cuidar e aumentar os nossos cuidados com o ambiente.” (E8)*

Resumidamente, a perceção sobre os impactos ambientais (Tabela 21) do turismo na ilha de São Miguel são:

Tabela: 21. Impactos Ambientais Percecionados

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Maior preocupação com a apresentação dos locais que conduz a um maior cuidado e limpeza dos mesmos;</li> <li>✓ Mudança de comportamento na comunidade local, de preservação da paisagem, na tentativa de mostrar a melhor imagem da região ao visitante;</li> <li>✓ Reforço da conservação ambiental;</li> <li>✓ Aumento da angariação de verbas para a manutenção e limpeza.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sobrecarga de alguns locais que pode conduzir a algum detrimento da sua qualidade ambiental;</li> <li>✓ Sensação de “crowding” em áreas sensíveis, principalmente, no ramo das marítimo-turísticas;</li> <li>✓ Acúmulo de Resíduos devido a falha na rede de caixotes, separadores, recolha, etc;</li> <li>✓ Trilhos degradados devido à sobrecarga e visitação desordenada.</li> </ul>

### 5.2.3. Impactos Socioculturais

Os impactos socioculturais do turismo surgem, forçosamente, como uma consequência do complexo processo de interação entre os turistas e as comunidades recetoras, podendo variar em função no nível de abertura e de desenvolvimento do destino turístico.

De acordo com informação obtida junto dos representados dos *stakeholders*, foi possível constatar uma certa divergência na perceção da abertura da sociedade micalense à receção e interação com turistas. Para alguns, esta relação, ainda está longe de ser vista como a ideal, na medida em que a população micalense ainda é uma sociedade um pouco fechada e resistente à mudança.

*"Má, demonstram uma certa antipatia, má cara, (...) nem todos percebem, muitos acham que são intrusos, mas esquecem-se que são eles que estão a financiar muitos empregos e o surgimento de muitas atividades (...)" (E8)*

Contudo, apesar da relação entre turistas e a população micalense não ser a ideal, esta tem vindo a melhorar, pois a população começou a perceber a importância de receber

bem os turistas, para que estes regressem e continuem a manter ou a aumentar o fluxo turístico atual.

*(...) Penso que está a melhorar...". (E1)*

*“As pessoas começam a ter noção que a atividade turística é importante e irá melhorar as suas vidas e que para tal, necessitam colaborar, recebendo da melhor forma os turistas. As pessoas estão empenhadas para que esta situação continue e seja cada vez mais positiva.” (E4)*

*“Neste momento a relação está bem melhor que há alguns anos atrás, as pessoas já começam a perceber que é benéfico receber turistas e temos que os agradar para levarem uma opinião positiva da região e quererem regressar. Contudo, ainda existe um longo caminho pela frente, muito devido à personalidade fechada do povo açoriano, na melhoria e amabilidade no saber bem receber.” (E10)*

Para outros, ainda, a relação entre a comunidade local e os turistas caracteriza-se por ser bastante positiva, aberta à interação e aceitação da diferença.

*“Os locais veem de uma maneira geral o turismo como uma atividade geradora de emprego e riqueza. A interação é muito boa, até porque a cultura açoriana não se caracteriza por ver com maus olhos as diferenças.” (E2)*

*“Positiva.” (E3)*

*“Caracterizo como sendo uma “lua-de-mel”, estamos muito impressionados com o facto de termos turistas e a população em geral vê isto de forma muito positiva. (E7)*

No que concerne aos impactos socioculturais do turismo, os entrevistados identificam como impactos positivos, o aparecimento de uma oferta mais diversificada de atividades culturais, não só no aumento da quantidade de eventos, mas, também, na qualidade dos mesmos.

*" (...) uma oferta mais diversificada e mais cuidada de atividades, ou seja, melhorar a oferta não só no número de eventos, mas, também, na qualidade dos mesmos, ou até eventos que, anteriormente, não tinham grande notoriedade (...)." [E1]*

*"Sim, com o turismo temos assistido a um aumento das manifestações/eventos culturais." (E4)*

*"(...) tem havido um esforço de aumentar a oferta de eventos, sendo alguns promovidos como sendo importantes para o turismo. Mas a sensação que eu tenho é que eles são mais importantes para a população local em termos de atração. Mesmo grandes eventos, como os campeonatos de surf, que*

*atraem uma grande quantidade de turistas são mais importantes em termos de promoção da imagem do que a nível de impactos socioculturais.” (E7)*

Conjuntamente, o crescimento do turismo tem proporcionado o surgimento de novas oportunidades de trabalho para profissionais mais especializados e o enriquecimento cultural da população local através do contacto com outras culturas.

*“(…) o crescimento das iniciativas culturais e de espetáculos de que, também, beneficiam os residentes (….) surgimento de oportunidades para elementos muito especializados como biólogos ou geólogos, licenciados em história e em línguas, economistas, gestores e engenheiros.” (E2)*

*“(…) conhecer de perto outras realidades culturais, o que é sempre enriquecedor, principalmente, para aqueles que não têm o hábito ou a possibilidade, de viajar.” (E5)*

*“Sim, penso que é sempre benéfico o contacto com outras formas de pensar e de agir, que acabam de alguma forma, por “contaminar” deixar algo de novo na nossa sociedade.” (E10)*

*“ Quando se recebe visitantes recebe-se, também, a cultura que eles trazem, de maneira que a abertura da sociedade micalense é benéfica porque expõe a população local a outras formas de pensar e de agir (….) esta exposição é benéfica, porque existe um enriquecimento, tudo dependerá da seleção que for feita pelos locais daquilo que é apresentado, porque podem aparecer pontos de vista e atitudes diferentes que podem ser não tão consensuais com a maneira de ser e estar dos açorianos.” (E9)*

Para além do aumento de eventos culturais e do emprego em áreas mais especializadas, os entrevistados, também, afirmam que é possível notar uma certa recuperação da identidade cultural açoriana, assim como um aumento do orgulho pela cultura e traduções locais.

*(…) permitiu aos micalenses encontrarem um pouco das raízes da sua identidade cultural (….)” (E5)*

*“(…) população ter passado a dar valor à sua cultura, porque aos poucos vai percebendo que a cultura vai vender e que ela é importante e temos que a manter, nem que seja por isso, por um objetivo economicista, mas é, também, uma tomada de atenção a este facto, valorizar a cultura, valorizar as nossas tradições (….) enriquecimento cultural através do contacto com outras culturas. (E8)*

*“(…) também, tem-se verificado o reavivar de algumas tradições e manifestações culturais, muitas vezes esquecidas, por forma de dar a conhecer aos visitantes a nossa cultura.” (E10)*

A nível sociocultural, alguns dos entrevistados denotam dificuldade em identificar malefícios, mas defendem que têm de ser desenvolvidos esforços no sentido de monitorizar e avaliar as consequências do possível surgimento.

*"Não me recordo de nenhum facto relevante." (E2)*

*"Não têm sido registados impactos significativos, mas importa monitorizar e avaliar os impactos que possam vir a decorrer." (E3)*

*"Penso que não tem existido impactos negativos, a população tem é que se preparar para esta maior circulação de pessoas e, inevitavelmente, de aspetos culturais." (E4)*

*"Não tenho visto, até agora, que haja este tipo de impacto na região, porque, também, regra geral, o turismo é, relativamente, inofensivo" (E9)*

*"De momento não consigo ver nada de muito negativo." (E10)*

Todavia, apesar de diminutos, foi possível apurar a presença de alguns impactos negativos a este nível, como a perceção de algum congestionamento e sobrelotação, traduzida em uma certa dificuldade de acesso, por parte da comunidade micaelense, a determinados lugares, que antes eram muito fáceis de aceder, algum acúmulo de lixo e aumento do barulho no centro urbano.

*" (...) talvez uma sobrecarga de locais, que do ponto de vista social ficam um pouco condicionados, não podendo, muitas das vezes, nós enquanto habitantes desfrutar (...)" (E1)*

*" (...) acúmulo de lixo e ruído excessivo no centro urbano". (E7)*

Para além destes, também, foi indicada a possibilidade de existência de um certo choque de mentalidades, assim como alguma descaracterização de certas manifestações ou expressões culturais e mudanças no estilo de vida familiar e social, em consequência das novas exigências do mercado de trabalho, vocacionado para o turismo.

*"Talvez alguns choques de mentalidades possam ter ferido suscetibilidades, mas no geral, parece-me que o balanço, neste campo, será positivo." (E5)*

*" (...) considero muito prematuro uma conclusão a este nível, mas poderá assistir se a uma descaracterização de algumas manifestações ou expressões populares." (E6)*

*"Eu não acho que haja grandes impactos negativos, os únicos que eu acho que o turismo possa trazer é o facto de o turismo ser um setor que, por norma, paga mal e que obriga a trabalhar por turnos, fora dos horários, normalmente, aceites pelo povo português, que não está muito disponível para sair fora do "standard", trabalhar até muito tarde não é muito bem visto." (E8)*

De forma resumida, os impactos positivos e negativos do turismo a nível sociocultural (Tabela 22), identificados na ilha da São Miguel, traduzem-se da seguinte forma:

Tabela: 22. Impactos Socioculturais Percecionados

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oferta mais diversificada de atividades culturais, não só no aumento do número de eventos, mas também na qualidade dos mesmos;</li> <li>✓ Surgimento de novas oportunidades de emprego para profissionais especializados;</li> <li>✓ Recuperação da identidade cultural;</li> <li>✓ Enriquecimento cultural através do contacto com outras culturas;</li> <li>✓ Aumento do orgulho pela cultura local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Condicionamento e sobrelotação de alguns locais;</li> <li>✓ Choque de mentalidades;</li> <li>✓ Descaracterização de algumas manifestações ou expressões populares;</li> <li>✓ Acumulo de lixo e aumento do barulho no centro urbano de Ponta Delgada;</li> <li>✓ Mudanças no estilo de vida familiar e social, em consequência das novas exigências do mercado de trabalho, vocacionado para o turismo.</li> </ul>

#### 5.2.4. Importância dos Impactos

As tipologias dos impactos podem ser mais ou menos valorizadas em função da importância/relevância que estes possam exercer sobre o representante de *stakeholder* entrevistado e da categoria de *stakeholders* que representam.

Com o objetivo de apurar, nesta fase do desenvolvimento do turismo na Ilha de São Miguel, quais são os impactos positivos e negativos mais evidenciados, os representantes dos *stakeholders* foram questionados sobre qual o tipo impacto que entendiam como mais benéfico/prejudicial para a comunidade micalense. Na análise dos impactos positivos, os *entrevistados* destacaram duas tipologias como mais benéficas. Em primeiro lugar, sobressaem os económicos, traduzidos no aumento do emprego e conseqüentemente, da qualidade de vida da população, seguindo-se os ambientais, através do incremento da

preservação dos recursos naturais. A maioria dos *entrevistados*, incluindo os representantes das ONG de Ambiente, mencionam, primeiramente, os benefícios económicos, sendo os ambientais e sociais remetidos para segundo plano, mencionados, somente, por dois representantes de *stakeholders*.

*" (...) emprego (...)" (E1)*

*"Emprego, económico e social." (E3)*

*"(...) a preservação da natureza e do mar (...)." (E4)*

*"Maior abertura, maior sensibilização para os impactos ambientais de alguns hábitos locais, e desenvolvimento de um sentido de proteção e valorização do seu património natural." (E5)*

*"O impacto Económico. Porque a Economia micalense, como toda a economia açoriana é frágil e demasiado especializada. Esta diversificação é positiva até." (E6)*

*"Dinamização da atividade económica." (E7)*

*"(...) económicos são os mais positivos." (E8)*

*É o impacto económico, porque proporcionou e continuará a proporcionar o aparecimento de um novo conjunto de atividades e uma diversidade de oferta que envolve outros setores da economia micalense que de outro modo estariam estagnados, ou seja, proporcionou uma diversificação da economia local, gerando emprego e melhorando a qualidade de vida da população local." (E9)*

*"(...) os impactos económicos." (E10)*

Todavia, alguns entrevistados salientam que, nesta fase, os impactos económicos são os mais importantes, em consequência da situação de desemprego e de crise financeira que a região se encontrava.

*"(...) principalmente, porque este crescimento do turismo surge numa época de grande desemprego (...) permite que haja captação de verbas que depois ficam a circular dentro da ilha (...) e uma melhoria a nível de serviços." (E1).*

*"Depende muito da situação em que estamos, como estávamos numa fase de crise económica, é lógico que neste momento os (...) económicos são os mais positivos. Contudo, quando esta fase estiver ultrapassada todos os outros terão o mesmo nível de importância." (E8)*

Por sua vez, nos impactos negativos, a situação inverte-se, na medida em que os impactos mais mencionados são os ambientais e sociais e por último os económicos.

A nível ambiental, os impactos mais preocupantes são as consequências proveniente do excesso de pressão sobre algumas áreas e recursos e a resultante falta de recursos financeiros, políticos e humanos para gerir estas situações.

*“Os impactos ambientais. Porque para os gerir ou na ausência de gestão para os remediar será necessário investimento e o ambiente continua muito subalternizado em termos de investimento e despesa.” (E6)*

*“(…) se o turismo se massificar, não que ainda seja o caso, mas se o turismo se massificar trará consigo estes impactos negativos, porque o número só por si, atendendo à delicadeza e precaridade da oferta que nós temos, que é uma oferta tipo natural, que não suporta agressões e que essas agressões não são corrigidas de um dia para o outro, levam anos a ser corrigidas, é necessário ter muito cuidado com a massificação do setor.” (E9)*

*“Talvez a sobrecarga de certos ecossistemas sensíveis (…).” (E10)*

A nível social, é mencionada a diminuição da tranquilidade, da segurança e da impossibilidade de usufruto de infraestruturas e de pontos turísticos, devido ao condicionamento pela presença exacerbada de turistas.

*(…) questões relacionadas com a capacidade de carga dos locais, que faz com determinada pessoa fique mais condicionada ou que tenha que dispensar mais tempo que o habitual para realizar determinada atividade, ou acessibilidade a determinado local.” (E1)*

*“(…) uma das nossas grandes preocupações, é a segurança e a tranquilidade (…).” (E4)*

*“Os locais sentem que perderam um pouco da paz que tinham quando iam visitar alguns locais de culto, como a Caldeira Velha ou as Furnas, para além da introdução de taxas de uso desses locais que eram, anteriormente, considerados como um dado adquirido.” (E5)*

Por último, temos os impactos económicos, onde é destacado como preocupação a subida dos preços e o aumento do valor do mercado imobiliário.

*(…) impacto nos preços e no valor dos imóveis (E2)*

*“Tendência para a subida de preços.” (E7)*

Resumidamente, podemos afirmar que os impactos económicos assumem o papel de maior destaque nos impactos positivos e os ambientais e sociais nos impactos negativos, no atual contexto da ilha de São Miguel.

### 5.3.Competitividade do Destino Turístico

A indústria turística faz parte de um mercado muito inconstante e competitivo, que exige que os destinos turísticos se destaquem, através de certas vantagens, que os tornem mais apelativos, relativamente a outros destinos com características semelhantes.

Para identificação das vantagens do destino turístico da Ilha de São Miguel, utilizaremos a metodologia desenvolvida por Crouch e Ritchie (1999), tentando apurar quais serão os elementos, deste modelo, mais valorizados pelos representantes dos *stakeholders*, como características que potenciam a competitividade da região.

Conforme descrito no subponto 2.2.4, do Capítulo II, o modelo de competitividade desenvolvido por Crouch e Ritchie (1999) é composto por cinco dimensões centrais que condicionam ou fomentam a competitividade do destino turístico: a) Determinantes Qualitativos; b) Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino; c) Gestão do Destino; d) Recursos Centrais e Atrações e e) Fatores e Recursos de Suporte.

Mediante a análise das entrevistas, foi possível apurar que as dimensões que os *entrevistados* identificaram, como sendo potenciadoras da competitividade da Ilha de São Miguel, foram os Recursos Centrais e Atrações e os Determinantes Qualitativos.

Nos Recursos Centrais e Atrações são destacados como elementos fundamentais: a cultura, o clima, a qualidade ambiental, a gastronomia, a diversidade paisagística, o termalismo e a biodiversidade terrestre e marinho.

*“(...) a diversidade, acaba mesmo em termos paisagísticos por aglomerar em si um pouco da diversidade das diversas ilhas do arquipélago (...) o termalismo (...).” (E1)*

*“Clima, segurança, paisagens, cultura.” (E3)*

*“(...) beleza natural, oferta (...) diversificada de riquezas únicas (o mar, o termalismo, as lagoas, as praias, etc...) o que faz com que no mesmo local exista uma variedade de experiências únicas (...).” (E4)*

*“A existência de uma grande área marinha, com hotspots para mergulho e observação de cetáceos, a existência de áreas terrestres protegidas, com potencial para passeios pedestres e zonas de observação de aves.” (E5)*

*“O binómio Nível de infraestruturas- Qualidade Ambiental.” (E6)*

*“A paisagem e os recursos naturais, tanto em terra como no mar.” (E7)*

*“(…) a competitividade vem da singularidade da região (…) é o facto de sermos uma região que ainda tem ambiente para mostrar, não tem muita população, nós temos um ambiente que parece ser um presépio e isto é o nosso maior trunfo, é a nossa singularidade.” (E8)*

*“(…), nós temos realidades naturais (…) nossa gastronomia e a maneira como a oferecemos, o nosso peixe é muito bom, os produtos naturais, como a carne, o leite e seus derivados, os frutos (ananás, maracujá e seus derivados) são de elevadíssima qualidade. A oferta que podemos fazer não será uma oferta massificada, mas de elevada qualidade, não é necessário ser em grande quantidade, mas com uma qualidade de excelência, isto beneficia tanto quem nos visita, como a exportação que pode ser feita.” (E9)*

*“As nossas paisagens, a nossa biodiversidade (…) (E10)*

Nos Determinantes Qualitativos é evidenciada a segurança e a tranquilidade.

*(…) zona segura, longe de conflitos e com um serviço de saúde de nível europeu, o que é muito importante para os mais idosos, ou com problemas de saúde. (E2)*

*“(…) a nossa segurança e tranquilidade que o turista pode usufruir (…).” (E4)*

*“(…) a segurança e a tranquilidade.” (E10)*

Também foram valorizadas as categorias da divulgação e marketing, no âmbito da Dimensão de Gestão do Destino e as infraestruturas, na Dimensão dos Fatores e Recursos de Suporte. Por último, temos a Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, que não apresentaram valorização por parte dos entrevistados.

*“(…) existência de infraestruturas (…) e a divulgação ao nível da promoção da ilha de São Miguel, através de grandes campeonatos.” (E1)*

Com base na informação *supra* apresentada, foi possível identificar quais são as vantagens competitivas mais valorizadas, na Ilha de São Miguel, pelos entrevistados, segundo o Modelo de Competitividade de Crouch & Ritchie (1999):

Figura: 9. Elementos da Competitividade da Ilha de São Miguel-Açores, segundo o Modelo de Crouch & Ritchie (1999)



Para potenciar estes elementos competitivos da Ilha de São Miguel e tornar a região um destino turístico sustentável, os entrevistados apontam algumas medidas/ações que deveriam ser tomadas: melhoria da rede de transportes; realização de uma gestão mais eficiente, garantindo que a capacidade de carga não é ultrapassada; ajuste da imagem promocional da região aos recursos existentes - Marketing; mais investimento na preservação dos recursos naturais e na gestão das Áreas Protegidas; mais divulgação da gastronomia local e perpetuação a imagem de sustentabilidade da região.

*“(…) ajustar a imagem à realidade de recursos existentes na ilha para cumprir melhor as expectativas de quem a visita.” (E1)*

*“Assegurar uma maior frequência dos transportes e diversificar as ligações a novas fontes emissoras garantindo preços compatíveis com destinos concorrentes, promover uma melhoria contínua da*

*qualidade do atendimento e dos serviços, formar quadros adequados ao padrão de serviço de qualidade sempre mais elevada, envolver os empresários na necessidade de melhoria contínua. (E2)*

*“(...) Não nos podemos isolar, o grande benefício/vantagem dos açores é ser um arquipélago, constituído por 9 ilhas com características e belezas únicas e diferenciadas e tem que ser vendido como tal.” (E4)*

*“(...) dando maior importância às AMPs, de modo a que estas desempenhassem, verdadeiramente, o seu papel de áreas protegidas e não fossem apenas designações fluídas que na prática ninguém entende muito bem como “funcionam”.” (E5)*

*“Gerindo (...) de uma forma mais eficiente e evitando a rutura ou ultrapassar a sua capacidade de carga.” (E6)*

*“É possível potenciar fazendo uma gestão efetiva desses recursos naturais, das áreas protegidas que atualmente não existe, existe classificação, mas não gestão.” (E7)*

*“(...) há que saber vendê-las, é associar, cada vez mais, a estas a promoção da qualidade do ar, etc..., em termos de turismo, temos que ter é criatividade” (E8)*

*“Nós podemos potenciar estas nossas vantagens, sobretudo, preservando a riqueza natural e lutando pela qualidade dos produtos oferecidos.” (E9)*

*“Penso que poderíamos potenciar estas vantagens, através da preservação do nosso bem mais precioso, a nossa natureza e os nossos ecossistemas, divulgar mais a nossa gastronomia, através de eventos de degustação e continuar a perpetuar a imagem de sustentabilidade.” (E10)*

Para além das potencialidades, na Ilha de São Miguel, segundo a perceção dos entrevistados, também, subsistem múltiplas fraquezas que podem condicionar a competitividade desta região como destino Turístico, principalmente, ao nível das dimensões da Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, da Gestão do Destino e dos Recursos Centrais e Atrações.

Ao nível da Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, estas fraquezas são baseadas no desconhecimento da capacidade de carga.

Na Gestão do Destino é evidenciada a falta de formação dos profissionais e a dificuldade em atrair investidores externos.

Por sua vez, nos Recursos Centrais e Atrações recai a apreensão sobre a instabilidade climática e os recursos limitados e sensíveis à pressão humana.

Para além destas dimensões, também, foram mencionadas fraquezas ao nível dos Determinantes Qualitativos e Amplificadores, em virtude da localização do arquipélago e dos Fatores e Recursos de Suporte, ao nível das acessibilidades existentes.

*“(...) a distância, alguma incerteza do estado do tempo.” (E1)*

*“A escassez de investidores capitalizados e conhecedores da indústria turística tem sido um dos principais obstáculos ao crescimento do valor retido no turismo.” (E2)*

*“A nível das acessibilidades (...)”. (E3)*

*“A formação. Existe uma falha na formação dos profissionais do turismo, o que faz com que ainda não haja grande percentagem de “repeters”.” (E4)*

*“O desconhecimento da capacidade de carga.” (E6)*

*“O principal limite é o facto de sermos ilhas e termos os recursos muito limitados e os nossos sistemas naturais serem muito sensíveis à pressão da atividade humana.” (E7)*

*“O nível de qualificação da população e a má preparação que a população tem, em termos gerais, e dos empresários em particular para lidarem com uma área destas, muito volátil, não há garantias.” (E8)*

*“O clima, que não é fiável, no sentido de quem quiser vir apanhar sol pode, frequentemente, enganar-se e estar a chover. Penso que não se deve ver isto como uma fraqueza, mas como uma realidade que deve ser explicada. É esta inconstância do tempo, sobretudo da chuva que mantém a vida natural com muita pujança, julgo que isto incomoda mais os locais do que os turistas.” (E9)*

*“A instabilidade do tempo e a falta de formação dos profissionais na área do turismo.” (E10)*

Por forma a mitigar estas fraquezas, os entrevistados defendem que deve existir: uma aposta no desenvolvimento de atividades turísticas (culturais), que não estejam dependentes do tempo (atividades em espaços fechados, por exemplo o Aquarium); promoção para atração de investidores vocacionados para o turismo de natureza; desburocratização dos processos de investimento; mais abertura da comunidade para os turistas; aposta na formação dos profissionais e mais investimento nos serviços do setor; melhoria contínua da oferta de serviços e mais investimento, por parte das próprias empresas, na formação dos seus funcionários.

*“(...) a existência de uma maior aposta em atividades que não estejam dependentes do estado do tempo e que pudessem mitigar essa desvantagem. Apesar dos turistas até poderem apreciar esta instabilidade climática...dessa alternância.” (E1)*

*“(...) atrair investidores especializados em turismo da natureza. A burocratização dos processos de investimento também é um obstáculo que pode ser evitado com a promoção de legislação mais amiga do investidor.” (E2)*

*“(...) desenvolver as estruturas de apoio ao turismo, nomeadamente a restauração, rent-a-cars, serviços prestados e de animação turística.” (E3)*

*“(...) apostar na formação, temos que ter mais cuidado no atendimento e tratamento dos turistas, a própria universidade deve ter um papel mais relevante neste processo, apesar de nos últimos anos tem vindo a surgir profissionais com qualificação superior na área, sendo um pilar importante para o turismo, pois cada vez mais temos que ter como objetivo vender serviços com qualidade, o cliente tem que sentir-se satisfeito e realizado. Hoje as pessoas querem no menor tempo a melhor experiência possível. Temos que nos preocupar em servir bem o cliente.” (E4)*

*“Será necessário determinar a capacidade de carga das estruturas e espaços, mas também a sua gestão em rede.” (E6)*

*“Gerindo os recursos e fazendo uma boa gestão dos turistas do tipo de turistas que queremos, dos mercados que queremos explorar, e evidentemente, também, uma melhoria continua da oferta da estrutura de alojamento e de restauração.” (E7)*

*“(...) sensibilização geral de como é que se deve lidar com os turistas.” (E8)*

*“Criar ofertas de cariz cultural mais profundo, como manifestações culturais de teatro, visitas de cariz científico, como a presença de museus, do Aquário seriam mais-valias, que não trariam por si só turistas à região, mas que proporcionariam uma diversão aceitável e útil, sobretudo, quando a realidade do tempo meteorológico não fosse favorável.” (E9)*

*“(...) criar atividades e entretenimento, provavelmente de carácter cultural, para ser uma possibilidade para os dias que não fosse possível a realização de atividades ao ar livre. No que se refere à falta de formação, haver um maior investimento dos próprios empresários na formação dos seus profissionais.” (E10)*

Em suma, apresentamos, segundo a análise da perceção dos entrevistados, os Fatores Determinantes para o Sucesso e as Fraquezas que condicionam a competitividade da Ilha de São Miguel, assim como medidas/ações que poderão potenciar ou mitigar as mesmas (Tabela 23 e 24):

Tabela: 23. Fatores Determinantes e Proposta de Medidas Potenciadoras

Fatores Determinantes	Potenciar
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diversidade paisagística - Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Biodiversidade Terrestre e Marinha- Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Qualidade Ambiental- Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Infraestruturas - Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Divulgação e marketing - Gestão do Desenvolvimento;</li> <li>✓ Termalismo - Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Segurança e Tranquilidade- Recursos Qualificadores;</li> <li>✓ Cultura - Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Clima - Recurso central e Atrativo;</li> <li>✓ Gastronomia - Recurso central e Atrativo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ajustar a imagem da região aos recursos existentes;</li> <li>✓ Melhorar e assegurar mais transportes;</li> <li>✓ Promoção dos açores como um arquipélago diversificado, com características únicas e experiências diversificadas em todas as ilhas;</li> <li>✓ Dar mais importância às Áreas Protegidas;</li> <li>✓ Gestão mais eficiente, por forma a evitar a rutura ou ultrapassar a capacidade de carga;</li> <li>✓ Gestão efetiva dos recursos naturais e das Áreas Protegidas;</li> <li>✓ Melhorar o marketing e a promoção do produto “Açores”;</li> <li>✓ Investir cada vez mais na preservação dos recursos naturais;</li> <li>✓ Mais divulgação da gastronomia;</li> <li>✓ Continuar a perpetuar a imagem de sustentabilidade.</li> </ul>

Tabela: 24. Potenciais Fraquezas e Proposta de Medidas Mitigadoras

Fraquezas	Mitigar
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Distância;</li> <li>✓ Instabilidade climática;</li> <li>✓ Acessibilidades;</li> <li>✓ A formação dos profissionais na área do turismo;</li> <li>✓ Desconhecimento da capacidade de carga;</li> <li>✓ Recursos limitados e sensíveis à pressão humana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Apostar no desenvolvimento de atividades turísticas (culturais) que não estejam dependentes do tempo (atividades em espaços fechados);</li> <li>✓ atrair investidores vocacionados para o turismo de natureza;</li> <li>✓ mais abertura da comunidade para os turistas</li> <li>✓ desburocratização dos processos de investimento;</li> <li>✓ mais investimento nos serviços do setor;</li> <li>✓ apostar na formação dos profissionais do setor;</li> <li>✓ renovação dos quadros de representação política;</li> <li>✓ Melhoria contínua da oferta de serviços;</li> <li>✓ mais investimento por parte das próprias empresas na formação dos seus funcionários.</li> </ul>

## 5.4. Envolvimento e Participação

### 5.4.1. A Participação Pública no setor do Turismo em São Miguel

O envolvimento dos *stakeholders* no processo de decisão estratégica, através da participação pública ativa, tem vindo a assumir-se como um procedimento fundamental para o desenvolvimento sustentável de qualquer setor de atividade. Neste sentido, tentaremos verificar qual o nível de envolvimento dos *stakeholders*, no processo de planeamento do turismo, na Ilha de São Miguel e se este é realizado de forma eficaz e refletida nas políticas estratégicas locais.

Para atingir este propósito, foram colocadas várias questões aos entrevistados, focando as suas opiniões sobre a participação dos agentes locais nos processos de tomada de decisões políticas, relacionadas com o turismo, assim como os obstáculos que dificultam a participação e as possíveis soluções para melhorar este processo participativo.

Através da análise dos resultados obtidos, foi possível apurar na que Ilha de São Miguel e na RAA em geral, as opiniões em torno do tema da participação pública, apresentam-se um pouco divergentes. Por um lado, alguns afirmam que existe participação, apesar não saberem, de forma clara, como o processo é desenvolvido, nem se o mesmo é realizado de forma eficaz, introduzindo os resultados desta participação no produto final das decisões políticas.

*“No caso concreto do turismo, penso que discussão prende-se, essencialmente, com o Plano de Ordenamento do Turismo. Estes planos têm, normalmente, um período de participação, pois a lei, também, o obriga (...) ou seja, existe participação (...), se ela é eficaz e reprodutiva nas decisões não posso afirmar.” (E1)*

*“Parece-me que sim.” (E2)*

*“Acho que pelo menos têm tentado.” (E5)*

*“Eu acho que eles têm sido chamados, os operadores turísticos tradicionais, a participar, se existe satisfação com essa participação não sei...há casos onde de facto não há participação, sobretudo na gestão dos recursos naturais, a participação e o envolvimento é diminuto e a até dada a estes stakeholders é insuficiente.” (E7)*

*“(...) de uma maneira geral e pelo que aparece nos jornais, os stakeholders não estão passivos, são elementos ativos na população que exprimem as suas dificuldades e que reagem quando as decisões políticas são tomadas sem o conhecimento deles.” (E9)*

Por outro lado, existem os que afirmam que este processo é completamente inexistente na Região.

*“Não. os empresários têm feito algum trabalho, mas sem muita orientação política, vão tomando decisões, vão gerindo de acordo com as suas necessidades sem ouvir muito as restantes entidades e organizações que realmente podem ajudar e orientar neste sentido. Tem existido alguma aproximação dos privados neste setor, mas não tem havido esta sensibilidade de obter a opinião dos demais nas tomadas de decisão.” (E4)*

*“Não.” (E6)*

*“Acho que não, penso que está cada um no seu canto, a tentar fazer o seu negocio. Acho que não sabemos trabalhar em equipa, não sabemos traçar um plano estratégico juntos e falar uns com os outros e acima de tudo, agir uns com os outros. Porque, também, de seminários e workshops estamos fartos, vamos todos para lá dizer que temos que trabalhar em conjunto e depois cada um para as suas casas e ninguém trabalha com ninguém, que é o que acontece.” (E8)*

Os entrevistados defendem que esta falta de participação, deve-se: a um certo comodismo em adotar as diretivas europeias; à dificuldade em trabalhar em equipa e ao facto dos decisores não atribuírem a devida importância a este processo.

*“Há um certo facilitismo em adotar as leis europeias, é algo que não deve ser feito, pois há que haver a consciência que devemos equilibrar a oferta e a procura de acordo com as características locais.” (E4)*

*“Porque em São Miguel não há essa tradição e porque os decisores não veem a sua necessidade.” (E6)*

*“(...) culturalmente nós somos assim relativamente a todos os assuntos. Nós não sabemos trabalhar em conjunto e é difícil conseguir juntar esforços, juntar stakeholders para o fazer.” (E8)*

Para os entrevistados, o envolvimento dos agentes interessados seria uma mais-valia e desempenharia um papel crucial para definição de medidas adaptadas à realidade e as necessidades efetivas do setor e da região.

*“Sim, é muito importante. Se não formos envolvidos na participação e se ela não existir certamente que não irá resultar em nada positivo. No caso do turismo, todos nós temos uma relação direta com as medidas ou com as estratégias adotadas para o mesmo.” (E1)*

*“Muito, porque da discussão surge sempre algo melhor e que envolve os principais interessados em torno dos objetivos coletivos”. (E2)*

*“Sim, de forma a identificar eventuais problemas e estratégias para ultrapassá-los.” (E3)*

*“Sim. Há situações que necessitam de fiscalização e há diversas entidades que podem ajudar na estipulação de critérios mais rigorosos.” (E4)*

*“Sem dúvida; chama-se cidadania ativa e participativa, sem a qual o conceito de democracia não faz sentido.” (E5)*

*“A participação é sempre útil (...)” (E6)*

*“Sim, claro que esta participação é extremamente importante, pois só através desta auscultação é que é possível alcançar a definição de estratégias eficazes e adaptadas à realidade.” (E7)*

*“Sim, é muito importante. Nós para gerirmos bem os nossos negócios temos que saber como os outros estão a decorrer.” (E8)*

*“É importante, se as decisões são políticas é importante que quem decisão ouça as opiniões e as dificuldades de quem está a investir na área. Por isso a participação de quem investe não é apenas importante, é obrigatório.” (E9)*

No que concerne à identificação e importância dos diversos *stakeholders*, os entrevistados defendem que todos os agentes são importantes e que deveriam estar todos, de igual forma, envolvidos no processo de decisão e de planeamento estratégico do setor. Contudo, a maioria dos entrevistados dá mais ênfase à identificação de *stakeholders* relacionados com a vertente de serviços, diretamente, relacionados com a indústria turística.

*“(...) as empresas do setor, a área ambiental, as autarquias, a população através da forma como vota. Contudo a participação é mais significativa através do associativismo.” (E1)*

*(...) empresários (...) responsáveis públicos (governo e autarquias) (...) a população porque afeta as condições de vida, emprego, gestão territorial e acessibilidades. (...) claro que não têm todos a mesma importância. Os empresários são sempre os que fazem as coisas acontecer pelo que serão sempre os mais importantes. (E2)*

*“Empresas de animação turística, associações de turismo, empresas hoteleiras, restauração, rent-a-cars, administração e agências do governo regional, câmaras municipais, juntas de freguesia, associações de desenvolvimento local e ONGA’s.” (E3)*

*“Todos têm a sua importância. Todos são fundamentais (rent-a-car; marítimo turísticas, restauração, hotéis, etc...) todos são peças importantes deste setor transversal. Para a “engrenagem” deste setor funcionar corretamente, é uma função que deveria ser tomada não por uma elite, mas por todos, há que existir um empenho generalizado.” (E4)*

*“Os operadores turísticos, a indústria hoteleira, os investigadores, o setor dos transportes, as ONGAs, e claro o poder político. Penso que de uma forma geral todos estão envolvidos no processo, embora possam não estar todos de acordo no que concerne a tomada de decisões.” (E5)*

*“Os operadores turísticos, as empresas de animação, a hotelaria, os transportes, a restauração, as associações e camaras do comércio. Não têm que ter todos a mesma importância, mas deviam ser todos envolvidos no processo de decisão.” (E6)*

*“São os tradicionais, os diretos, que são os hoteleiros, os representantes da restauração com interesses diretos, a empresas marítimo-turísticas, etc., mas há os outros stakeholders, os indiretos, que também são afetados e são estes que não são representados no processo de decisão, como é o caso da restante população. Acho que não estão todos envolvidos, pois enquanto os tradicionais estão representados no processo, enquanto que a representação dos de gestão dos recursos naturais é insuficiente.” (E7)*

*“O Estado, as associações empresariais e uma coisa que não existe que são as associações de setor, das atividades que realmente estão no turismo e penso que todos devem ter o mesmo grau de importância no processo de decisão que deveria ser de todos.” (E8)*

*“Deverão estar todos envolvidos no processo de decisão, porque a democracia assim o exige e todos têm a mesma importância (...) os stakeholders do turismo, são todos aqueles que de uma maneira ou de outra estão envolvidos na atividade, os que trazem os turistas, os que os acomodam e os que os vendem os produtos que os mantêm por cá felizes.” (E9)*

*“No meu entender acho que todos são importantes, as organizações de ambiente, as empresas turísticas, comercio, restauração, hoteleiros, associações culturais...e penso que uns estão mais envolvidos do que outros, como é o caso da população local que deveria também se fazer representar, pois também é um stakeholder de grande importância.” (E10)*

Quando questionados sobre a forma como a participação deveria ser melhorada, os entrevistados acham que deveria: existir um conselho alargado e representativo de todos os agentes para o turismo, semelhante ao existente para outros setores de atividade; mais divulgação e discussão dos resultados alcançados; mais auscultação e integração dos contributos das diversas entidades; mais entendimento entre os diversos *stakeholders*; existência de mais fóruns e eventos com os diversos *stakeholders*; atribuição de benefícios que favoreçam a participação.

*“A eventual existência dum conselho mais alargado, como é o caso do conselho regional da agricultura, onde possam estar, efetivamente, os diversos setores representados. Até ao momento não*

*tenho conhecimento da existência de nenhum fórum social alargado, relativamente, ao turismo como o que existe na agricultura, onde seriam debatidos grandes temas sobre o setor.” (E1)*

*Com maior divulgação e discussão dos estudos que vão sendo realizados pelas entidades públicas. Estes estudos deviam estar disponíveis eletronicamente a todos. (E2)*

*“Através de fóruns, reuniões entre os diversos agentes.” (E3)*

*“Haver uma auscultação e integração das entidades que podem dar contributo, que podem trazer benefícios para o setor.” (E4)*

*“Tal como disse acima, liderar os conflitos potenciais até chegar a um consenso, e depois atuar em conformidade com esse consenso. As pessoas muitas vezes mobilizam-se para atingir consensos, mas como depois verificam que na prática se faz o que se quer, ficam desmotivadas para novas mobilizações.” (E5)*

*“Não basta haver associações é necessário que estas ou outros mecanismos de representação estejam perto dos interessados e nesse sentido abordem o turismo dentro das suas diversas especificidades Ex: a animação é muita coisa e os operadores marítimo turísticos não estarão interessados em ações tão gerais, mas sim em algo mais específico.” (E6)*

*“Pode ser melhorada através dos fóruns de participação que já existem e através da sua participação na monitorização da atividade. “(E7)*

*“Cabe ao Governo Regional e cabe ao Estado e às instituições com maior peso, como a Câmara do Comércio e Industria, associações zelar e ir contra este tipo de atitudes, podendo ser, muitas vezes, através da dependência de benefícios, que é normalmente a forma de agir do Estado, “só benefício nisto se participar naquilo”, porque por vontade própria, as pessoas não vão.” (E8)*

*“A participação pode ser melhorada se os stakeholders conseguissem um entendimento entre eles, de maneira a não haver sobreposição indesejadas, de maneira a que a competitividade seja saudável, onde haja uma distribuição de tarefas que seja sustentável.” (E9)*

Resumidamente, através da análise do conteúdo das respostas obtidas, podemos deduzir que o envolvimento dos *stakeholders* locais no setor do Turismo na Ilha de São Miguel é realizado através de uma participação passiva, sem grande contributo efetivo nas medidas e decisões políticas para o setor, devido, em parte, a uma certa dificuldade em trabalhar em equipa e a falta de motivação e interesse por parte das entidades em promover e incentivar a participação dos diversos agentes locais.

#### 5.4.2. Conhecimento das Políticas Estratégicas de Turismo em São Miguel

O planeamento estratégico tem vindo a adquirir, cada vez mais relevância no âmbito do planeamento territorial, através de uma metodologia, caracterizada pela flexibilidade de adaptação das medidas e pela participação dos agentes locais, procurando definir medidas de desenvolvimento que melhorem a competitividade dos territórios, de forma global e sustentável (Fonseca, 2006). Todavia, para que a participação dos agentes locais seja feita de forma produtiva e consciente, torna-se importante que estes indivíduos tenham conhecimento das políticas locais, em vigor, para o setor e a forma como obter este tipo de informação.

Assim, este subponto do trabalho, tem como propósito averiguar se os *stakeholders* locais têm conhecimento das políticas para o setor do turismo da região e se acham que estas contemplam uma política estratégica, direcionada para a Ilha de São Miguel.

Mediante a análise das respostas, foi possível concluir que a maioria dos entrevistados demonstra ter pouco conhecimento sobre esta temática, resumindo-se, apenas, à consciência da existência do Plano do Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA), completada com alguma, informação que vão obtendo, através dos meios de comunicação social.

*“Quando penso em política do turismo só me lembro do POTRAA, que se encontra desagregado por ilha, falando de política numa questão estratégica penso que este seja o único documento realmente orientador que se consiga obter e que eventualmente estará desatualizado (...)” (E1)*

*A política do turismo regional faz parte dos planos governamentais e é plasmada na legislação regional. (E2)*

*“Através do Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA).” (E3)*

*“Existe o POTRAA, que é um documento orientador e importante do setor. Contudo, há que melhorar a informação sobre o turismo e as suas plataformas de divulgação.” (E4)*

*“Vou tendo conhecimento devido ao meu envolvimento pessoal nestes assuntos”. (E5)*

*“Muito pouca.” (E6)*

*“Não há propriamente, há sim uma política de turismo para os Açores. Para a RAA só tenho conhecimento do POTRAA e penso que não é o suficiente e que precisa de atualização.” (E7)*

Relativamente à disponibilidade e quantidade da informação existente, a maior parte dos entrevistados afirma que esta não é suficiente e que o seu acesso não está, devidamente, divulgado e ao dispor da população.

*“(…) penso que não é suficiente, até mesmo para o investidor, penso que o POTRAA para o investidor seja, fundamentalmente, o nº de camas que seja mais determinante e não em termos de orientação de atividades não trará uma informação relevante.” (E1)*

*“Não” (E4)*

*“(…) eu sei como obter, mas acho que a maioria da população não tem conhecimento da política de turismo para a ilha e para a restante região.” (E8)*

Quanto à existência ou não de uma política estratégica do turismo, diretamente, vocacionada para a Ilha de São Miguel, as opiniões dividem-se. Por um lado, existem os que afirmam a sua existência, fundamentando-se, principalmente, através da liberalização do espaço aéreo, que possibilitou a ocorrência de voos “low cost” para a Ilha de São Miguel, incrementando, consideravelmente, o fluxo turístico da ilha.

*“Eu acho que tem havido uma política, só esta liberalização do espaço aéreo é uma questão estritamente política (...) que possibilitou este grande incremento de turistas, mas esta não foi acompanhada de alguns aspetos estratégicos que eventualmente possam ser melhorados na nossa cultura nos próximos anos e se este fluxo de turismo se mantiver” (E1)*

*“No papel sim, pois muitos relatórios, planos e afins, foram elaborados sobre esta matéria; na prática parece-me que a decisão foi, temos de abrir o espaço aéreo dos Açores para receber o maior número possível de turistas, uma vez que a oferta que havia, além de escassa era demasiado cara.” (E5)*

*“É óbvio que tem existido uma política estratégica para o turismo na ilha de São Miguel, aparece nos jornais, mas não apenas nestes, aparece na atividade que se tem feito sentir na ilha de São Miguel e nos Açores em geral. Portanto, há uma política de desenvolvimento turístico e de aproveitamento dos incentivos. Um exemplo desta política foi a abertura dos acessos a São Miguel com a entrada das companhias low cost, que proporcionaram um “boom”, com um aumento turístico muito apreciável.” (E9)*

Por outro lado, há os que defendem a não existência de uma política estratégica para a Ilha de São Miguel, atestando que a política do turismo tem sido pensada e planeada na globalidade do arquipélago e que a Ilha de São Miguel constitui-se apenas como uma parte do todo, não sendo realizada de forma individualizada e tendo em consideração as características de cada ilha.

*“Existe uma estratégia para os Açores. São Miguel enquadra-se, embora com mais dinamismo por ter maior massa crítica de investidores (...) representada na legislação regional”. (E2)*

*“O Turismo tem sido vendido na sua generalidade, como um todo. Não tem sido feito para São Miguel.” (E4)*

*“Não tem havido.” (E6)*

*“Não penso que haja uma política de turismo para a ilha, nem que haja uma espacialização da política regional para a ilha. Não acho que tem existido uma política estratégica e adaptada à realidade de cada ilha, acho sim que tem existido uma série de coisas que são mais o resultado da atuação dos agentes económicos, do que propriamente de uma política estratégica para a ilha.” (E7)*

*“Eu não acho que tem existido uma política específica para a Ilha de São Miguel, acho que existe para a região.” (E8)*

Por último, tentamos perceber, apesar da discordância sobre a existência de uma política, específica, para a Ilha de São Miguel, que pontos estratégicos achavam que esta deveria focar. Segundo os entrevistados, esta política deveria contemplar: uma avaliação adequada das repercussões da liberalização do espaço aéreo; aposta em mercados mais competitivos e mais próximos (ex. alemão; espanhol, italiano); mais enfoque nas Áreas Protegidas e Conservação da Natureza; Mar e Recursos Marinhos; mais dinamização dos centros das cidades, do comércio e serviços tradicionais e aposta e divulgação da Gastronomia e Produtos Locais.

*(...) avaliação adequada das repercussões desta medida (...).” (E1)*

*“(...) há que aumentar os mercados, temos que ser competitivos. Existem outros mercados competitivos, mas temos que saber escolher os mercados, como por exemplo o mercado alemão, italiano, espanhol, devido à proximidade.” (E4)*

*“Áreas Protegidas e Conservação da Natureza; Alojamento; Animação; Mar recursos marítimos; Produtos locais...” (E6)*

*“Acho que sim, deveria haver um forte empenho e uma clara definição entre a política do turismo e a gestão dos recursos naturais.” (E7)*

Em suma, conclui-se que os *stakeholders* locais têm pouco conhecimento das políticas, previstas e em vigor, para o desenvolvimento turístico local, não sendo concensual, entre eles, a opinião sobre a existência ou não de uma política estratégica para, o caso concreto, da Ilha de São Miguel.

## CAPITULO VI – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo, pretende-se evidenciar os resultados mais significativos, obtidos ao longo da pesquisa efetuada, através de uma reflexão crítica, confrontando os resultados alcançados com as teorias dos diversos autores que sustentam o enquadramento teórico da temática em estudo.

Os territórios insulares são, cada vez mais, vislumbrados como espaços exóticos, isolados e autênticos, afirmando-se, apesar das debilidades económicas, como locais de refugio ao quotidiano (Silva, 2017).

Estando o turismo numa fase de grande expansão na Ilha de São Miguel, tornou-se importante perceber qual a visão atual dos *stakeholders* face a este desenvolvimento, aos seus benefícios e constrangimentos gerados e à forma como o turismo tem sido gerido na região, por forma a potenciar as suas vantagens e minimizar as suas fraquezas.

No que respeita à perceção dos impactos económicos foi possível concluir que estes são, maioritariamente, entendidos como consequências positivas e benéficas para os *stakeholders* micalenses, na medida em que proporcionaram um incremento e uma diversificação da economia local, gerando emprego num cenário de pouca empregabilidade. Para além do aumento do emprego, são, também, identificados como benefícios para a população micalense, a diversificação da economia, o surgimento de investimentos externos devido a projeção internacional do destino Açores, a estabilização dos mercados e de pequenos negócios. Estas conclusões vão de encontro aos estudos de (Andriotis, 2001; Ivanov & Webster, 2007; Liu e Var, 1986; Haralambopoulos & Pizam, 1996) que defendem que os impactos económicos do turismo são percecionados pelas populações, como positivos. Para estes, o turismo ajuda a economia, aumenta o padrão de vida das comunidades residentes, gera emprego e aumenta o lucro dos negócios locais.

Relativamente, aos impactos negativos do turismo a nível económico, a maioria dos entrevistados não identifica malefícios muito significativos nesta fase de crescimento turístico em que a ilha se encontra, alegando que a ilha não se encontra, ainda, numa situação de dependência do setor. Todavia, alguns identificam um aumento considerável dos preços dos imóveis e de alguns serviços e bens de consumo, o que converge com à tese de Liu e

Var (1986) que o desenvolvimento turístico pode conduzir a um agravamento do custo de vida, caracterizado pelo aumento do custo dos serviços, bens alimentares, imobiliário e terrenos.

A nível ambiental, o aumento do fluxo de visitantes tem provocado como impactos negativos, um relativo acúmulo de resíduos e degradação de trilhos pedestres e a existência de uma sensação de "crowding" em áreas sensíveis, principalmente, no ramo das atividades marítimo-turísticas. Contudo, de acordo com a informação obtida e corroborando os estudos de Var e Kim, 1990 *apud* Kyungmi, 2002, o turismo, não tem produzido apenas prejuízos a nível ambiental, ou seja, também, tem vindo a proporcionar a criação de uma maior consciência para a necessidade de preservar o meio ambiente, através de crescente preocupação com a apresentação dos locais, o que conduz a um maior cuidado e limpeza dos mesmos, na tentativa de mostrar a melhor imagem da região ao visitante.

Por fim, temos o nível sociocultural, para o qual foi possível apurar e fortificar a análise de autores como Guo *et al.*, (2014), McDowall e Choi (2010) e Liu e Var (1986), que os benefícios mais percecionados neste nível recaem no aparecimento de uma oferta mais diversificada de atividades culturais, não só no aumento da quantidade de eventos, mas, também, na qualidade dos mesmos, a dinamização do artesanato, o enriquecimento cultural da população local através do contacto com outras culturas e uma certa recuperação da identidade cultural açoriana, assim como um aumento do orgulho pela cultura e pelas tradições locais.

Para além dos benefícios socioculturais, alguns dos entrevistados denotam a presença de alguns impactos negativos, tendo por base a perceção de um certo congestionamento e sobrelotação, traduzida em alguma dificuldade de acesso, por parte da comunidade micaelense, a determinados lugares, que antes eram muito fáceis de aceder, assim como um aumento do lixo e do barulho no centro urbano (Ponta Delgada). Para além destes, também, denotam, a possibilidade da existência de um certo choque de mentalidades e assim como Dogan (1989), uma descaracterização de algumas manifestações ou expressões culturais e à semelhança de McDowall e Choi (2010) alguma mudança no estilo de vida familiar e social, em consequência das novas exigências do mercado de trabalho, vocacionado para o turismo. Contrariamente ao que seria esperado, não é percecionado um aumento da taxa de

criminalidade, do alcoolismo, do consumo de drogas e da prostituição conforme constatado por Dogan (1989) e Mason (2003).

Relativamente à importância atribuída pelos representantes *stakeholders* aos impactos percebidos, os económicos assumem o papel de maior destaque como positivos, principalmente, na geração de emprego e na dinamização da economia local, apoiando a teoria de autores como Liu e Var (1986) e Sheldon e Var, (1984) que defendem que para os residentes os benefícios económicos do turismo são, frequentemente, maiores que os prejuízos sociais. Ao contrário do que seria esperado, os representantes dos *stakeholders* do ambiente, também, destacaram como mais importantes, os impactos económicos, em detrimento dos ambientais.

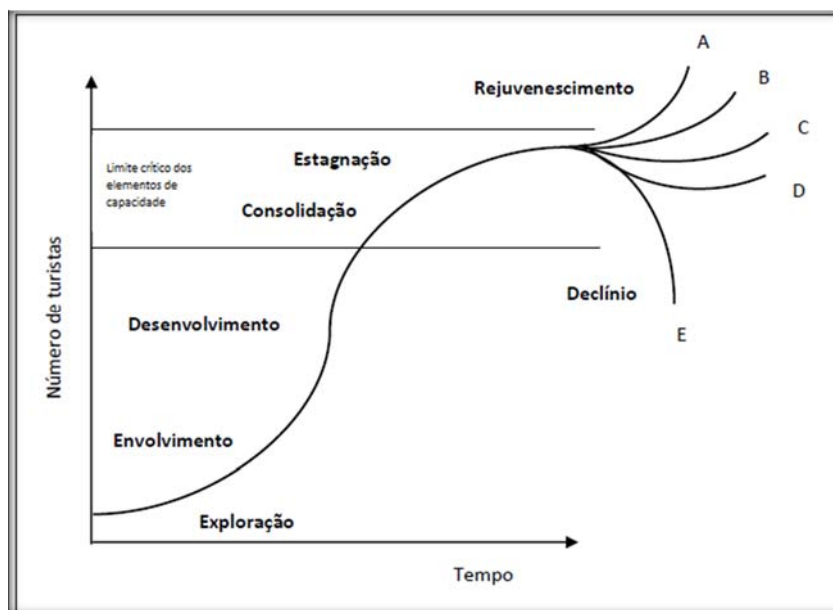
No contexto dos impactos negativos, destacam-se os ambientais e sociais, como mais relevantes, na realidade, atual, da ilha de São Miguel. Mais uma vez, contrariamente, ao que seria previsto, não são os representantes do ambiente a evidenciar os impactos ambientais, mas sim os representantes dos Especialistas e Investigadores em Turismo, das Associações Culturais e das Associações de Empresários do Turismo. Enquanto, os representantes do Ambiente focaram-se nos impactos sociais e económicos.

Esta predominância da perceção dos impactos positivos face aos negativos, principalmente, a nível económico, deve-se, essencialmente, ao facto do turismo estar numa fase de crescimento inicial, que de acordo com a Modelo do Ciclo de Vida do Turismo, defendida por Butler (1980) *apud* Butler (2006), poderá enquadrar-se na 2ª fase “Envolvimento”. Segundo este autor, o ciclo de Vida de um Destino Turístico evolui em seis fases: 1ª Exploração; 2ª Envolvimento; 3ª Desenvolvimento; 4ª Consolidação; 5ª Estagnação; 6ª Declínio ou Rejuvenescimento (Figura 10).

A fase de “Envolvimento” caracteriza-se pelo contínuo e regular aumento do número de visitantes, e na mobilização por parte da comunidade e do poder local em criar condições a nível de infraestrutura e acessibilidades, principalmente ou mesmo exclusivamente para estes. O relacionamento entre os visitantes e residentes revela um considerável nível de proximidade, principalmente entre para os locais envolvidos no atendimento aos visitantes (Butler, 2006), ou seja, é uma fase de descoberta e de adaptação, por parte do destino turístico e da comunidade local, tentado suprir as necessidades da nova realidade de crescimento

turístico e corresponder às expectativas dos visitantes, numa fase a população local começa a ver o turismo como uma atividade benéfica a vários níveis, mas principalmente, a nível económico. Segundo, Tooman (1996) *apud* Butler (2006), apesar do turismo, não ser o setor de atividade dominante na fase do “Envolvimento”, este pode, mesmo assim, produzir benefícios bastante desejáveis a nível económico.

Figura: 10. Ciclo de Vida dos Destinos Turísticos



Fonte: Adaptado de Butler (2006)

Sendo o mercado turístico caracterizado pela constante mudança e elevado nível de concorrência, tentou-se apurar junto dos representantes dos *stakeholders*, quais as fraquezas e vantagens competitivas que a Ilha de São Miguel possui face a outros destinos turísticos, segundo o Modelo de Competitividade desenvolvido por Ritchie e Crouch (1999).

Segundo a análise das entrevistas, foi possível apurar que as dimensões que os entrevistados mais identificaram, como sendo potenciadoras da competitividade da Ilha de São Miguel, foram os Recursos Centrais e Atrações e os Determinantes Qualitativos. Estas dimensões, segundo Ritchie e Crouch (1999), correspondem, aos elementos primários da atratividade de um destino, como aspetos naturais, culturais e históricos, elos culturais, étnicos e históricos com mercados emissores, conjunto de atividades oferecidas, eventos especiais e estrutura turística, no caso dos Recursos Centrais e Atrações e às condições

situacionais que afetam a competitividade do destino, como: localização, dependência de outros destinos, segurança e custo, no que concerne aos Determinantes Qualitativos.

Nos Recursos Centrais e Atrações foram destacados como elementos fundamentais, a cultura, o clima, a qualidade ambiental, a Gastronomia, a diversidade paisagística, o Termalismo e a Biodiversidade Terrestre e Marinha. Enquanto nos Determinantes Qualitativos foi evidenciada a segurança e a tranquilidade.

Os resultados alcançados, nesta pesquisa, contrapõem um pouco o estudo realizado por Goffi (2013), em vários destinos turísticos italianos, onde *stakeholders* não evidenciam os Recursos Centrais e Atrações e os Determinantes Qualitativos, como os maiores determinantes da competitividade turística, mas sim a Gestão do Destino e a Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino. Esta situação, justificada pelo facto desta região ser considerada um destino conhecido internacionalmente pela imagem de turismo de natureza e de mar, com grande enfoque nos Recursos Naturais. Todavia, os resultados vão de encontro às conclusões alcançadas por Oliveira e Sá (2014), num estudo realizado na cidade do Porto, onde os Recursos Centrais e Atrações e os Determinantes Qualitativos destacam-se como os pontos fortes mais mencionados.

Para potenciar os fatores competitivos da Ilha de São Miguel, os *entrevistados* apontaram algumas medidas/ações que deveriam ser tomadas, sendo estas: a melhoria da rede de transportes; a realização de uma gestão mais eficiente para não ultrapassar a capacidade de carga; o ajuste da imagem promocional da região aos recursos existentes - Marketing; mais investimento na preservação dos recursos naturais e na gestão das Áreas Protegidas; mais divulgação da gastronomia local e continuar a perpetuar a imagem de sustentabilidade da região.

No tocante às principais fraquezas, foram identificados fatores ao nível das dimensões Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, da Gestão do Destino e dos Recursos Centrais e Atrações e dos Fatores e Recursos de Suporte. Ao nível da Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, estas fraquezas são baseadas no desconhecimento da capacidade de carga. Na Gestão do Destino é evidenciada a falta de formação dos profissionais e a dificuldade em atrair investidores externos. Por sua vez, nos Recursos Centrais e Atrações recai a apreensão sobre a instabilidade climática e recursos

limitados e sensíveis à pressão humana. Para além destas dimensões, também, foram mencionadas fraquezas ao nível dos Determinantes Qualitativos e Amplificadores, em virtude da localização do arquipélago e dos Fatores e Recursos de Suporte, ao nível das acessibilidades existentes. Estas fraquezas vão, novamente, à semelhança das potencialidades da região, ao encontro do estudo de Oliveira e Sá (2014), onde é destacado como pontos mais fracos da competitividade da cidade do Porto, a Gestão do Destino, na qual é evidenciada, entre outros fatores: a falta de formação dos recursos humanos; a falta de interação, planificação, coordenação e comunicação entre os agentes do turismo e o excesso de burocracia.

Com a finalidade de mitigar estas fraquezas os representantes dos *stakeholders* argumentam que deve existir: uma aposta no desenvolvimento de atividades turísticas, principalmente culturais, que não estejam dependentes do tempo; maior promoção para atração de investidores vocacionados para o turismo de natureza; desburocratização dos processos de investimento; mais abertura da comunidade para os turistas; aposta na formação dos profissionais e mais investimento nos serviços do setor; melhoria contínua da oferta de serviços e mais investimento por parte das próprias empresas na formação dos seus funcionários.

No que concerne à forma como é gerido o processo de decisão do setor do turismo e o nível participação dos *stakeholders* na Ilha de São Miguel, foi possível apurar que o envolvimento dos *stakeholders* locais é realizado de forma bastante residual, predominantemente, através de uma *Participação Passiva*, caracterizada segundo Adnan *et al.*, (1992) *apud* Pretty (1995) por um processo onde a participação da comunidade é limitada, tomando apenas conhecimento sobre o que já foi decidido ou feito, onde as suas respostas não são tomadas em consideração e em que a informação pertence apenas a profissionais externos à comunidade. Já de acordo com a escala da Participação Pública de Arnstein, o nível de participação dos *stakeholders* locais, pode caracterizar-se por uma mistura da fase da *Informação* e da *Consulta*, onde as pessoas até têm conhecimento dos seus direitos e responsabilidades, mas a informação, normalmente, só é realizada num fluxo de cima para baixo.

De acordo com os entrevistados, esta situação surge, em virtude, de uma certa dificuldade dos *stakeholders* e decisores políticos trabalharem em equipa, a algum comodismo em adotar diretivas europeias e a alguma falta de motivação e interesse por parte das entidades em promover e incentivar a participação dos diversos agentes locais e a não atribuírem grande importância a este processo. Estas limitações de acordo com Tosun (2000) fazem parte do que designou por *limitações operacionais*, caracterizadas pela centralização da Administração Pública do Turismo, falta de coordenação e falta de informação e por *limitações estruturais*, que englobam a atitude dos profissionais; a dominação da elite; a falta de um sistema legal apropriado; a falta de formação dos recursos humanos; custos relativamente elevados associados à participação pública e a falta de recursos financeiros.

Quanto à importância deste processo participativo, os entrevistados alegam que o envolvimento dos agentes interessados seria uma mais-valia e desempenharia um papel crucial para definição de medidas adaptadas à realidade e as necessidades efetivas do setor e da região, o que reforça o pensamento de Bramwell e Lane (2000), Caffyn e Jobbins, (2003) e Timothy (1998), que o envolvimento de múltiplos *stakeholders* no planeamento, pode facilitar a integração e resolução de várias questões sociais, culturais, ambientais, económicas e políticas relevantes no desenvolvimento sustentável e beneficiar a compreensão das necessidades e expectativas da sociedade através de um processo mais eficiente, equitativo e harmonioso.

Quando questionados sobre como a participação deveria ser melhorada, os entrevistados acham que deveria: existir um conselho alargado representativo de todos os agentes para o turismo, semelhante ao existente para outros setores de atividade; mais divulgação e discussão dos resultados alcançados; mais auscultação e integração dos contributos das diversas entidades; mais entendimento entre os diversos *stakeholders*; existência de mais fóruns e eventos com os diversos *stakeholders*; atribuição de benefícios que favoreçam a participação.

Simultaneamente, com a análise do tipo de participação pública existente na Ilha de São Miguel, foi possível aferir que os representantes dos *stakeholders* locais têm pouco conhecimento das políticas previstas e em vigor, para o desenvolvimento turístico local, não

sendo concensual, entre eles, a opinião sobre a existência ou não de uma política estratégica específica para São Miguel. Alguns, alegam que a política do turismo tem sido pensada e planeada na globalidade do arquipélago, através do Plano do Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA) e que a Ilha de São Miguel constituiu-se como, apenas, uma parte do todo, não sendo realizada de forma individualizada, nem tendo em consideração as características de cada ilha. De acordo com estes dados, podemos assim concluir que o planeamento turístico na RAA, segue a metodologia de cariz mais *convencional*, que segundo Gun (1993), baseia-se num processo em que os *stakeholders* são consultados de forma minimalista e muito orientado para a concretização do Plano, sendo o seu sucesso medido pela concretização dos objetivos contidos no mesmo.

Por fim, apesar da falta de concordância, relativamente, à existência de uma política estratégica, específica, para a Ilha de São Miguel, foi elencando pelos representantes dos *stakeholders* um conjunto de medidas que esta política deveria contemplar, sendo estas direcionadas para: uma avaliação adequada das repercussões da liberalização do espaço aéreo; uma aposta em mercados mais competitivos e mais próximos (ex. alemão; espanhol, italiano); mais enfoque nas Áreas Protegidas, Conservação da Natureza, Mar e Recursos Marinhos; mais dinamização dos centros das cidades, do comércio e serviços tradicionais e uma maior aposta na divulgação da Gastronomia e dos Produtos Locais. Estas medidas vão um pouco de encontro ao Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (2016), elaborado muito recentemente e após a realização das entrevistas, que defende uma aposta em produtos estratégicos assentes no desenvolvimento do Turismo de Natureza como *Produto Prioritário*, no Turismo Náutico, Touring Cultural e Paisagístico (atividades culturais; gastronomia e vinhos; religião; património) e no Turismo de Saúde e Bem-Estar (Termalismo), como *Produtos Complementares* e no Sol e Mar, Congressos e Incentivos e Golfe como *Produtos Secundários*.

De forma sucinta, podemos concluir que o turismo, na Ilha de São Miguel, apresentou um grande crescimento desde a liberalização do espaço aéreo, que segundo os entrevistados, até ao momento, é visto como, maioritariamente, benéfico, principalmente, a nível económico, devido à dinamização da economia local e à geração de emprego num cenário de elevados níveis de desemprego.

Contudo, ao nível do planeamento estratégico e de envolvimento de *stakeholders*, foi possível aferir que a região não se encontra, devidamente, preparada para gerir de forma sustentável este crescimento do setor, na medida em que o planeamento estratégico é realizado com enfoque na globalidade da RAA e não de forma individualizada para cada ilha, tendo em atenção as suas potencialidades e debilidades e sem grande recurso a um envolvimento ativo e reprodutivo dos *stakeholders* nas medidas de gestão.

## CAPITULO VII- CONCLUSÕES GERAIS

Em virtude das alterações ocorridas no setor do Turismo, desde abril de 2015, com a liberalização do espaço aéreo para a RAA, surge a necessidade de perceber como este crescimento está a ser acolhido e entendido pelos *stakeholders* micaelenses.

Assim, através da realização deste trabalho de investigação, e de forma sucinta, pode-se afirmar que foi possível atingir, de forma geral, os objetivos propostos para o estudo.

- ✓ Objetivo 1. Caracterizar a perceção dos diversos *stakeholders* sobre os impactos positivos e negativos do desenvolvimento turístico na Ilha de São Miguel.

Os impactos positivos a nível económico percecionados são aumento do emprego, a diversificação da economia, o surgimento de investimentos externos devido a projeção internacional do destino Açores, a estabilização dos mercados e de pequenos negócios. Enquanto os negativos recaem sobre um aumento significativo dos preços dos imóveis e de alguns serviços e bens de consumo.

Relativamente aos impactos positivos a nível ambiental são mencionados a criação de uma maior consciência para a necessidade de preservar o meio ambiente, através de crescente preocupação com a apresentação dos locais, o que conduz a um maior cuidado e limpeza dos mesmos, na tentativa de mostrar a melhor imagem da região ao visitante. Por outro lado, temos os impactos negativos, caracterizados por um relativo acúmulo de resíduos e degradação de trilhos pedestres e a existência de uma sensação de "crowding" em áreas sensíveis, principalmente, no ramo das atividades marítimo-turísticas.

No nível sociocultural, são declarados como benefícios o aparecimento de uma oferta mais diversificada de atividades culturais, não só no aumento da quantidade de eventos, mas, também, na qualidade dos mesmos, a dinamização do artesanato, o enriquecimento cultural da população local através do contacto com outras culturas e uma certa recuperação da identidade cultural açoriana, assim como um aumento do orgulho pela cultura e pelas traduções locais. Como impactos negativos surge uma certa dificuldade de acesso, por parte da comunidade micaelense, a determinados lugares, que antes eram muito fáceis de aceder, algum acúmulo de lixo, aumento do barulho no centro urbano, a possibilidade da existência

de um certo choque de mentalidades, uma certa descaracterização de algumas manifestações ou expressões culturais e alguma mudança no estilo de vida familiar e social.

- ✓ Objetivo 2. Identificar, segundo, o Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos desenvolvido por Ritchie e Crouch, e de acordo com a visão dos *stakeholders*, quais os principais motores impulsionadores da competitividade do destino turístico de São Miguel;

Foi possível apurar que as dimensões que os representantes dos *stakeholders* mais identificaram, como sendo potenciadoras da competitividade da Ilha de São Miguel, foram os Recursos Centrais e Atrações e os Determinantes Qualitativos.

Nos Recursos Centrais e Atrações foram destacados como elementos fundamentais, a cultura, o clima, a qualidade ambiental, a Gastronomia, a diversidade paisagística, o Termalismo e a Biodiversidade Terrestre e Marinha. Enquanto nos Determinantes Qualitativos foi evidenciada a segurança e a tranquilidade.

- ✓ Objetivo 3. Identificar, segundo, o Modelo de Competitividade dos Destinos Turísticos desenvolvido por Ritchie e Crouch, e de acordo com a visão dos *stakeholders*, quais os principais obstáculos/lacunas existentes que condicionam a competitividade do destino turístico de São Miguel;

No tocante às dimensões da Competitividade de Ritchie e Crouch, a Ilha de São Miguel possui fraquezas, principalmente, ao nível da Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, da Gestão do Destino e dos Recursos Centrais e Atrações. Ao nível da Política, Planeamento e Desenvolvimento do Destino, estas fraquezas são baseadas no desconhecimento da capacidade de carga. Na Gestão do Destino é evidenciada a falta de formação dos profissionais e a dificuldade em atrair investidores externos. Por sua vez, nos Recursos Centrais e Atrações recai a apreensão sobre a instabilidade climática e recursos limitados e sensíveis à pressão humana.

- ✓ Objetivo 4. Caracterizar o nível de envolvimento e de participação dos *stakeholders* no processo de planeamento do turismo da ilha de São Miguel.

Foi possível apurar que, apesar dos entrevistados atribuírem importância à necessidade da participação ativa de todos os agentes locais no processo de decisão, este envolvimento é realizado de forma bastante residual, maioritariamente, através de um processo de *Participação Passiva*. De acordo com os entrevistados, esta situação surge, em virtude, um conjunto de *limitações operacionais e estruturais*, traduzidas numa certa dificuldade dos *stakeholders* e decisores políticos trabalharem em equipa, num comodismo em adotar diretivas europeias e na falta de motivação e interesse por parte das entidades em promover e incentivar a participação dos diversos agentes locais.

Mediante estes resultados, expomos algumas recomendações/indicações generalistas que poderão ser benéficas para a manutenção do crescimento sustentável do setor:

- Realização de uma constante monitorização dos possíveis impactos ambientais em ecossistemas mais sensíveis, e aplicação de algumas medidas de visitação mais restritivas nestes locais, protegendo o maior “tesouro” competitivo da região;
- Maior aposta na formação dos trabalhadores ligados ao setor do turismo;
- Promoção de mais evento/atividades de cariz cultural, promovendo as tradições e produtos locais e contribuindo para o estreitamento relacional entre turistas e locais.
- Aposta na promoção de um maior envolvimento efetivo e reprodutivo das opiniões dos *stakeholders* locais no processo de decisão político do setor do turismo;
- Maior facilidade de acesso da população à política, em vigor, para o setor do turismo;
- Continuação na aposta da promoção da oferta de um produto turístico de natureza adequado à realidade da região.

Contudo, apesar de terem sido alcançados os objetivos propostos, deve ser revelado que esta pesquisa possui algumas limitações.

Ao nível dos resultados obtidos são percionadas algumas limitações, que podem ser justificadas pelo facto da realização das entrevistas ter sido efetuada logo após a liberalização do espaço aéreo e do conseqüente “boom” do crescimento turístico na Ilha de São Miguel, onde, a maioria, dos stakeholders ainda não possuía, uma noção clara e precisa das conseqüências desta nova realidade. Em primeiro lugar, este factor, poderá ter condicionado os resultados relativos à percepção dos impactos, traduzindo-os numa percepção, maioritariamente, focada nos impactos económicos, o que num cenário com elevados níveis de desemprego e fraca dinamização da economia nos restantes setores de atividade, transforma-os, inevitavelmente, nos impactos mais valorizados. Em segundo lugar, esta situação, poderá, também, ter condicionado a natureza dos dados obtidos, uma vez que quando se optou pela metodologia qualitativa, pretendia-se a obtenção de informações com um grau mais elevado de profundidade acerca do tema abordado, através de questões do tipo “como”; “porquê” e “quê”, contudo, apesar do guião da entrevista conter esta tipologia de questões, a maioria das respostas traduziram-se em questões de “o quê” e não tanto em “comos?” e “porquês”.

Em termos de uma pesquisa futura, ou mesmo de forma a melhorar a atual, seria benéfico realizar uma investigação aprofundada para avaliação e monitorização das conseqüências da introdução das companhias “low cost” no mercado açoriano.

Este estudo contribuirá para conhecimento da postura e percepção de alguns representantes dos *stakeholders* da Ilha de São Miguel, face ao crescimento do turismo, tentando fornecer, como produto final, um conjunto de informações que poderão ser úteis na elaboração de estratégias/ações para potenciar pontos fortes da região e para mitigar os constrangimentos provocados por este incremento do setor.

## BIBLIOGRAFIA:

- AEP / GABINETE DE ESTUDOS (2008). Turismo de natureza. AEP. disponível online em: <http://aep.org.pt/docs/aep-estudos/turismo-de-natureza-%28junho-2008%29.pdf?sfvrsn=4>
- ALLEN, L., HARRY R., PATRICK T., & PERDUE, R. (1993). "Rural residents attitudes toward recreation and tourism development". *Journal of Travel Research* 31, 4: 27-33.
- ALMEIDA, J. & PINTO, J. (1995). *A Investigação nas Ciências Sociais*, Lisboa: Editorial Presença.
- AMIN A. & THRIFT N. (2002), *Cities: Reimagining the urban. 2ª Ed.* Cambridge: The Polity Press.
- ANDERECK, K. & VOGT, C. (2000). The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options. *Journal of Travel Research*, 39,27-36
- ANDERECK, K., VALENTINE, K., KNOPF, R. & VOGT, C. (2005). "Residents' perceptions of community tourism impacts". *Annals of Tourism Research*, 32, pp. 1056-1076.
- ANDERECK, L. & NYAUPANE, G. (2010). "Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents." *Journal of Travel Research* 50: 248-260.
- ANDRIOTIS, K. (2001). "Tourism Planning and Development in Crete: Recent Tourism Policies and their Efficacy". *International Journal of Sustainable Tourism*, 9(4): 298-316.
- ANDRIOTIS, K. (2005), "Community Groups' Perceptions of and Preferences for Tourism Development: Evidence from Crete", *Journal of Hospitality and Tourism Research* 29(1), 67-90.
- ANDRIOTIS, K., & VAUGHAN, D.R. (2003). "Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete". *Journal of Travel Research*, 42(2), 172-185.
- ANUAR, A., AHMAD, H., JUSOH, H. & HUSSAIN, M. (2012). "Understanding the Role of Stakeholder in the Formation of Tourist Friendly Destination Concept". *Journal of Management and Sustainability*. Vol. 2, No. 2; 2012 ISSN 1925-4725 E-ISSN 1925 4733.
- AP, J., & CROMPTON, J. (1998). "Developing and Testing a Tourism Impact Scale." *Journal of Travel Research*, 37 (2): 120-30.
- ARAÚJO, L. (2006). "Participação sociopolítica no planeamento turístico". *Turismo: visão e ação*, v.8, n.1, 153-164.
- ARNSTEIN, S (1969). "A Ladder of Citizen Participation". *Journal of the American Institute of Planners*, 35:4, 216-224, DOI: 10.1080/01944366908977225.
- AUH, S. & COOK, C. (2009). *Quality of community life among rural residents: An integrated model*. Springer Science Business Media B.V

- AZEVEDO, E. (2015). *O Clima dos Açores (monografia). Monografia sobre o clima dos Açores e o seu estudo*. DOI: 10.13140/RG.2.1.2075.1200. Disponível online em: [https://www.researchgate.net/publication/280921853\\_O\\_Clima\\_dos\\_Acores\\_monografia](https://www.researchgate.net/publication/280921853_O_Clima_dos_Acores_monografia)
- BARBALHO, C. (1997). “Planejamento Estratégico: uma análise metodológica”. *Inf.Inf., Londrina*, v.2, n.1, p.29-44, jan./jun.
- BARRETO, M. (2008). *Manual de Iniciação ao estudo do turismo*. 17 ed. Coleção Turismo. São Paulo: Papirus.
- BELADI, H., CHAO, C., HAZARI, B & LAFFARGUE, J. (2009). “Tourism and the Environment”. *Resource and Energy Economics*, 31, 39-49.
- BELISLE, F. & HOY, D. (1980). “The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Marta, Columbia”. *Annals of Tourism Research* 7, 1: 83-101.
- BENCKENDORF, P. & PEARCE, P. (2003). “Australian Tourist Attractions: The links between Organizational Characteristics and Planning”. *Journal of Travel Research*, Vol.42:24-35.
- BENTZ, J. (2015). *Optimal strategies for marine wildlife tourism in small islands*. PhD dissertation, University of the Azores, Ponta Delgada, Portugal
- BERELSON, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glence: Free Press.
- BOGDAN, R. & BIKLEN, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação – uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto: Porto Editora.
- BRAMWELL, B. & LANE, B. (2000). *Tourism collaboration and partnerships: politics, practice and sustainability*. Clevedon: Channel View.
- BROUGHAM, J. & BUTLER, R. (1981) “Asegmentation analysis of resident attitudes to the social impact of tourism”. *Annals of Tourism Research* 8, 4: 569-90.
- BUTLER, R. (2006). *The Tourism Area Life Cycle. Applications and Modifications*. Vol.1. Aspects of Tourism 28. Channel View Publications.
- BYRD, E., BOSLEY, H. & DRONBERGER, M. (2009). “Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina”. *Tourism Management* 30:693–703.
- CAFFYN, A. & JOBBINS, G. (2003). "Governance capacity and stakeholder interactions in the development and management of coastal tourism: Examples from Morocco and Tunisia". *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (2-3), 224-245.
- CALADO, H., QUINTELA, A. & PORTEIRO, J. (2007). Integrated Coastal Zone Management Strategies on Small Islands. *Journal of Coastal Research*, SI 50, 125-129.
- CAÑIZARES, S., TABALES, J., & GARCÍA, F. (2014). “Local residents’ attitudes towards the impact of tourism development in Cape Verde”. *Tourism & Management Studies*, 10(1), 87-96.

CARLSEN, J. & BUTLER, R. (Eds.) (2011). *Island tourism: Sustainable perspectives*. Wallingford: CABI.

CERVENY, L. (2005). *Tourism and its effects on southeast Alaska communities and resources: case studies from Haines, Craig, and Hoonah, Alaska*. Res. Pap.PNW-RP-566. Portland, OR: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station. 147 p. Disponível online em: [https://www.fs.fed.us/pnw/publications/pnw\\_rp566/pnw\\_rp566a.pdf](https://www.fs.fed.us/pnw/publications/pnw_rp566/pnw_rp566a.pdf)

CHASE, C., AMSDEN, B., & PHILLIPS, R.G. (2012). "Stakeholder engagement in tourism planning and development". In Uysal, M., Perdue, R., and Sirgy, J.M. (eds) *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research, Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* (pp. 475–490). Dordrecht: Springer.

COOPER, C., FLETCHER, J., FYALL, A. GILBERT, D. & WANHILL, S. (2007). *Turismo: Princípios e Práticas*. São Paulo: ARTMED.

COOPER, C., SCOTT, N., MARCH, R., WILKINSON, I., PFORR, C., & THOMPSON, G. (2006). *The network structure of tourism operators in three regions of Australia*. Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.

COSTA, C. (2001). "An emerging tourism planning paradigm? A comparative analysis between town and tourism planning". *International Journal of Tourism Research*, v. 3, n. 6 : 425-441.

CROES, R. (2000). *Anatomy of Demand in International Tourism: The Case of Aruba*. Assen, The Netherlands: van Gorcum.

CROES, 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*, Vol. 27, Issue 3:453-465.

CROUCH, G. & RITCHIE, J. (1999). "Tourism, competitiveness, and societal prosperity". *Journal of Business Research*, 44, pp.137-152.

CROUCH, G. (2007). *Modelling destination competitiveness*. CRC for sustainable tourism. Queensland, Australia.

DECKER, D., KRUEGER, C., BAER JR., R., KNUTH, B. & RICHMOND, M. (1996). "From clients to stakeholders: A philosophical shift for fish and wildlife management". *Human Dimensions of Wildlife* 1:70-82.

DECRETO LEGISLATIVO REGIONAL n.º 23/2007/A, que aprova o Regulamento da Atividade Marítimo -Turística dos Açores.

DECRETO LEGISLATIVO REGIONAL N.º 38/2008/A, de 11 de agosto – Aprova o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA)

DIREÇÃO REGIONAL DO TURISMO (2014). *Empreendimentos & Atividades Ilha de São Miguel*. disponível online em [<http://www.azores.gov.pt/ext/drt-pa/listagem.aspx?ilhas=&atividades=8>], consultado em 21-11-2014

DOGAN, H. (1989). "Forms of adjustment: sociocultural impacts of tourism". *Annals of Tourism Research*. 16(2): 216-236.

EURES (s.d.). *Portugal-Região Autónoma dos Açores: Breve Panorâmica do Mercado de Trabalho*. Disponível online em <https://ec.europa.eu/eures/main.jsp?catId=2644&acro=lmi&lang=pt&countryId=PT&regionId=PT2&nuts2Code=PT20&nuts3Code=PT200>. Consultado em 22/01/2016

EUSÉBIO, C. (2001). "Potenciais métodos para avaliar o impacto económico do turismo a nível regional". In: *Ciclo de Debate 2001- Livro de Actas (seminário Investigação em turismo*. Ed. Instituto de Financiamento e Apoio ao Turismo: Lisboa.

FERNANDES, I. (2002). *Economia do turismo*. Rio de Janeiro: Elsevier.

FIRMINO, M. (2007). *Turismo: Organização e Gestão*. Lisboa: Escolar Editora.

FONSECA, F. (2006). *O Planeamento Estratégico em busca de potenciar o Território. O caso de Almeida*. Dissertação de Mestrado. Universidade do Minho. Disponível online em: [https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6922/1/TESE\\_2006.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6922/1/TESE_2006.pdf).

FORJAZ, V. *et al.* (2004). *Atlas Básico dos Açores*. Observatório Vulcanológico e Geotérmico dos Açores.

FORTIN, M. (1999). *O processo de Investigação: da concepção à realização*. Lusociência.

FREEMAN, R. E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, MA: Pinnac

FREITAS, J. (2010). *Turismo Náutico: agentes dinamizadores do estuário do Tejo. Contributos para uma estratégia de desenvolvimento turístico*. Mestrado em Turismo – Gestão Estratégica de Destinos Turísticos. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

GIRARD, T. & GARTNER, W. (1993). "Second home second view: Host community perceptions". *Annals of Tourism Research* 20, 4: 685-700.

GOFFI, G. (2013). "A Model of Tourism Destinations Competitiveness: The case of the Italian Destinations of Excellence". *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. XIV, pp.121-147.

GOODWIN, H. (1996). "In pursuit of ecotourism". *Biodiversity & Conservation*. 5(3): 277–292.

GUNN, C. (1993). *Tourism, Planning: Basics Concepts, Cases*. 3 ed. Levittown: Taylor & Francis.

GUO, Y., KIM, S. & CHEN, Y. (2014). "Shangai Residents' Perceptions of Tourism Impacts and Quality of Life". *Journal of China Tourism Research*, 10:2, 142-164.

GURSOY D., JUROWSKI C. & UYSAL M. (2002). "Resident Attitudes: A Structural Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, 29(1): 79-105.

GURSOY, D. & JUROWSKI, C. (2002). *Resident attitudes in relation to distance from tourist attractions*. Disponível online em

- <http://fama2.us.es:8080/turismot/turismonet1/economia%20del%20turismo/analisis%20del%20turismo/resident%20attitudes%20from%20tourism%20destinations.pdf>.
- GUSTAVO, N. (2017). O Turismo de Saúde em Portugal: Produto, Desafios e Tendências. in SILVA, F. & UMBELINO, J. (Coord.) (2017). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel.
- HALEY, A. J., SNAITH, T., & MILLER, G. (2005). “The social impacts of tourism: A case study of Bath, UK”. *Annals of Tourism Research*, 32, (3), 647–668.
- HALL, C. (2008). *Tourism Planning: policies, process and relationships*. 2nd edition. London: Pearson Education.
- HAMPTON, M. & CHRISTENSEN, J. (2007) “Competing Industries in Islands: a New Tourism Approach”. *Annals of Tourism Research*, 34 (4) 998-1020.
- HARALAMBOPOULOUS, N. & PIZAM, A. (1996). “Perceived impacts of tourism: The case of Samos”. *Annals of Tourism Research* 23, 3: 503-26.
- HARRILL, R. & POTTS, T. (2003). “Tourism planning in historic districts: Attitudes toward tourism development in Charleston”. *Journal of the American Planning Association* 69, 3: 233-44.
- HARRILL, R. (2004). “Residents’ Attitudes toward Tourism Development: A Literature Review with Implications for Tourism Planning”. *Journal of Planning Literature* 18(3):215-266.
- HASHIMOTO, A. (2000). “Environmental perception and sense of responsibility of the tourism industry in mainland China, Taiwan and Japan”. *Journal of sustainable tourism*, 8(2),131-146.
- HERNANDEZ, S. A., COHEN, J & GARCIA, H. J. (1996). “Residents attitudes towards an instant resort enclave”. *Annals of Tourism Research*, 23(4), 754-779.
- HOLDEN, A. (2008). *Environment and Tourism*. 2nd ed., Oxon: Routledge.
- INKSON, C. & MINNAERT, L. (2012). *Tourism Management: An Introduction*. SAGE Publications.
- INSTITUTO DE TURISMO (IPDT)/ GOVERNO REGIONAL DOS AÇORES (2016). *Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores*. Disponível online em [http://www.azores.gov.pt/PortalAzoresgov/external/portal/misc/PEM\\_ACORES2.pdf](http://www.azores.gov.pt/PortalAzoresgov/external/portal/misc/PEM_ACORES2.pdf)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (1991). *Censos da População*. Lisboa: INE.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2001). *Censos da População*. Lisboa: INE.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2011). *Censos da População*. Lisboa: INE.
- IVANOV, S. & WEBSTER C. (2007), “Measuring the impact of tourism on economic growth”. *Tourism Economics*, Vol. 13 No. 3, pp. 379–388.

JOVICIC, D. & DRAGIN, A. (2008). "The assessment of carrying capacity: a crucial tool for managing tourism effects in tourist destinations". *TURIZAM* (ISSN: 1821-1127), 12: 4 11, Novi Sad, Serbia. Disponível em [http://www.dgt.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol1\\_1.pdf](http://www.dgt.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol1_1.pdf).

KORÇA, P. (1998). "Resident perceptions of tourism in a resort town". *Leisure Sciences* 20, 3: 193-212.

KUVAN Y., & AKAN P. (2005). "Residents' attitudes toward general and forest-related impacts of tourism: the case of Belek, Antalya". *Tourism Management*, 26, 691–706.

KYUNGMI, K. (2002). *The effects of tourism impacts upon quality of life of residents in the community*. Dissertation submitted to the Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University In partial fulfillment of the requirements for the degree of DOCTOR OF PHILOSOPHY In Hospitality and Tourism Management. Disponível online [[http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-12062002-123337/unrestricted/Title\\_and\\_Text.pdf](http://scholar.lib.vt.edu/theses/available/etd-12062002-123337/unrestricted/Title_and_Text.pdf)] consultado em 31/03/2015.

LAGE, B. & MILONE, P. (2000). *Turismo: Teoria e Pratica*. São Paulo: Atlas.

LEI nº 11/87, Diário da Republica Serie I, nº 81, que estabelece a Lei de Bases do Ambiente.

LEROY, J., MAIA, K.D. & GUIMARÃES, R. (1997) "Brasil século XXI: os caminhos da sustentabilidade cinco anos depois da Rio-92". *Fórum Brasileiro de ONGs e Movimentos Sociais para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento*. Rio de Janeiro, FASE, 1997, pp. 30 – 52.

LI, P. (2013). *Comparisons of stakeholders' perceptions and attitudes of tourism impact in Mt Qiyun, Anhui Province, China*. Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy at The University of Waikato.

LICKORISH, L. & JENKINS, C. (2000). *An Introduction to Tourism*. New York: Van Nostrand.

LIM, L. (1998). *Carrying capacity assessment of Pulau Payar Marine Park, Malaysia*. WWF Bay of Bengal Programme for Fisheries Management, Relatório BOBP/REP/79, 139p., Madras, India. Disponível em <http://www.fao.org/docrep/X5626E/X5626E00.htm>

LIU, J. & VAR, T. (1986). "Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii". *Annals of Tourism Research* 13, 2: 193-214.

LOPES, C. & ABIB, J. (2002). "Teoria da percepção no behaviorismo radical". *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 18, 129-137

MADRIGAL, R. (1995). "Residents' Perceptions and the Role of Government". *Annals of Tourism Research*, 22(1): 86-102.

MAINARDES, E., ALVES, H., RAPOSO, M. & DOMINGUES, M. (2011) "Um novo modelo de classificação de stakeholders". Comunicação apresentada no *V Encontro de Estudos em Estratégia*. Bento Gonçalves/RS, de 15 a 17 maio. Disponível online em: <http://home.furb.br/mariadomingues/site/publicacoes/2011/eventos/evento-2011-13.PDF>

- MARTIN, B., MCGUIRE, F. & ALLEN, L. (1998). "Retirees' attitudes toward tourism: Implications for sustainable development". *Tourism Analysis* 3, 1: 43-51.
- MARZUKI, A. & HAY, I. (2013). "Towards a Public Participation Framework in Tourism Planning", *Tourism Planning & Development*, 10:4, 494-512, DOI: 10.1080/21568316.2013.804432.
- MASIP, J. (2006). *Tourism product development: a way to create value the case of la Vall de Lord*. IV International Doctoral Tourism and Leisure Colloquium. ESADE. Available [http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/tourism\\_product\\_development\\_ddes\\_esade\\_3r\\_may\\_2006.pdf](http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/tourism_product_development_ddes_esade_3r_may_2006.pdf).
- MASON, P. & CHEYNE, J. (2000). "Residents attitudes to proposed tourism development". *Annals of Tourism Research* 27, 2: 391-411.
- MASON, P. (2003) *Tourism Impacts, Planning and Management*. Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
- MASSUKADO, M. (s.d.). *Políticas públicas: estratégias governamentais de intervenção no turismo*. Disponível online: <http://periodicodeturismo.com.br/site/artigo/pdf/Pol%C3%ADticas%20P%C3%BAblicas%20estrat%C3%A9gias%20governamentais.pdf>.
- MATHIESON, A., & WALL, G. (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow, Longman.
- MCCOOL, S. & MARTIN, S. (1994). "Community Attachment and Attitudes Toward Tourism Development". *Journal of Travel Research*, 32:29-34.
- MCDOWALL, S. & CHOI, Y. (2010). "A Comparative Analysis of Thailand Residents' Perception of Tourism's Impacts", *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11:1, 36-55, DOI: 10.1080/15280080903520576
- MCGEHEE, N. & ANDERECK, K. (2004) "Factors Predicting Rural Residents' Support of Tourism". *Journal of Travel Research*, 43, pp. 131-140
- MCKERCHER, B. (1993). "Some fundamental truths about tourism: understanding tourism's social and environmental impacts". *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 6-16.
- McMINN, S. (1997). "The challenge of sustainable tourism". *The Environmentalist* Vol. 17, pp.135-141.
- MENDOZA, M., MONTERRUBIO, J. & FERNANDEZ, M. (2011). "Social impacts of tourism in the Integrally Planned Center (CIP) Bahías de Huatulco, México". *Gestión Turística*, nº15:47-73.
- MIECZKOWSKI Z. (1995). *Environmental issues of tourism and recreation*. University press of America, Maryland

MIKI, A., GÂNDARA, J. & MUÑOZ, D. (2012). “O estado atual de pesquisas sobre competitividade turística no Brasil”. *Caderno Virtual de Turismo*. v. 12, n. 2:212-223, Rio de Janeiro.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA E DA INOVAÇÃO (2007). *Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT): Para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal*. Ed. Turismo de Portugal. Lisboa.

MITCHELL, R., AGLE, B. & WOOD, D. (1997). “Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of who and What Really Counts”. *Academy of Management Review*, 22:4 853-886.

MOHAMMADI, M. (2010). “Local People Perceptions toward Social, Economic and Environmental Impacts of Tourism in Kermanshah (Iran)”. *Asian Social Science*, Vol. 6, No. 11.

MONIZ, A. (2006). *A sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores*. Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais na especialidade de Desenvolvimento Económico e Social e Economia Pública. Ponta Delgada: Universidade dos Açores

MONTEIRO, R., FURTADO, S., ROCHA, M., FREITAS, M., MEDEIROS, R., CRUZ, J. (2008). *O Ordenamento do Território nos Açores, políticas e instrumentos*. Secretaria Regional do Ambiente e do Mar, Direcção Regional do Ordenamento do Território e dos Recursos Hídricos. Nova Gráfica, Lda. Ponta Delgada.

MONTEIRRUBIO, J. & BELLO, A. (2011). “Local community attitudes towards the impact of tourism on prostitution”. *Revista de turism - studii si cercetari in turism*, North America, disponível online em [<http://revistadeturism.ro/rdt/article/view/54>]

NUNKOO R. AND GURSOY, D. (2012). “Residents’ Support for Tourism: An Identity Perspective”. *Annals of Tourism Research*, 39 (1), 243-268.

NUNKOO, R. & RAMKISSOON, H. (2010) “Small Island urban tourism: a residents’ perspective”, *Current Issue in Tourism*, 13(1), pp. 37-60.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DOS AÇORES (2008). *A qualidade do destino açores na perspectiva dos turistas: principais conclusões*. Observatório Regional do Turismo. Disponível online em: <http://www.observatorioturismoacores.com/data/1265043369.pdf>.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DOS AÇORES (2011). *Turismo em Observação*. Nº 8 | VERÃO IATA 2011. Disponível online em <http://www.observatorioturismoacores.com/data/1381749261.pdf>

OLIVEIRA E SÁ, D. (2014). *Competitividade de destinos turísticos no âmbito da Gestão. O caso do Porto*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Aveiro.

OMT (1981). *Saturation of Tourist Destinations*, Report of the Secretary General, Madrid.

PEARCE, J. (1980). “Host community acceptance of foreign tourists: Strategic considerations”. *Annals of Tourism Research* 7, 2: 224-33.

PEARCE, P. (1989). *Social Impacts of Tourism, in The Social, Cultural and Environmental Impacts of Tourism*. Sydney, Australia: New South Wales Tourism Commission.

- PERDUE, R., LONG, P. & ALLEN, L. (1990). "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research* 17, 4: 586-99.
- PEREIRA, J. (2016). *O turismo de saúde nos Açores: um estudo sobre o seu potencial e competitividade*. Dissertação de Mestrado. ESHTe - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril- ESHTe.
- PETROCCHI, M. (1998). *Turismo: planeamento e gestão*. Futura, São Paulo.
- PINE B. J., GILMORE J. H. (1999). *The experience economy*, Harvard University Press, Boston.
- PIZAM, A. (1978). "Tourism's impacts: The social costs of the destination community as perceived by its residents". *Journal of Travel Research* 16, 4: 8-12.
- PRETTY, J. (1995). "Participatory Learning for Sustainable Agriculture in World Development". *World Development*. Vol.23, No.8: 1247-1263.
- QUIVY, R. & CAMPENHOUDT, L. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- RESOLUÇÃO DO CONSELHO DE MINISTROS N.º 24/2013, de 16 de abril. D.R. n.º 74, Série I, aprova o Plano Estratégico Nacional para o Turismo, para o desenvolvimento do turismo no período 2013 – 2015, e cria a Comissão de Orientação Estratégica para o Turismo.
- RIETBERGEN, S. HAMMOND, T. SAYEGH, C., HESSELINK F. & MOONEY, K. (2007). *Island voices – island choices: Developing strategies for living with rapid ecosystem change in small islands*. Gland, Switzerland: IUCN.
- RITCHIE, J. & CROUCH, G. (2000) "The competitive destination: a sustainable perspective", *Tourism Management*, 21:1-7.
- RITCHIE, J. & CROUCH, G. (2003) *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*, CABI.
- ROYO, M., & RUÍZ, M. E. (2009). "Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: Factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural". *Cadernos de Turismo*, 23, 217-236.
- SAFTIĆ, D., TEŽAK, A. & LUK, N. (2011). "Stakeholder approach in tourism management: implication in Croatian tourism". *30th International Conference on Organizational Science Development FUTURE ORGANIZATION*. Portorož, Eslovénia. Disponível online em [[https://bib.irb.hr/datoteka/507719.Stakeholder\\_approach\\_in\\_tourism\\_management.pdf](https://bib.irb.hr/datoteka/507719.Stakeholder_approach_in_tourism_management.pdf)], consultado em 12/11/2014
- SANTOS, A. (2011). *O Turismo e a Percepção dos seus Impactes pela Comunidade Local – O Caso da Ilha do Sal, Cabo Verde*. Dissertação de Mestrado em Cidadania Ambiental e Participação. Universidade Aberta.
- SANTOS, C., COUTO, G., PIMENTEL, P.M., VIEIRA, J.C. (2012). "Quality of the Azores destination in the perspective of tourists", *Tourism and Hospitality Research* 12, 1: 32 - 42.

SCHEYVENS, R. & MOMSEN, J. (2008). "Tourism in Small Island States: From Vulnerability to Strengths". *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 16, Iss. 5:491-510.

SERVIÇO REGIONAL DE ESTATÍSTICA DOS AÇORES (2001/2011). *Quadros interativos*. Ponta Delgada: SREA.

SHARMA, K. (2004). *Tourism and Socio-cultural Development*. New-Delhi: Sarup & Sons

SHARPLEY, R. (2012). "Island Tourism or Tourism on Islands". *Tourism Recreation Research*, Vol. 37(2): 167-172.

SHARPLEY, R. (2014). "Host perceptions of tourism: A review of the research". *Tourism Management*, Vol. 42: 37-49.

SHELDON, P. & VAR, T. (1984). "Resident attitudes to tourism in North Wales". *Tourism Management* 5, 2: 40-47.

SHELDON, P. (2005). *The Challenges to Sustainability in Tourism Islands*. Ocasional Paper 2005-01. University of Hawai, Manoa. Disponível online em [https://www.researchgate.net/publication/237594447\\_The\\_Challenges\\_to\\_Sustainability\\_in\\_Island\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/237594447_The_Challenges_to_Sustainability_in_Island_Tourism)

SILVA, F. (2017). Planeamento Turístico em Espaços Insulares. in SILVA, F. & UMBELINO, J. (Coord.) (2017). *Planeamento e Desenvolvimento Turístico*. Lisboa: Lidel.

SILVA, F. (2013). *Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores*. Doutoramento em Geografia. Universidade de Lisboa, Instituto de Geografia e Ordenamento do Território.

SILVEIRA, L. & SANTOS, N. (2013). "Tourism in the Azores Islands and its Context in Portugal", Trabalho apresentado em IATE 4th Biennial Conference 2013, In *Proceedings of the 4th Conference of the International Association for Tourism Economics*, Ljubljana.

SIMÃO, J. & MÓSSO, A. (2013). "Residents' perceptions towards tourism development: the case of Sal Island", *International Journal of Development Issues* 12, 2: 140 - 157. DOI: 10.1108/IJDI-12-2012-0076.

SIMÃO, J. (2008), *O setor público e o desenvolvimento turístico sustentável*. Tese de Doutoramento no Ramo de Gestão, Universidade Aberta.

SMITH, M. & KRANNICH, R. (1998). "Tourism dependence and resident attitudes". *Annals of Tourism Research*, 25 (4): 783-802.

SOUZA, C. (2009), *Turismo e desenvolvimento: Perceções e atitudes dos residentes da Serra da Estrela*, Dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento do Turismo, Universidade de Aveiro.

STYNES, D. (1999). *Economic Impacts of Tourism*. East Lansing. MI: Department of Park, Recreation & Tourism Resources, Michigan State University . Disponível online em <https://www.msu.edu/course/prt/840/econimpact/pdf/ecimpv011.pdf>.

- SWARBROOKE, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford, UK: CABI.
- TEYE, V., SÖNMEZ, S. & SIRAKAYA, E. (2002). "Residents' attitudes toward tourism development". *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668-688.
- TIMOTHY, D. (1998) "Cooperative tourism planning in a developing destination". *Journal of Sustainable Tourism*, vol.6, nº1.:52-68.
- TOMLJENOVIC, R. & FAULKNER, B. (1999). "Tourism and older residents in a sunbelt resort". *Annals of Tourism Research* 27, 1: 93-114.
- TOSUN, C. & TIMOTHY, D.J. (2003). "Arguments for community participation in the tourism development process". *Journal of Tourism Studies*, 14 (2), 2-15.
- TOSUN, C. (2000). "Limits to community participation in the tourism development process in developing countries". *Tourism Management*, 21: 613-633.
- TOSUN, C. (2002). "Host perceptions of tourism impacts: A comparative study". *Annals of Tourism Research*, 28, 231-253
- TURISMO DE PORTUGAL, I.P. (2015). Turismo2020: Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Disponível online em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/turismo2020planodeacaoparaodesenvolvimentodoturismoempportugal.aspx>
- TURISMO DE PORTUGAL/ THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.) (2006a). *10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Turismo de Natureza*. Turismo de Portugal, ip.
- TURISMO DE PORTUGAL/ THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.) (2006c). *10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Touring cultural e Paisagístico*. Turismo de Portugal, ip.
- TURISMO DE PORTUGAL/ THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.) (2006b). *10 Produtos Estratégicos para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Turismo Náutico*. Turismo de Portugal, ip.
- TYRELL, T. & SPAULDING, I. (1984). "A survey of attitudes toward tourism growth in Rhode Island". *Hospitality Education and Research Journal* 8, 2: 22-33.
- UM, S. & CROMPTON, J. (1987). "Measuring resident's attachment levels in a host community". *Journal of Travel Research* 26, 1: 27-29.
- UNESCO (1998). *Declaração Universal dos Direitos Humanos*. Disponível online em: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001394/139423por.pdf>
- UNEP, (s.d.), *Tourism Impacts*. Disponível online em <http://www.unep.org/resourceefficiency/Business/SetoralActivities/Tourism/FactsandFiguresaboutTourism/ImpactsofTourism/tabid/78774/Default.aspx>. Consultado em 20/03/2015.

UNWTO (1991) World Tourism Organization (1991). Resolutions of International Conference on Travel and Tourism, Ottawa, Canada. Madrid: World Tourism Organization

UNWTO (1995). Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics. Madrid: World Tourism Organization

UNWTO (2007). *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Available at: [https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4745/8BCE/AD9A/ECA8/048B/C0A8/0164/0B7A/071115\\_practical\\_guide\\_destination\\_management\\_excerpt.pdf](https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4745/8BCE/AD9A/ECA8/048B/C0A8/0164/0B7A/071115_practical_guide_destination_management_excerpt.pdf). [Accessed 15 August 2014].

VAREIRO, L., REMOALDO, P. & RIBEIRO, J. (2013) "Residents' perceptions of tourism impacts in Guimarães (Portugal): a cluster analysis". *Current Issues in Tourism*, 16:6, 535-551, DOI: 10.1080/13683500.2012.707175.

VIONE, G. (2002). *Metodologias participativas na construção de planos de desenvolvimento local*. Tese de Pós-Graduação. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Disponível online em: [http://www.emater.tche.br/site/arquivos\\_pdf/teses/Mono\\_Gilmar\\_Vione.pdf](http://www.emater.tche.br/site/arquivos_pdf/teses/Mono_Gilmar_Vione.pdf)

WALL, G. & MATHIESON, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts, Opportunities*. Pearson, Essex.

WANG, Y. (2006). "Residents' attitudes toward tourism development: a case study of Washington, NC". *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*, 411-418. Disponível online em: [http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr\\_nrs-p-14/54-wang-p-14.pdf](http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_nrs-p-14/54-wang-p-14.pdf).

WARD, C., & BERNO, T. (2011). "Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists". *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556–1569.

WILLIAM, D., PATTERSON, M., ROGGENBUCK, J. & WATSON, A. (1992). "Beyond the Commodity Metaphor: Examining Emotional and Symbolic Attachment to Place". *Leisure Sciences* 14:29±46.

WILLIAMS, J., & LAWSON, R. (2001). "Community Issues and Resident Opinions of Tourism". *Annals of Tourism Research*, 28, 269–290.

WILLIAMS, S. (1998). *Tourism Geography*. Routledge Contemporary Human Geography. Disponível online em <http://gardoornism.com/files/60/root/pdf/Tourism%20Geography.pdf>.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (WTTC) (2016). *Travel and Tourism. Economic Impact 2016 World*. United Kingdon Disponível online em: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

ZACARIAS, D. (2013). "Avaliação da capacidade de carga turística para gestão de praias em Moçambique: o caso da Praia do Tofo". *Revista da Gestão Costeira Integrada* 13(2):205-214.

## **ANEXO I- GUIÃO DA ENTREVISTA**

## GUIÃO DA ENTREVISTA

### DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

#### “A PERCEÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* SOBRE O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO – O CASO DA ILHA DE SÃO MIGUEL”

#### 1. DADOS DE IDENTIFICAÇÃO.

- 1.1. Idade:
- 1.2. Sexo:
- 1.3. Ano de início de atividade:
- 1.4. Categoria de *Stakeholders*:

ONG Ambiente	Administração e Agências do Governo Regional	Associações Culturais	Especialistas e Investigadores em Turismo	Associações de Empresários do Turismo

#### 2. PERCEÇÕES GERAIS SOBRE O TURISMO

- 2.1. Acha que os benefícios do turismo na ilha têm sido superiores aos malefícios? De que forma?
- 2.2. Qual é a sua opinião geral sobre o turismo na ilha de São Miguel?

#### 3. PERCEÇÃO DOS IMPACTOS DO TURISMO

##### 3.1. IMPACTOS ECONÓMICOS

- 3.1.1. Na sua opinião, de que forma o desenvolvimento turístico tem sido benéfico para o crescimento da economia micaelense?
- 3.1.2. Acha que a economia de São Miguel tem sido prejudicada, de alguma forma, pelo desenvolvimento turístico? De que forma?
- 3.1.3. Acha que o turismo tem influenciado, de alguma forma, as oportunidades para população local?
- 3.1.4. Considera que a ilha de São Miguel está muito dependente economicamente do turismo? Em que aspetos? Vê isto que uma forma positiva ou negativa?

### **3.2. IMPACTOS SOCIOCULTURAIS**

- 3.2.1. Na sua opinião, o desenvolvimento turístico tem sido benéfico a nível sociocultural para a sociedade micalense? Se sim, de que forma?
- 3.2.2. Acha que têm ocorrido alguns impactos negativos a este nível, diretamente relacionados com o desenvolvimento turístico da região? Quais e como são manifestados?
- 3.2.3. Na sua opinião, acha que a vida quotidiana da população local é afetada pelo turismo? Como?
- 3.2.4. Como caracteriza a relação entre a comunidade local e os turistas?

### **3.3. IMPACTOS AMBIENTAIS**

- 3.3.1. No seu entender acha que o turismo tem provocado impactos negativos a nível ambiental na Ilha de São Miguel? Se sim, de que forma são manifestados? Como poderiam ser evitados?
- 3.3.2. Para além dos impactos negativos, acha que o turismo, também, tem trazido alguns benefícios a nível ambiental? Se sim, em que consistem estes benefícios?

### **3.4. IMPORTÂNCIA DOS IMPACTOS:**

- 3.4.1. No seu ponto de vista, qual o tipo de impactos positivos mais relevante para comunidade micalense? Porquê?
- 3.4.2. E qual é o tipo de impactos negativos mais prejudiciais para a comunidade micalense? Porquê?

## **4. COMPETITIVIDADE DO DESTINO TURÍSTICO:**

- 4.1. Na sua opinião, quais são os fatores determinantes para sucesso ou competitividade dos Açores (Ilha de São Miguel) como destino turístico? De que forma seria possível potenciar estas vantagens?
- 4.2. Quais as principais fraquezas que condicionam a competitividade dos Açores (Ilha de São Miguel) como destino turístico? De que forma seria possível mitigar estas fraquezas?

## **5. NÍVEIS DE ENVOLVIMENTO DOS *STAKEHOLDERS***

- 5.1. Acha que os *stakeholders* têm participado de forma ativa na tomada de decisões políticas relacionadas com o turismo?

- 5.2. Caso responda que não. Porque razão, acha que não existe este envolvimento na tomada de decisões?  
Não se aplica
- 5.3. De que forma esta participação deveria ser melhorada?
- 5.4. Acha importante esta participação? Se sim, porquê?
- 5.5. Tem informação sobre a política do turismo? Como pode obter esta informação? Acha esta informação suficiente?
- 5.6. Acha que tem havido uma política estratégica para o turismo na ilha de São Miguel? Se sim, como se manifesta? Se não, acha que deveria haver e que pontos estratégicos deveria focar?
- 5.7. Para si quais são os *stakeholders* do turismo em São Miguel? Têm todos a mesma importância? Estão todos envolvidos no processo de decisão?

Muito obrigada pela sua colaboração!!

## **ANEXO II- MATRIZ DE ANÁLISE DE CONTEÚDO**

Tema	Categorias	Subcategorias	Indicadores/Unidades de Registo	Unidades de Contexto
<p style="text-align: center;"><b>A PERCEÇÃO DOS STAKEHOLDERS SOBRE O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO - CASO DE ESTUDO DA ILHA DE SÃO MIGUEL</b></p>	<p style="text-align: center;">Perfil do Stakeholder</p>	<p style="text-align: center;">Caracterização Pessoal</p>	Idade	<p>35 anos (E1); 54 anos (E2); 51 anos (E3); 61 anos (E4); 52 anos (E5); 54 anos (E6); 62 anos (E7)</p> <p>48 anos (E8); 70 anos (E9); 30 anos (E10)</p>
			Sexo	<p>M (E1); M (E2); F (E3); M (E4); F (E5); F (E6); M (E7); F (E8); M (E9); M (E10)</p>
		<p style="text-align: center;">Caracterização Profissional</p>	Ano de início de atividade	<p>2008 (E1); 1987 (E2); 2011 (E3); 2011 (E4); 1990 (E5); 2000 (E6); 1980 (E7); 2012 (E8); 1990 (E9); 2010 (E10)</p>
			Categorias de Stakeholders	<p>ONG Ambiente (E1); ONG Ambiente (E2); Administração e Agências do Governo Regional (E3); Associações de Empresários do Turismo (E4); Especialistas e Investigadores em Turismo (E5) Especialistas e Investigadores em Turismo (E6); Especialistas e Investigadores em Turismo (E7); Administração e Agências do Governo Regional (E8); Associações Culturais (E9); Associações de Empresários do Turismo (E10)</p>

	Perceções Gerais sobre o Turismo	Visão geral sobre o Turismo	Contextualização da visão geral do Turismo na Ilha de São Miguel	<p>(...) O turismo em São Miguel talvez seja o que é menos, no contexto dos Açores, fiel ao turístico de natureza. (...) é um turismo muitas vezes baseado numa lógica de hotelaria convencional (...) tem uma oferta diversificada, de natureza, de paisagens, de vulcanismo, de termalismo, de muita riqueza e diversidade. Contudo, talvez tenha um programa um bocadinho diferente daquele que promove, ou seja, pode furar um pouco as expectativas, principalmente, daqueles que conhecem bem o produto de outros destinos de natureza. (E1)</p> <p>“O turismo (...) está numa fase de adaptação a este novo turismo despoletado pela oferta de muitos lugares de avião a preços mais acessíveis e pelo marketing muito eficiente dos operadores aéreos. (...) promoção da qualidade e quantidade dos restaurantes (...) agora até os pequenos restaurantes e tascas rurais adaptam-se aos turistas, tentando captar esta procura adicional e muito rentável (...) despoletando uma dinâmica económica que contraria o ambiente menos otimista que abraça alguns setores tradicionais.” (E2)</p> <p>"Muito positiva, mas ainda é necessário potenciar e desenvolver algumas áreas, atividades e espaços turísticos". (E3)</p> <p>"Até abril estivemos no ano zero, depois é que o cenário começou a mudar. Ainda é tudo muito recente e estamos a adaptarmo-nos". (E4)</p> <p>"(...) Ilha onde se nota um maior crescimento da oferta turística, mas também uma maior procura, pelo que o crescimento seria inevitável. Ainda assim, julgo que o aumento da oferta hoteleira, sobretudo ao nível dos hotéis de 4 estrelas, foi demasiado ambicioso, tendo em conta o perfil do turista que nos procura, e que aprecia mais os desportos ao ar livre, caminhadas e afins, não sendo por isso um turista de classe alta". (E5)</p>
--	----------------------------------	-----------------------------	--	--

				<p>"Ainda dentro dos limites da sustentabilidade, mas a necessitar de urgente gestão por áreas, atores, temas etc.". (E6)</p> <p>"(...) uma tendência de médio prazo para o crescimento, que eventualmente tenderá a estabilizar a taxas de crescimento (...). Temos vindo a produzir uma oferta turística no domínio do turismo de natureza, que é a base da imagem do nosso destino e que necessitará de uma atenção especial." (E7)</p> <p>"(...) acho que ainda há muito por fazer e há aí uma falha da população em geral, dos empresários em geral, porque, também, estão aprendendo e não estavam habituados a esta atividade, mas podemos chegar lá, há muito por explorar, há muito para vender aos turistas (...) há para além da falta de formação em línguas, uma grave falha no atendimento," (E8)</p> <p>"O turismo na ilha de São Miguel é mais acentuado do que nas restantes ilhas do arquipélago (...) tem mais acessos, mas beneficia, de forma geral, das mesmas valências que o restante turismo da região. Fala-se de um turismo em terra e também no mar, há muito turismo marítimo, para beneficiar e usufruir das riquezas que o mar oferece". (E9)</p> <p>(...) até ao aparecimento das low cost, estava um pouco estagnado, com tendência para um certo decréscimo por influência da crise financeira (...) depois do aparecimento das companhias áreas low cost fazendo ligações diretas entre a ilha e o Continente, o turismo voltou a crescer de forma bastante acentuada. Neste momento, penso, que com os inúmeros prémios que a RAA tem arrecadado, nos últimos anos, como o melhor destino “verde” da Europa e como o destino turístico mais sustentável do mundo, a oferta e a procura turística está, inevitavelmente e cada vez mais, direcionada para um turismo de natureza de fruição das belezas naturais." (E10)</p>
--	--	--	--	---

		Benefícios superiores aos malefícios	Perceber a opinião sobre se os benefícios do Turismo são superiores aos malefícios	<p>No sentido geral os benefícios são maiores que os malefícios, porque no fundo mesmo em termos de políticas, muitas são criadas porque temos visitantes, caso eles não existissem elas não seriam criadas (...) ter alguém que vem de fora e com um ponto de vista muito diferente, obriga-nos a cumprir determinados bons comportamentos. (...)." (E1)</p> <p>"Os benefícios do turismo são indiscutivelmente mais benéficos que os malefícios porque geram atividade económica e permitiram dar uma nova vida a um conjunto de imóveis que estavam sem uso, gerando condições favoráveis à sua reconversão e recuperação. Também tem efeito no emprego e no surgimento de inúmeros pequenos negócios (...) e tratando-se de um turismo que assenta na beleza natural trouxe ainda maior preocupação com o estado do ambiente." (E2)</p> <p>"Sim, benefícios económicos e sociais, principalmente, mais emprego". (E3)</p> <p>"Penso que são superiores. Tínhamos plena consciência da importância da liberalização do espaço aéreo, e da importância que teria para a região e a mudança que iria representar, pois a situação anterior era estranguladora e não acompanhava o desenvolvimento dos Açores. Este novo modelo, de liberalização do espaço aéreo, só iria trazer benefícios para o turismo dos Açores e devido à sua transversalidade, à globalidade da economia açoriana". (E4)</p> <p>"Até ao momento diria que sim, sobretudo em termos de oferta hoteleira, restauração, lazer, atividades recreativas, entre outros aspetos. Contudo, e atendendo ao facto da qualidade da oferta turística das ilhas depender muito da sua qualidade ambiental, temo o efeito que a liberalização do espaço aéreo açoriano poderá ter, a médio/longo prazo, nesta qualidade ambiental". (E5)</p> <p>"Tem sido superiores. Originaram um novo modelo económico mais diversificado, não centrado, exclusivamente, na Agropecuária". (E6)</p>
--	--	--------------------------------------	--	---

				<p>“Penso que nesta fase inicial de “boom” turístico, os benefícios são superiores aos malefícios. Em primeiro lugar do ponto de vista económico, da criação de emprego, da expansão do mercado e da estabilização das empresas no setor, estes são benefícios económicos que são evidentes. Contudo, eu penso que já neste período inicial já se começam a detetar potenciais impactos (...) uma sobrecarga do número de turistas e necessitará eventualmente de uma regulamentação". (E7)</p> <p>"Por enquanto sim, porque estávamos em termos económicos num estado de inatividade económica não era muito elevada e o turismo veio aumentar este nível de atividade económica e consequentemente muitos empregos. Infelizmente, não são os empregos de longa duração e estáveis que gostaríamos que fosse, mas gerou trabalho e isso é um benefício." (E8)</p> <p>"(...) é uma atividade económica benéfica para os Açores, para além disso, lança os Açores para fora das fronteiras regionais, impulsionando mais esta atividade económica. É uma atividade económica que vive deste chamado “feedback”. (E9)</p> <p>"(...) acho que neste momento, principalmente após o aparecimento das viagens low cost, os benefícios têm sido superiores aos malefícios, principalmente a nível económico, temos verificado o aparecimento de mais PME direcionadas para o setor, mais investimento na restauração, no alojamento local e em empresas de entretenimento turístico e comércio, situação que faz com que exista mais emprego e na RAA e em concreto na ilha de São Miguel". (E10)</p>
--	--	--	--	---

	Perceção dos Impactos do Turismo	impactos Económicos	Opinião sobre os benefícios económicos do desenvolvimento turístico para o crescimento da economia Micaelense	<p>" (...) ainda tivemos o retorno no sentido geral do investimento, porque foi feito um investimento muito grande que agora estabilizou nos últimos 4 ou 5 anos, esperando que agora se crie postos de trabalho e que de certa forma haja alguma tendência para estabilização ou crescimento da procura (...) estamos num ponto que dentro de poucos anos podemos atingir um certo equilíbrio entre os gastos e a procura (...). Penso que a ser desenvolvido de forma equilibrada, este poderá ser um setor com maior peso na economia." (E1)</p> <p>(...) procura adicional à indústria do alojamento e restauração, táxis, aos rent-a-car e aos serviços turísticos como o whale watching, o mergulho atlântico e os passeios a pé, de jipe ou de autocarro, ao comércio das lembranças e até iniciativas como campeonatos de surf, balões ou salto livre em altura para o mar. Estes novos produtos vêm trazer uma rentabilidade sobre estruturas que, muitas delas já existiam, mas tinham uma procura diminuta. Todo este movimento trouxe novas oportunidades de emprego e de investimento." (E2)</p> <p>"Através de mais emprego e aumento da receita." (E3)</p> <p>"O desenvolvimento turístico em produzido um efeito bastante positivo na economia micaelense (...) o setor da distribuição e de transporte (quer marítimo, terrestre e aéreo), que têm demonstrado um crescimento extremamente positivo. O mesmo acontece com o comércio de artesanato, hotelaria e restauração)." (E4)</p> <p>"Um maior afluxo de turistas é sempre benéfico para a economia de qualquer ilha, até porque estes territórios baseiam muito a sua economia na atividade turística." (E5)</p> <p>"Diversificou a economia, gerou a própria diversificação do modelo turístico, gerou ganhos monetários, mas, também, projeção internacional e atraiu investidores externos". (E6)</p>
--	----------------------------------	---------------------	---	--

				<p>“(...) estabilização de mercados, estabilização das empresas, crescimento do emprego, basicamente, são estes os três mais relevantes e evidentes.” (E7)</p> <p>“Eu acho que o turismo é a melhor forma, neste momento, que os açores têm para fazer crescer economicamente a região, porque é uma área que não se resume a restaurantes e hotéis, pode haver múltiplas atividades. Por exemplo, logo nos primeiros meses que tivemos as lowcost verificou-se um, consideravelmente, aumento da produção de ananás, principalmente, para a restauração, pois o turista solicita, com muita frequência este fruto como sobremesa típica, acabando, mesmo, por em certa altura esgotar. Deu trabalho a muita gente, aos estufeiros, a todas as pessoas que trabalham à volta desta atividade económica (...)” (E8)</p> <p>“(...) sendo uma atividade essencialmente económica e benéfica vem apresentar um espetro mais alargado de consumidores, o negocia em São Miguel torna-se mais diversificado, permitindo a utilização de outra atividade como o artesanato que não teria saída sem o turismo.” (E9)</p> <p>“(...) tem proporcionado o aparecimento de mais PME direcionadas para o setor, mais investimento na restauração, no alojamento local, empresas de entretenimento turístico e comércio, que se traduzem num aumento do emprego e dinamização da economia da região.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

			<p>Opinião sobre possíveis malefícios do desenvolvimento turístico para a economia Micaelense</p>	<p>“Penso que, num aspeto geral, não identifico que seja, propriamente, negativo. Podemos falar dos locais e serviços que praticam alguns preços que poderiam ser mais acessíveis se houvesse menos procura (...). ”(E1)</p> <p>“A única preocupação que vejo no crescimento do emprego turístico é o facto de se tratar de uma atividade sazonal, o que levanta novos problemas de adaptação a este fenómeno.” (E2)</p> <p>“Não”. (E3)</p> <p>“Penso que não.” (E4)</p> <p>“Para já não, mas poderá vir a sê-lo no futuro, se não acautelarmos a manutenção de uma oferta de qualidade.” (E5)</p> <p>“Os setores tradicionais podem ter visto reduzidos os investimentos públicos, mas não se devem apenas à concorrência por esses fundos pelo Turismo, ex.: o setor do Leite conjunturalmente teria sempre uma diminuição de fundos públicos disponíveis.” (E6)</p> <p>“(…) ainda não e não tenho evidencia sobre isso, mas a minha opinião é que o aumento da procura turística já se está a sentir, por exemplo, no aumento de preços. não existe, propriamente, nenhum estudo sobre o assunto, mas é notório que a taxa de inflação nos açores subiu e é mais do dobro da taxa de inflação do Continente no ultimo ano e que nalgumas áreas, nomeadamente, no abastecimento a hotéis e restaurantes de produtos locais, estamos a falar de peixe, fruta, etc...há aqui uma tendência que precisa de ser comprovada.” (E7)</p>
--	--	--	---	---

				<p>“Prejudicada não, tem sido beneficiada e muito. E as pessoas têm tido aumento no seu rendimento familiar com o turismo, principalmente, com o aluguer de propriedades. Em termos económicos, nós estamos a melhorar.” (E8)</p> <p>“Não. Se perguntar, quem não se adaptou a essa nova realidade, sim... são poucos, mas não se pode dizer que se prejudica a economia de São Miguel, pode sim prejudicar a economia de alguns que não se adaptaram, mas em geral o turismo tem sido muito benéfico para a economia da Ilha.” (E9)</p> <p>“Penso que ainda não são sentidos efeitos muito negativos a nível económico. Talvez um ligeiro aumento dos preços dos imóveis e de alguns serviços.” (E10)</p>
			<p>Opinião sobre perceção de oportunidades para a população local proporcionadas pelo turismo.</p>	<p>"Penso que sim, mas poderia ser mais valorizado. Economicamente no turismo depois quem acaba por ter um maior controle acaba por ser empresas sediadas e concentradas para criar economia de escala nos centros urbanos e não criam tantas oportunidades ao desenvolvimento local (...) a grande mudança que tem ocorrido principalmente em Ponta Delgada e não tanto nos restantes centros." (E1)</p> <p>“Sim, a oportunidade de rentabilizar e recuperar património disperso é muito importante, pois muitos imóveis estavam desocupados e em estado de degradação e são, agora, alvo de recuperação e passam a ser investimentos rentáveis.” (E2)</p> <p>“Sim.” (E3)</p> <p>“Sem dúvida. O aumento do emprego nas empresas do setor turístico, como é caso das rent-a-car; agências de viagens, hotéis, restaurantes, comércio local, que geraram um considerável aumento de postos de trabalho na área.” (E4)</p> <p>“Sim, basta ver a profusão de PMEs ligadas ao turismo que surgiram nos últimos anos.” (E5)</p>

				<p>“Tem influenciado positivamente. A população da ilha de S Miguel tem agora mais segurança para praticar pequenos investimentos nas áreas do turismo ou conexas (restauração, animação etc.)”. (E6)</p> <p>“(…) aumento do emprego, e a diversificação de oferta na restauração que também beneficia a população local.” (E7)</p> <p>“Sim, vemos muitas pessoas a explorar o arrendamento e aluguer para efeitos turísticos. A própria construção civil ganhou um pequeno animo com arranjos em pequenas propriedades para serem alugadas.” (E8)</p> <p>“Sem dúvida, porque permitiu que o espírito criativo dos açorianos se manifestasse em atividades que de outro modo não teriam saída (...) tem proporcionado uma diversificação de ofertas que de outro modo não teriam sucesso dentro dos residentes e que com essa diversificação permite a proliferação de outros tipos de negócio.” (E9)</p> <p>“Sim, tem, sem dúvida. O surgimento de mais atividades e serviços voltados para este setor tem proporcionado o aparecimento de mais oferta de empregos e o próprio usufruto pela população destas novidades.” (E10)</p>
--	--	--	--	--

			<p>Opinião sobre a situação de dependência económica do turismo e em que aspetos se manifesta esta dependência.</p>	<p>"Não chegamos ainda a um ponto de dependência. Podemos sim, estar a atingir um ponto de equilíbrio e que se pode tornar positivo no aspeto de gerar mais trabalho, mais ocupação, mais circulação de dinheiro dentro da própria ilha." [E1]</p> <p>"(...) O turismo apenas vem trazer um dinamismo económico ao setor dos serviços que era o menos dinâmico." (E2)</p> <p>"Não, considerando que o setor primário (agropecuária) é a base económica da região pelo que o turismo ainda tem muita margem para crescer." (E3)</p> <p>"Penso que não. Ainda não somos dependentes. Atualmente, é uma atividade crescente e penso que num futuro será o pilar da economia dos Açores." (E4)</p> <p>"Sim, não só São Miguel, mas todo o arquipélago. A meu ver, São Miguel até será das menos dependentes uma vez que, devido à sua maior dimensão, lhe permite tirar dividendos de outras atividades como sejam a pecuária, agricultura, pesca, entre outros." (E5)</p> <p>"Embora, ainda, não seja excessivo já é preocupante a especialização da economia micaelense" (E6)</p> <p>"Penso que não. O setor do turismo ainda tem um peso pequeno na economia, mas com uma taxa de crescimento grande. Penso que não há dependência e vai ser preciso muito tempo para haver dependência, porque, mesmo que se verifiquem estas taxas de crescimento, como as dos dois últimos anos, o setor vai levar pelo menos 10 anos para duplicar de tamanho. E mesmo nesta altura será um setor pequeno, não estamos a falar de São Miguel e nos Açores de uma economia totalmente dependente do turismo, como por exemplo a economia das Canárias ou outras economias insulares. O turismo é nos Açores e na ilha de São Miguel mais</p>
--	--	--	---	--

				<p>uma atividade que contribui para diversificar a economia local e é extremamente importante por essa razão.” (E7)</p> <p>“Ainda não está muito dependente, pode vir a estar, mas nesta fase ainda não. Um exemplo concreto é que apesar do turismo ter crescido bastante após a entrada das companhias lowcost, ainda continuam um elevado nº de desempregados que o setor não conseguiu abranger. Não se pode considerar em termos macroeconómicos, que estamos muito dependentes, que vamos “morrer” todos no dia seguinte se deixar de existir turismo, continuará a existir a lavoura, os serviços, mas vai provocar danos, vai.” (E8)</p> <p>“Sim, mas muito dependente, talvez, não seja ainda o caso, o fluxo turístico ainda não ofuscou as atividades económicas típicas da região, que são oferecidas quer para residentes, quer para os turistas. Está dependente, no sentido que foi-se adaptando a esta nova realidade e se ela agora desaparecesse haveria um colapso de algumas seções da economia micaelense. É um aspeto positivo essa dependência, porque a realidade que se apresenta é uma realidade muito forte, o fluxo turístico vem desafogar bastante a atividade económica local, sendo que por isso mesmo estabelece uma certa dependência que não se vê como negativa, nem como dependência, mas sim como uma interação, por isso não vejo negativamente, vejo como uma adaptação do mercado local a uma nova realidade.” (E9)</p> <p>“Penso que ainda não. O turismo é apenas mais uma atividade, que agora vai ganhando mais algum peso, no contexto da economia regional. Poderemos vir a ser mais dependentes, mas penso que ainda vai levar algum tempo para isto acontecer, continuamos a ser uma região ainda muito voltada para a lavoura.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

			<p>Posição dos stakeholders relativamente à situação de dependência económica.</p>	<p>Não se vê qualquer problema por esse facto. (E2)</p> <p>“Acho que esta dependência terá aspetos positivos, uma vez que o turismo é uma fonte renovável e praticamente inesgotável de dividendos, e o turismo de ilhas tem registado uma enorme procura nas últimas décadas (...).” (E5)</p> <p>“(...) isto é negativo pois os fluxos turísticos sobretudo de destinos recentes como os Açores são muito lábeis e podem desacelerar rapidamente devido a fatores externos. Em São Miguel concentram-se grandes unidades e investimentos que não têm flexibilidade para fazer face a esta labilidade.” (E6)</p>
		Impactos Socioculturais	<p>Opinião sobre os benefícios socioculturais do desenvolvimento turístico para o crescimento da economia Micaelense</p>	<p>"(...) uma oferta mais diversificada e mais cuidada de atividades, ou seja, melhorar a oferta no só no número de eventos, mas, também, na qualidade dos mesmos, ou até eventos que, anteriormente, não tinham grande notoriedade agora têm (...)." (E1)</p> <p>“(...) o crescimento das iniciativas culturais e de espetáculos de que também beneficiam os residentes (...) surgimento de oportunidades para elementos muito especializados como biólogos ou geólogos, licenciados em história e em línguas, economistas, gestores e engenheiros.” (E2)</p> <p>“Sim, através de criação de postos de trabalho, emprego e benefícios sociais”. (E3)</p> <p>“sim, com o turismo temos assistido a um aumento das manifestações/eventos culturais.” (E4)</p>

				<p>“Sim (...) a sociedade micalense era algo fechada para o mundo exterior, e com a chegada de pessoas de várias partes do mundo (...) permitiu aos micalenses encontrarem um pouco das raízes da sua identidade cultural, e conhecer de perto outras realidades culturais, o que é sempre enriquecedor, principalmente, para aqueles que não têm o hábito ou a possibilidade, de viajar.” (E5)</p> <p>“Parece-me que ainda é muito prematuro para conseguir uma conclusão clara a este nível. Por um lado, há uma abertura da sociedade ao exterior/ao que vem de fora que antes não era clara (muito pelo contrário) no entanto não é possível afirmar que essa abertura traga alterações significativas ao nível das comunidades. As manifestações culturais permanecem um pouco inalteráveis com exceção de alguns constrangimentos à participação em eventos populares como os impérios (que sendo ainda de “livre entrada” em alguns casos, muitos são já um pouco privados para as comunidades) dado o afluxo de turistas.” (E6)</p> <p>“(…) tem havido um esforço de aumentar a oferta de eventos, sendo alguns promovidos como sendo importantes para o turismo. Mas a sensação que eu tenho é que eles são mais importantes para a população local, em termos de atração. Mesmo grandes eventos, como os campeonatos de surf, que atraem uma grande quantidade de turistas são mais importantes, em termos de promoção da imagem do que a nível de impactos socioculturais.” (E7)</p> <p>“(…) da população ter passado a dar valor à sua cultura, porque aos poucos vai percebendo que a cultura vai vender e que ela é importante e temos que a manter, nem que seja por isso, por um objetivo economicista, mas é, também, uma tomada de atenção a este facto, valorizar a cultura, valorizar as nossas tradições, enriquecimento cultural através do contacto com outras culturas. A nível social, claro que sim, a partir do momento que o turismo traz mais valias, mais emprego,</p>
--	--	--	--	--

				<p>em termos sociais, as pessoas ficam melhores. Nem consigo ver a nível sociocultural onde possam existir desvantagens.” (E8)</p> <p>“Quando se recebe visitantes, recebe-se, também, a cultura que eles trazem, de maneira que a abertura da sociedade micaelense é benéfica porque expõe a população local a outras formas de pensar e de agir. Não estou a falar aqui, nem de bom, nem de mau, tudo depende da maneira como se reage, como se confronta esse tipo de exposição a que se é submetido. Mas sem duvida que o turismo tem sido uma abertura para o mundo exterior que de outra forma não seria possível se a sociedade se mantivesse fechada sobre si mesma. Em geral esta exposição é benéfica, porque existe um enriquecimento, tudo dependerá da seleção que for feita pelos locais daquilo que é apresentado, porque podem aparecer pontos de vista e atitudes diferentes que podem ser não tão consensuais com a maneira de ser e estar dos açorianos.” (E9)</p> <p>“Sim, penso que é sempre benéfico o contacto com outras formas de pensar e de agir, que acabam de alguma forma, por “contaminar” deixar algo de novo na nossa sociedade. Também, tem-se verificado o reavivar de algumas tradições e manifestações culturais, muitas vezes esquecidas, por forma de dar a conhecer aos visitantes a nossa cultura.” (E10)</p>
--	--	--	--	--

			<p>Opinião sobre possíveis malefícios do desenvolvimento turístico a nível sociocultural da sociedade Micaelense</p>	<p>(...) não existem impactos muito negativos (...) talvez uma sobrecarga de locais, que do ponto de vista social, ficam um pouco condicionados, não podendo, muitas das vezes, nós enquanto habitantes desfrutar (...)" (E1)</p> <p>“Não me recordo de nenhum facto relevante.” (E2)</p> <p>“Não têm sido registados impactos significativos, mas importa monitorizar e avaliar os impactos que possam vir a decorrer.” (E3)</p> <p>“Penso que não tem existido impactos negativos, a população tem é que se preparar para esta maior circulação de pessoas e, inevitavelmente, de aspetos culturais.” (E4)</p> <p>“Talvez alguns choques de mentalidades possam ter ferido suscetibilidades, mas no geral, parece-me que o balanço neste campo será positivo.” (E5)</p> <p>“(...) considero muito prematuro uma conclusão a este nível, mas poderá assistir-se a uma descaracterização de algumas manifestações ou expressões populares.” (E6)</p> <p>“(...) acumulo de lixo e ruído excessivo no centro urbano”. (E7)</p> <p>“(...) os únicos que eu acho que o turismo possa trazer é o facto de o turismo ser um setor que, por norma, paga mal e que obriga a trabalhar por turnos, fora dos horários, normalmente, aceites pelo povo português, que não está muito disponível para sair fora do “standard”, trabalhar até muito tarde não é muito bem visto.” (E8)</p> <p>“Não tenho visto, até agora, que haja este tipo de impacto na região, porque, também, regra geral, o turismo é, relativamente, inofensivo” (E9)</p> <p>“De momento, não consigo ver nada de muito negativo.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

			<p>Opinião sobre a influencia e condicionalismos do turismo na vida quotidiana da população micaelense</p>	<p>"Penso que só neste aspeto eventual, de quando há uma sobrecarga de locais que estão limitados, seja no âmbito dos serviços quer no âmbito do aspeto mais lúdico (...)". (E1)</p> <p>"(...) os locais onde habitam pessoas e há divertimento noturno têm um impacto negativo embora efetivamente sejam muito poucos os residentes atingidos. Mas de uma maneira geral o que se vê é maior capacidade de acesso a atividades de lazer por parte dos locais." (E2)</p> <p>"Na época alta poderá haver alguns conflitos nomeadamente nos acessos às áreas turísticas mais visitadas." (E3)</p> <p>"Penso que ainda não existem (...) a mentalidade está a mudar, a população está a perceber que o turismo é importante e extremamente positivo." (E4)</p> <p>"É impossível que não afete, em particular aqueles, cujas atividades se prendem, direta ou indiretamente, ao setor." (E5)</p> <p>"Acho que sim obviamente. A mudança nos utilizadores dos espaços e equipamentos (e o numero crescente!) não foram ainda acompanhados da sua gestão e redimensionamento. Apenas a restauração parece ter aumentado significativamente a oferta, mas mesmo neste setor atinge se por vezes a capacidade máxima. Os espaços naturais estão entre aqueles em que mais visivelmente a vivencia pelos locais foi afetada." (E6)</p> <p>"A vida quotidiana é afetada na medida em que há uma diversificação, por exemplo, da oferta na restauração, há sobretudo no período do verão, uma multiplicação de eventos culturais." (E7)</p> <p>"(...) se alterou a nível global aqui na região, nós já vemos turistas em tudo quanto é canto, as pessoas enervam-se porque chegavam à Vista do Rei e não tinham</p>
--	--	--	--	---

				<p>problema para parar o carro, agora chega-se lá e está tudo cheio, as pessoas enervam-se porque se sentem de alguma maneira “violadas”, sentem como se estivessem a receber intrusos, é verdade que são, mas também são eles que estão a trazer o dinheiro (...) antes fazíamos trilhos para desanuviar, não se via ninguém, só se via vegetação, agora não se faz um trilho que não se veja um alemão. É isso, isso perturba a vida (...), por exemplo Ponta Delgada à noite nunca mais foi como era, antes tínhamos a coisa controlada, tínhamos as noites de verão da Câmara Municipal, agora há muitas atividades à noite, muitos pubs, muita circulação de pessoas no Verão.” (E8)</p> <p>“Sim, de algum modo, vai depender do local onde acontecem as entradas turísticas, sem dúvida que a população de Ponta Delgada é de algum modo afetada pelo turismo no sentido de negócio, no sentido económico, pois ela tem que se preparar para a chegada dos turistas oferecendo um leque variado de serviços.” (E9)</p> <p>“Só mesmo o facto de sobrecarga de turistas em pontos turísticos da ilha que condicionam o acesso dos locais a estes locais.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

			<p>Caracterização da relação da relação entre a comunidade local e os turistas</p>	<p>(...) Penso que está a melhorar... talvez não fosse o lugar de maior hospitalidade (...)</p> <p>(...) Não havia uma cultura turística tão grande como noutros locais (...) classificaria como, tendencialmente, a melhorar, sem dizer que é negativa ou positiva. Mas também não vejo, propriamente, nenhum conflito entre residentes e turistas.” (E1)</p> <p>“Os locais vêm de uma maneira geral o turismo como uma atividade geradora de emprego e riqueza. A interação é muito boa, até porque a cultura açoriana não se caracteriza por ver com maus olhos as diferenças.” (E2)</p> <p>“Positiva.” (E3)</p> <p>“As pessoas começam a ter noção que a atividade turística é importante e irá melhorar as suas vidas e que para tal necessitam colaborar, recebendo da melhor forma os turistas. As pessoas estão empenhadas para que esta situação continue e seja cada vez mais positiva.” (E4)</p> <p>“(...) boa, mas não tenho dados que fundamentem a minha opinião, até porque por vezes as pessoas reagem de uma forma em público, e de outra completamente diferente em privado.” (E5)</p> <p>“A ilha de São Miguel tem nuances nestas relações. Locais com mais tradição turística mantêm ainda uma relação positiva e acolhedora embora em alguns equipamentos se faça já sentir algum antagonismo que urgia regular (ex. mercado da graça)”. (E6)</p> <p>“Caracterizo como sendo uma “lua de mel”, estamos muito impressionados com o facto de termos turistas e a população em geral vê isto de forma muito positiva. Por um lado, sente orgulho pelo facto dos turistas quererem ver as nossas belezas</p>
--	--	--	--	---

				<p>naturais e por outro lado e como consequência verifica-se um aumento da identidade local.” (E7)</p> <p>“Má, demonstram uma certa antipatia, má cara (...) nem todos percebem, muitos acham que são intrusos, mas esquecem-se que são eles que estão a financiar muitos empregos e o surgimento de muitas atividades (...)” (E8)</p> <p>“A relação entre a comunidade local e os turistas é uma relação muito mais económica do que outra coisa, quer dizer que o que nós queremos é que eles vejam o que nós temos e que comprem aquilo que nós oferecemos.” (E9)</p> <p>“Neste momento a relação está bem melhor que a alguns anos atrás, as pessoas já começam a perceber que é benéfico receber turistas e temos que os agradar para levarem uma opinião positiva da região e quererem regressar. Contudo, ainda existe um longo caminho pela frente, muito devido à personalidade fechada do povo açoriano, na melhoria e amabilidade no saber bem receber.” (E10)</p>
		Impactos Ambientais	Opinião sobre impactos negativos a nível ambiental e de que forma são manifestados	<p>(...) impacto a nível ambiental relacionado com algumas infraestruturas sobredimensionadas e um pouco desajustadas (...) e a sobrecarga de alguns locais que pode, eventualmente, conduzir a algum detrimento da qualidade ambiental dos mesmos.” (E1).</p> <p>Até agora o turismo tem dado muita força ao ambiente pois todos sabem que o produto turismo está intimamente ligado ao ambiente (...) aqui o turismo é individual e disperso não criando essa pressão destruidora, mas antes angariando defensores da galinha dos ovos de ouro. (E2)</p> <p>“Não considero que têm sido registados impactos significativos, mas importa monitorizar e avaliar os impactos que possam vir a decorrer.” (E3)</p> <p>“No meu entender quanto mais pessoas tiver a ilha mais debilidade vamos ter a nível ambiental.” (E4)</p>

				<p>“Sem dúvida que sim. Num trabalho que fizemos sobre o impacte do uso dos trilhos pedestres, apercebemo-nos que o cenário na ilha das Flores é bem mais animador que na ilha de São Miguel, e está relacionado com a intensidade do uso desses trilhos, que é bem menor na ilha das Flores. Se a isto juntarmos o facto de, com a entrada das low cost em 2015, as descidas à Lagoa do Fogo, por exemplo, se terem intensificado bastante de acordo com os operadores turísticos locais, não prevejo melhorias para os próximos anos.” (E5)</p> <p>“Sim e extremamente negativos. Resíduos, falha na rede de caixotes, separadores, recolha, etc. vê-se lixo nos sítios mais incríveis (...) nos trilhos, existe uma sobrecarga, trilhos degradados por sobre uso e visitação desordenada (...)” (E6)</p> <p>“A questão do aumento da carga em áreas sensíveis, como a Lagoa do Fogo, a Ferraria, trilhos do Sanguinho, a Lagoa das Sete Cidade, aumento do crowding, mesmo nas atividades marítimo-turísticas, de acordo com a perceção dos turistas, já se nota alguma sensa�o de crowding.” (E7)</p> <p>“Tem, porque nós não estávamos dimensionados para a quantidade de visitantes, mas acho que até agora os impactos ambientais não são muito relevantes e podem ser controlados.” (E8)</p> <p>“Quando há muitas pessoas num local há sempre impacto negativo, no entanto � preciso saber que zonas são procuradas e em que esse impacto pode ser negativo. Nos trilhos, porque estes percorrem zonas sensíveis, locais que não podem suportar muita concentra�o de pessoas, como por exemplo o ilhéu de Vila Franca do Campo e � preciso prever esse tipo de atua�o e corrigir esta situa�o.” (E9)</p> <p>“Neste momento penso que ainda não são muito visíveis, mas a sobrecarga que se tem verificado em certas áreas sensíveis, como � o caso do ilhéu de Vila Franca do Campo, Lagoa do Fogo, Caldeira Velha, certos trilhos pedestres, etc. Podem vir a provocar uma degrada�o ambiental.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

			<p>como poderiam ser evitados?</p>	<p>“(...) definição de um limite de capacidade de carga à semelhança (...)” (E1)</p> <p>“(...) há que preparar as câmaras municipais e as populações para fazer face a esta situação (limpeza), principalmente, quando existam eventos que propiciem a produção de maior lixo (ex. ° noite branca, há reforçar a limpeza pois logo pela manhã já começam a circular turistas e não é agradável verem o acumulo de lixo proveniente deste evento). Há que haver uma consciência ambiental, mesmo nos trilhos tem que existir mais tratamento de limpeza, sinalização, etc.... Há que haver preocupação...” (E4)</p> <p>“Para evitar ou minimizar impactos deste tipo, bastaria que o Governo Regional dos Açores desse mais valor aos estudos que são desenvolvidos nesta área; infelizmente a prática é receber tudo muito bem, com grandes aplausos, mas no final faz-se aquilo que os detentores das pastas do turismo e ambiente da altura, quiserem...” (E5)</p> <p>“as visitas a áreas protegidas deviam ser proibidas de transportar embalagens, garrafas etc., que depois abandonam no local.” (E6)</p> <p>“(...) definição de limites de capacidade de carga.” (E7)</p> <p>“corrigida com legislação, com educação cívica e com alguma vigilância e acompanhamento.” (E9)</p> <p>“(...) através de uma certa limitação diária de acesso, campanhas de informação e sensibilização aos turistas e locais, etc....” (E10)</p>
--	--	--	------------------------------------	---

			<p>Opinião sobre benefícios ambientais potenciados pelo turismo</p>	<p>“Residem no aspeto das autoridades tentarem preparar os locais da melhor maneira para quem recebem, acabando por proteger, mesmo que de forma indireta, estes locais, nem que seja para mostrar.” (E1)</p> <p>(...) angariação de verbas para despoluir as lagoas e proteger falésias, no arranjo de parques e jardins, na forte preocupação com a limpeza e com a permanente melhoria dos espaços. Há até uma certa concorrência entre localidades por ter argumentos ao nível da natureza para atrair o turismo o que altera beneficentemente comportamentos. (E2)</p> <p>“Sim, na divulgação dos trabalhos de conservação da natureza, troca de conhecimentos, sensibilização dos turistas e da população local.” (E3)</p> <p>“Sim, tem contribuído para geração de uma maior consciência. As próprias entidades estão a modificar os seus modos de atuação, havendo uma maior sensibilidade para o cuidado das questões ambientais. Intensifica-se a ideia do orgulho pela imagem de uma região, extremamente, cuidada e que é esta a imagem que queremos que o turista leve da região.” (E4)</p> <p>“Acho que sim, nomeadamente ao nível das mentalidades. Por exemplo, os turistas que nos visitam têm em geral uma educação de nível superior, e por isso têm algumas preocupações ambientais; por isso é comum ouvir comentários deles a criticar a quantidade enorme de lixo que se pode encontrar ao longo dos trilhos que cruzam áreas protegidas, e que são maioritariamente aí deixados pela população local, ou o uso intensivo de sacos de plástico no comércio local, tão danoso para os ecossistemas marinhos.” (E5)</p> <p>“A nível ambiental o único impacto benéfico será o de ter afirmado o papel que a Natureza e a sua preservação/conservação/uso sustentável são indispensáveis, também, para manter o modelo turístico.” (E6).</p> <p>“Ainda não dei por estes.” (E7)</p>
--	--	--	---	---

				<p>“Até agora não, mas acho que pode potenciar. Quando aprendermos que o nosso cartão-de-visita é a natureza/ambiente, vamos querer protegê-la. Se é o nosso tesouro que está a vender, então temos que cuidar e aumentar os nossos cuidados com o ambiente.” (E8)</p> <p>“Sim, sobretudo porque queremos mostrar aquilo que temos, o que conduz a uma maior consciência e preservação do nosso património natural, para que essa oferta possa ser apreciada por quem chega e para exigir um efeito cadeia, e chamando mais turistas para a região.” (E9)</p> <p>“Acho que o benefício mais evidente a nível ambiente, é a existência de um reforço da preservação ambiental, conservação da nossa natureza, uma vez que acaba por ser o bem mais precioso e motor do turismo na região.” (E10)</p>
		Importância dos Impactos	O tipo de impactos positivos mais relevante para comunidade micalense	<p>“(…) emprego, principalmente, porque este crescimento do turismo surge numa época de grande desemprego (…) permite que haja captação de verbas que depois ficam a circular dentro da ilha (…) e uma melhoria a nível de serviços.” (E1).</p> <p>“Emprego, económico e social.” (E3)</p> <p>“(…) a preservação da natureza e do mar (…)” (E4)</p> <p>“Maior abertura, maior sensibilização para os impactos ambientais de alguns hábitos locais, e desenvolvimento de um sentido de proteção e valorização do seu património natural.” (E5)</p> <p>“O impacto Económico. Porque a Economia micalense, como toda a economia açoriana é frágil e demasiado especializada. Esta diversificação é positiva até.” (E6)</p>

			<p>“Dinamização da atividade económica.” (E7)</p> <p>“Depende muito da situação em que estamos, como estávamos numa fase de crise económica é logico que neste momento os económicos são os mais positivos. Contudo, quando esta fase estiver ultrapassada todos os outros terão o mesmo nível de importância.” (E8)</p> <p>“É o impacto económico, porque proporcionou e continuará a proporcionar o aparecimento de um novo conjunto de atividades e uma diversidade de oferta que envolve outros setores da economia micalense que de outro modo estariam estagnados, ou seja, proporcionou uma diversificação da economia local, gerando emprego e melhorando a qualidade de vida da população local.” (E9)</p> <p>“(…) os impactos económicos.” (E10)</p>
		<p>O tipo de impactos negativos mais prejudiciais para a comunidade micalense</p>	<p>(…) questões relacionadas com a capacidade de carga dos locais, que faz com determinada pessoa fique mais condicionada ou que tenha que dispensar mais tempo que o habitual para realizar determinada atividade, ou acessibilidade a determinado local.” (E1)</p> <p>(…) impacto nos preços e no valor dos imóveis (E2)</p> <p>“Não considero que nesta fase haja impactos negativos.” (E3)</p> <p>“Não há nada de muito negativo, as coisas estão a ser estruturadas e estamos a ter o cuidado de não cometer muitos erros, uma das nossas grandes preocupações, é a segurança e a tranquilidade (…).” (E4)</p> <p>“Os locais sentem que perderam um pouco da paz que tinham quando iam visitar alguns locais de culto, como a Caldeira Velha ou as Furnas, para além da</p>

				<p>introdução de taxas de uso desses locais que eram anteriormente considerados como um dado adquirido.” (E5)</p> <p>“Os impactos ambientais. Porque para os gerir ou na ausência de gestão para os remediar será necessário investimento e o ambiente continua muito subalternizado em termos de investimento e despesa.” (E6)</p> <p>“Tendência para a subida de preços.” (E7)</p> <p>“Eu não consigo responder que haja um impacto negativo assim muito grande, acho que por enquanto ainda não podemos falar nisto.” (E8)</p> <p>“(…) se o turismo se massificar, não que ainda seja o caso, mas se o turismo se massificar trará consigo estes impactos negativos, porque o número só por si, atendendo à delicadeza e precaridade da oferta que nós temos, que é uma oferta tipo natural, que não suporta agressões e que essas agressões não são corrigidas de um dia para o outro, levam anos a ser corrigidas, é necessário ter muito cuidado com a massificação do setor.” (E9)</p> <p>“Talvez a sobrecarga de certos ecossistemas sensíveis e a subida dos preços.” (E10)</p>
--	--	--	--	--

	Competitividade do Destino Turístico	Factores para o Sucesso	Quais são os fatores determinantes para sucesso ou competitividade dos Açores (Ilha de São Miguel) como destino turístico?	<p>“(…) a diversidade, acaba mesmo em termos paisagísticos por aglomerar em si um pouco da diversidade das diversas ilhas do arquipélago, aliado à existência de infraestruturas (…) o termalismo (…) e a divulgação ao nível da promoção da ilha de São Miguel através de grandes campeonatos.” (E1)</p> <p>(…) Os Açores são o lugar exótico mais próximo da Europa. Uma experiência equivalente exige viajar durante muitas horas para outro hemisfério. Além disso pode-se disfrutar de uma viagem calma ou usufruir de desportos radicais numa zona segura, longe de conflitos e com um serviço de saúde de nível europeu, o que é muito importante para os mais idosos, ou com problemas de saúde. (E2)</p> <p>“Clima, segurança, paisagens, cultura.” (E3)</p> <p>“(…) beleza natural, oferta (…) diversificada de riquezas únicas (o mar, o termalismo, as lagoas, as praias, etc…) o que faz com que no mesmo local exista uma variedade de experiências únicas (…) a nossa segurança e tranquilidade que o turista pode usufruir (…) nós somos um destino privilegiado, sem grande oposição, pois existem muitos destinos que concorrem com os Açores, mas neste momento, derivado a esta diversidade, não existem nenhum destino que possibilite ao turista visitar 9 ilhas com características tão diferentes e que proporcionarão experiências únicas e distintas entre si.” (E4)</p> <p>“A existência de uma grande área marinha, com hotspots para mergulho e observação de cetáceos, a existência de áreas terrestres protegidas, com potencial para passeios pedestres e zonas de observação de aves.” (E5)</p> <p>“O binómio Nível de infraestruturas- Qualidade ambiental.” (E6)</p> <p>“A paisagem e os recursos naturais, tanto em terra como no mar.” (E7)</p>
--	--------------------------------------	-------------------------	--	--

			<p>“(…) a competitividade vem da singularidade da região (…) é o facto de sermos uma região que ainda tem ambiente para mostrar, não tem muita população, nós temos um ambiente que parece ser um presépio e isto é o nosso maior trunfo, é a nossa singularidade.” (E8)</p> <p>“(…), nós temos realidades naturais (…) nossa gastronomia e a maneira como a oferecemos, o nosso peixe é muito bom, os produtos naturais, como a carne, o leite e seus derivados, os frutos (ananás, maracujá e seus derivados) são de elevadíssima qualidade. A oferta que podemos fazer não será uma oferta massificada, mas de elevada qualidade, não é necessário ser em grande quantidade, mas com uma qualidade de excelência, isto beneficia tanto quem nos visita, como a exportação que pode ser feita.” (E9)</p> <p>“As nossas paisagens, a nossa biodiversidade, a segurança e a tranquilidade.” (E10)</p>
		<p>Forma de potenciar vantagens</p>	<p>“(…) ajustar a imagem à realidade de recursos existentes na ilha para cumprir melhor as expectativas de quem a visita.” (E1)</p> <p>“Assegurar uma maior frequência dos transportes e diversificar as ligações a novas fontes emissoras garantindo preços compatíveis com destinos concorrentes, promover uma melhoria continua da qualidade do atendimento e dos serviços, formar quadros adequados ao padrão de serviço de qualidade sempre mais elevada, envolver os empresários na necessidade de melhoria contínua. (E2)</p> <p>“(…) Não podemos isolarmo-nos, o grande benefício/vantagem dos açores é sermos um arquipélago, constituído por 9 ilhas com características e belezas únicas e diferenciadas e temos que vendê-lo como tal.” (E4)</p>

				<p>“(...) dando maior importância às AMPs, de modo a que estas desempenhassem, verdadeiramente, o seu papel de áreas protegidas e não fossem apenas designações fluidas que na prática ninguém entende muito bem como “funcionam”.” (E5)</p> <p>“Gerindo ambos de uma forma mais eficiente e evitando a rutura ou ultrapassar a sua capacidade de carga.” (E6)</p> <p>“É possível potenciar fazendo uma gestão efetiva desses recursos naturais, das áreas protegidas que atualmente não existe, existe classificação, mas não gestão.” (E7)</p> <p>“(…), há que saber vendê-las, é associar, cada vez mais, a estas a promoção da qualidade do ar, etc..., em termos de turismo, temos que ter é criatividade” (E8)</p> <p>“Nós podemos potenciar estas nossas vantagens, sobretudo, preservando a riqueza natural e lutando pela qualidade dos produtos oferecidos.” (E9)</p> <p>“Penso que poderíamos potenciar estas vantagens, através da preservação do nosso bem mais precioso, a nossa natureza e os nossos ecossistemas, divulgar mais a nossa gastronomia através de eventos de degustação e continuar a perpetuar a imagem de sustentabilidade.” (E10)</p>
			<p>Principais fraquezas que condicionam a competitividade dos Açores (Ilha de São Miguel) como destino turístico</p>	<p>“(…) a distância, alguma incerteza do estado do tempo.” (E1)</p> <p>“A escassez de investidores capitalizados e conhecedores da indústria turística tem sido um dos principais obstáculos ao crescimento do valor retido no turismo.” (E2)</p> <p>“A nível das acessibilidades (...)”. (E3)</p> <p>“A formação. Existe uma falha na formação dos profissionais do turismo, o que faz com que ainda não haja grande percentagem de repeters.” (E4)</p>

		Fraquezas da Região	<p>O desconhecimento da capacidade de carga.” (E6)</p> <p>“O principal limite é o facto de sermos ilhas e termos os recursos muito limitados e os nossos sistemas naturais serem muito sensíveis à pressão da atividade humana.” (E7)</p> <p>“O nível de qualificação da população e a má preparação que a população tem, em termos gerais, e dos empresários em particular para lidarem com uma área destas, muito volátil, não há garantias. Há que ter muito jogo de cintura, muita sensibilidade.” (E8)</p> <p>“o clima, que não é fiável, no sentido de quem quiser vir apanhar sol pode frequentemente enganar-se e estar a chover. Penso que não se deve ver isto como uma fraqueza, mas como uma realidade que deve ser explicada. é esta inconstância do tempo, sobretudo da chuva que mantém a vida natural com muita pujança, julgo que isto incomoda mais os locais do que os turistas.” (E9)</p> <p>“A instabilidade do tempo e a falta de formação dos profissionais na área do turismo.” (E10)</p>
--	--	---------------------	---

			<p>Forma de mitigar estas fraquezas</p>	<p>“Relativamente à distancia, é algo que não podemos alterar, apesar da existência de voos mais baratos, pode existir turistas que não estejam dispostos a fazer escalas para vir aos açores. O segundo caso, a existência de uma maior aposta em atividades que não estejam dependentes do estado do tempo e que pudessem mitigar essa desvantagem. Apesar dos turistas até poderem apreciar esta instabilidade climática...dessa alternância.” (E1)</p> <p>“(…) atrair investidores especializados em turismo da natureza. A desburocratização dos processos de investimento também é um obstáculo que pode ser evitado com a promoção de legislação mais amiga do investidor.” (E2)</p> <p>“(…) desenvolver as estruturas de apoio ao turismo, nomeadamente a restauração, rent-a-cars, serviços prestados e de animação turística.” (E3)</p> <p>“(…) temos que apostar na formação, temos que ter mais cuidado no atendimento e tratamento dos turistas, a própria universidade deve ter um papel mais relevante neste processo, apesar de nos últimos anos tem vindo a surgir profissionais com qualificação superior na área, sendo um pilar importante para o turismo, pois cada vez mais temos que ter como objetivo vender serviços com qualidade, o cliente tem que sentir-se satisfeito e realizado. Hoje as pessoas querem no menor tempo a melhor experiencia possível. Temos que nos preocupar em servir bem o cliente.” (E4)</p> <p>Será necessário determinar a capacidade de carga das estruturas e espaços, mas também a sua gestão em rede.” (E6)</p> <p>“Gerindo os recursos e fazendo uma boa gestão dos turistas do tipo de turistas que queremos, dos mercados que queremos explorar, e evidentemente também uma melhoria continua da oferta da estrutura de alojamento e de restauração.” (E7)</p>
--	--	--	---	---

			<p>“(...) sensibilização geral de como é que se deve lidar com os turistas.” (E8)</p> <p>“criar ofertas de cariz cultural mais profundo, como manifestações culturais de teatro, visitas de cariz científico, como a presença de museus, do Aquário seriam mais-valias, que não trariam por si só turistas à região, mas que proporcionariam uma diversão aceitável e útil, sobretudo, quando a realidade do tempo meteorológico não fosse favorável.” (E9)</p> <p>“Para mitigar estas franquezas, teríamos de criar atividades e entretenimento, provavelmente de carácter cultural, para ser uma possibilidade para os dias que não fosse possível a realização de atividades ao ar livre. No que se refere à falta de formação, haver um maior investimento dos próprios empresários na formação dos seus profissionais.” (E10)</p>
	Níveis de Envolvimento dos Stakeholders	Envolvimento de stakeholders e participação pública	<p>Opinião sobre a participação dos stakeholders na tomada de decisões políticas relacionadas com o turismo.</p> <p>“No caso concreto do turismo, penso que discussão pretende-se essencialmente com o Plano de Ordenamento do Turismo. Estes planos têm normalmente um período de participação, pois a lei também o obriga, relativamente alargado, ou seja, existe participação ativa, se ela é eficaz e reprodutiva nas decisões não posso afirmar.” (E1)</p> <p>“Parece-me que sim.” (E2)</p> <p>“Sim.” (E3)</p> <p>“Não. os empresários têm feito algum trabalho, mas sem muita orientação política, vão tomando decisões, vão gerindo de acordo com as suas necessidades sem ouvir muito as restantes entidades e organizações que realmente podem ajudar e orientar neste sentido. Tem existido alguma aproximação dos privados neste setor, mas não</p>

				<p>tem havido esta sensibilidade de obter a opinião dos demais nas tomadas de decisão.” (E4)</p> <p>“Acho que pelo menos têm tentado.” (E5)</p> <p>“Não.” (E6)</p> <p>“Eu acho que eles têm sido chamados, os operadores turísticos tradicionais, a participar, se existe satisfação com essa participação não sei...há casos onde de facto não há participação, sobretudo na gestão dos recursos naturais, a participação e o envolvimento é diminuto e a até dada a estes stakeholders é insuficiente.” (E7)</p> <p>“Acho que não, penso que está cada um no seu canto, a tentar fazer o seu negocio. Acho que não sabemos trabalhar em equipa, não sabemos traçar um plano estratégico juntos e falar uns com os outros e acima de tudo, agir uns com os outros. Porque, também, de seminários e workshops estamos fartos, vamos todos para lá dizer que temos que trabalhar em conjunto e depois cada um para as suas casas e ninguém trabalha com ninguém, que é o que acontece.” (E8)</p> <p>“de uma maneira geral e pelo que aparece nos jornais, os stakeholders não estão passivos, são elementos ativos na população que exprimem as suas dificuldades e que reagem quando as decisões políticas são tomadas sem o conhecimento deles.” (E9)</p> <p>“Acho que existe alguma participação, mas não tenho a certeza se todos estão envolvidos de forma ativa e se esta participação é tida em conta no processo de decisão.” (E10)</p>
--	--	--	--	--

			<p>Caso não exista envolvimento. Porque razão, não existe este envolvimento na tomada de decisões?</p>	<p>“Há um certo facilitismo em adotar as leis europeias, é algo que não deve ser feito, pois há que haver a consciência que devemos equilibrar a oferta e a procura de acordo com as características locais.” (E4)</p> <p>“Porque em São Miguel não há essa tradição e porque os decisores não vêm a sua necessidade.” (E6)</p> <p>“ (...) culturalmente nós somos assim relativamente a todos os assuntos. Nós não sabemos trabalhar em conjunto e é difícil conseguir juntar esforços, juntar stakeholders para o fazer.” (E8)</p>
			<p>Conhecimento de quais são os stakeholders locais e a sua importância.</p>	<p>“(…) as empresas do setor, a área ambiental, as autarquias, a população através da forma como vota. Contudo a participação é mais significativa através do associativismo.” (E1)</p> <p>(…) empresários (...) responsáveis públicos (governo e autarquias) (...) a população porque afeta as condições de vida, emprego, gestão territorial e acessibilidades. Claro que não estão todos igualmente envolvidos, mas diria que os empresários e os governantes estão envolvidos e a população acompanha com interesse. Claro que não têm todos a mesma importância. Os empresários são sempre os que fazem as coisas acontecer pelo que serão sempre os mais importantes. (E2)</p> <p>“Empresas de animação turística, associações de turismo, empresas hoteleiras, restauração, rent a cars, administração e agências do governo regional, câmaras municipais, juntas de freguesia, associações de desenvolvimento local e ONGA’s.” (E3)</p>

				<p>“Todos têm a sua importância. Todos são fundamentais (rent-a-car; marítimo turística, restauração, hotéis, etc...) todos são peças importantes deste setor transversal. Para a “engrenagem” deste setor funcionar corretamente, é uma função que deveria ser tomada não por uma elite, mas por todos, há que existir um empenho generalizado.” (E4)</p> <p>“Os operadores turísticos, a indústria hoteleira, os investigadores, o setor dos transportes, as ONGAs, e claro o poder político. Penso que de uma forma geral todos estão envolvidos no processo, embora possam não estar todos de acordo no que concerne a tomada de decisões.” (E5)</p> <p>“Os operadores turísticos, as empresas de animação, a hotelaria, os transportes, a restauração, as associações e camaras do comercio. Não têm que ter todos a mesma importância, mas deviam ser todos envolvidos no processo de decisão.” (E6)</p> <p>“São os tradicionais, os diretos, que são os hoteleiros, os representantes da restauração com interesses diretos, a empresas marítimo-turísticas, etc., mas há os outros stakeholders, os indiretos, que também são afetados e são estes que não são representados no processo de decisão, como é o caso da restante população. Acho que não estão todos envolvidos, pois enquanto os tradicionais estão representados no processo, enquanto que a representação dos de gestão dos recursos naturais é insuficiente.” (E7)</p> <p>“O Estado, as associações empresariais e uma coisa que não existe que são as associações de setor, das atividades que realmente estão no turismo e penso que todos devem ter o mesmo grau de importância no processo de decisão que deveria ser de todos.” (E8)</p>
--	--	--	--	---

				<p>“Deverão estar todos envolvidos no processo de decisão, porque a democracia assim o exige e todos têm a mesma importância. Esta importância é medida pelo fluxo económico que proporciona à região, não esquecendo que os stakeholders de grande importância não podem viver sem os de menor importância, um exemplo é o caso dos hotéis, que proporcionam um grande fluxo de capital, mas que sem as pequenas empresas que proporcionam todo um leque de atividades e serviços aos turistas, eles certamente não teriam tanto destaque, ou seja, não devemos menosprezar as atividades de menor fluxo financeiro, pois elas fazem parte de um todo integrado. Assim, podemos concluir que os stakeholders do turismo, são todos aqueles que de uma maneira ou de outra estão envolvidos na atividade, os que trazem os turistas, os que os acomodam e os que os vendem os produtos que os mantêm por cá felizes.” (E9)</p> <p>“No meu entender acho que todos são importantes, as organizações de ambiente, as empresas turísticas, comércio, restauração, hoteleiros, associações culturais... e penso que uns estão mais envolvidos do que outros, como é o caso da população local que deveria também se fazer representar pois também é um stakeholder de grande importância.” (E10)</p>
--	--	--	--	--

			<p>De que forma esta participação deveria ser melhorada?</p>	<p>“A eventual existência dum conselho mais alargado, como é o caso do conselho regional da agricultura, onde possam estar efetivamente os diversos setores representados. Até ao momento não tenho conhecimento da existência de nenhum fórum social alargado relativamente ao turismo como o que existe na agricultura, onde seriam debatidos grandes temas sobre o setor.” (E1)</p> <p>Com maior divulgação e discussão dos estudos que vão sendo realizados pelas entidades públicas. Estes estudos deviam estar disponíveis eletronicamente a todos. (E2)</p> <p>“A través de fóruns, reuniões entre os diversos agentes.” (E3)</p> <p>“Haver uma auscultação e integração das entidades que podem dar contributo, que podem trazer benefícios para o setor.” (E4)</p> <p>“Tal como disse acima, liderar os conflitos potenciais até chegar a um consenso, e depois atuar em conformidade com esse consenso. As pessoas muitas vezes mobilizam-se para atingir consensos, mas como depois verificam que na prática se faz o que se quer, ficam desmotivadas para novas mobilizações.” (E5)</p> <p>“Não basta haver associações é necessário que estas ou outros mecanismos de representação estejam perto dos interessados e nesse sentido abordem o turismo dentro das suas diversas especificidades Ex: a animação é muita coisa e os operadores marítimo turísticos não estarão interessados em ações tão gerais, mas sim em algo mais específico.” (E6)</p> <p>“Pode ser melhorada através dos fóruns de participação que já existem e através da sua participação na monitorização da atividade. “(E7)</p>
--	--	--	--	--

				<p>“Cabe ao Governo Regional e cabe ao Estado e às instituições com maior peso, como a Câmara do Comércio e Indústria, associações zelar e ir contra este tipo de atitudes, podendo ser, muitas vezes, através da dependência de benefícios, que é normalmente a forma de agir do Estado, “só benefício nisto se participar naquilo”, porque por vontade própria, as pessoas não vão.” (E8)</p> <p>“A participação pode ser melhorada se os stakeholders conseguissem um entendimento entre eles, de maneira a não haver sobreposição indesejadas, de maneira a que a competitividade seja saudável, onde haja uma distribuição de tarefas que seja sustentável.” (E9)</p> <p>“Sim, mais divulgação dos espaços e períodos de participação para envolvimento dos interessados e demonstrar aos interessados que as suas contribuições foram tidas em consideração na elaboração das decisões políticas.” (E10)</p>
			<p>Opinião sobre a importância da Participação Pública</p>	<p>“Sim, é muito importante. Se não formos envolvidos na participação e se ela não existir certamente que não irá resultar em nada positivo. No caso do turismo, todos nos temos uma relação direta com as medidas ou com as estratégias adotadas para o mesmo.” (E1)</p> <p>Muito porque da discussão surge sempre algo melhor e que envolve os principais interessados em torno dos objetivos coletivos. (E2)</p> <p>“Sim, de forma a identificar eventuais problemas e estratégias para ultrapassá-los.” (E3)</p>

				<p>“Sim. Há situações que necessitam de fiscalização e há diversas entidades que podem ajudar na estipulação de critérios mais rigorosos.” (E4)</p> <p>“Sem dúvida; chama-se cidadania ativa e participativa, sem a qual o conceito de democracia não faz sentido.” (E5)</p> <p>“A participação é sempre útil, mas se os participantes não sentirem que podem influenciar a decisão (que é o caso atualmente) não terão nenhum motivo para participar...” (E6)</p> <p>“Sim, claro que esta participação é extremamente importante, pois só através desta auscultação é que é possível alcançar a definição de estratégias eficazes e adaptadas à realidade.” (E7)</p> <p>“Sim é muito importante. Nós para gerirmos bem os nossos negócios temos que saber como os outros estão a decorrer.” (E8)</p> <p>“É importante, se as decisões são políticas é importante que quem decisão ouça as opiniões e as dificuldades de quem está a investir na área. Por isso a participação de quem investe não é apenas importante, é obrigatório.” (E9)</p> <p>“Sim, sem dúvida. Acho que para que o setor continue a crescer de forma equilibrada e sustentável é importante que todos as pessoas com influencia e afetados pela atividade participem e tenham voz ativa no processo de decisão.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

		Disponibilidade de Informação sobre política do Turismo	<p>Informação sobre a política do turismo para a ilha</p> <p>“Quando penso em política do turismo só me lembro do POTRAA, que se encontra desagregado por ilha, falando de política numa questão estratégica penso que este seja o único documento realmente orientador que se consiga obter e que eventualmente estará desatualizado (...)” (E1)</p> <p>A política do turismo regional faz parte dos planos governamentais e é plasmada na legislação regional. (E2)</p> <p>“Através do Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA).” (E3)</p> <p>“Existe o POTRAA, que é um documento orientador e importante do setor. Contudo, há que melhorar a informação sobre o turismo e as suas plataformas de divulgação.” (E4)</p> <p>“Vou tendo conhecimento devido ao meu envolvimento pessoal nestes assuntos”. (E5)</p> <p>“Muito pouca.” (E6)</p> <p>“Não há propriamente, há sim uma política de turismo para os Açores. Para os RAA só tenho conhecimento do POTRAA e penso que não é o suficiente e que precisa de atualização.” (E7)</p> <p>“Não tenho informação.” (E9)</p> <p>“Não tenho muito conhecimento.” (E10)</p>
--	--	---	--

			<p>Como pode obter esta informação? Acha esta informação suficiente?</p>	<p>“(...) penso que não é suficiente, até mesmo para o investidor, penso que o POTRAA para o investidor seja fundamentalmente o nº de camas que seja mais determinante e não em termos de orientação de atividades não trará uma informação relevante.” (E1)</p> <p>“Não” (E4)</p> <p>“Em geral a web é o local privilegiado para aceder a essa informação. Julgo que é suficiente, mas por vezes tomamos conhecimento de decisões que não estavam previstas nos planos elaborados e aprovados, o que torna difícil uma avaliação crítica dessa mesma informação.” (E5)</p> <p>“No posto de turismo e alguns sites. Se fosse turista não acharia...” (E6)</p> <p>“(...) eu sei como obter, mas acho que a maioria da população não tem conhecimento da política de turismo para a ilha e para a restante região.” (E8)</p> <p>“Não tenho conhecimento.” (E10)</p>
--	--	--	--	---

			<p>Opinião sobre a existência de uma Política Estratégica para o turismo na ilha de São Miguel e a forma como é manifestada.</p>	<p>“Eu acho que tem havido uma política, só esta liberalização do espaço aéreo é uma questão estritamente política (...) que possibilitou este grande incremento de turistas, mas esta não foi acompanhada de alguns aspetos estratégicos que eventualmente possam ser melhorados na nossa cultura nos próximos anos e se este fluxo de turismo se mantiver” (E1)</p> <p>Existe uma estratégia para os Açores. São Miguel enquadra-se, embora com mais dinamismo por ter maior massa crítica de investidores (...) representada na legislação regional”. (E2)</p> <p>“Sim, (...) através dos variados galardões que os Açores têm recebido como destino turístico de excelência.” (E3)</p> <p>“O Turismo tem sido vendido na sua generalidade, como um todo. Não tem sido feito para São Miguel.” (E4)</p> <p>“No papel sim, pois muitos relatórios, planos e afins, foram elaborados sobre esta matéria; na prática parece-me que a decisão foi, temos de abrir o espaço aéreo dos Açores para receber o maior número possível de turistas, uma vez que a oferta que havia, além de escassa era demasiado cara.” (E5)</p> <p>“Não tem havido.” (E6)</p> <p>“Não penso que haja uma política de turismo para a ilha, nem que haja uma espacialização da política regional para a ilha. Não acho que tem existido uma política estratégica e adaptada à realidade de cada ilha, acho sim que tem existido uma serie de coisas que são mais o resultado da atuação dos agentes económicos, do que propriamente de uma política estratégica para a ilha.” (E7)</p>
--	--	--	--	---

				<p>“Eu não acho que tem existido uma politica especifica para a Ilha de São Miguel, acho que existe para a região.” (E8)</p> <p>“É óbvio que tem existido uma política estratégica para o turismo na ilha de São Miguel, aparece nos jornais, mas não apenas nestes, aparece na atividade que se tem feito sentir na ilha de São Miguel e nos Açores em geral. Portanto, há uma política de desenvolvimento turístico e de aproveitamento dos incentivos. Um exemplo desta política foi a abertura dos acessos a São Miguel com a entrada das companhias low cost, que proporcionaram um "boom" , com um aumento turístico muito apreciável.” (E9)</p> <p>“Não tenho conhecimento.” (E10)</p>
			Que pontos estratégicos deveria focar	<p>(...) avaliação adequada das repercussões desta medida.” (E1)</p> <p>“Nesta estratégia do seu todo, a promoção deve ser bem-feita, temos que ganhar notoriedade. Há que aumentar os mercados, temos que ser competitivos. Existem outros mercados competitivos, mas temos que saber escolher os mercados, como por exemplo o mercado alemão, italiano, espanhol, devido à proximidade.” (E4)</p> <p>“Os pontos estratégicos podem ser consultados nos vários trabalhos já elaborados pela UAc, aos quais o GRA tem acesso. Não é preciso inventar nada, basta bom senso.” (E5)</p> <p>“Áreas Protegidas e Conservação da Natureza; Alojamento; Animação; Mar recursos marítimos; Produtos locais...” (E6)</p>

				<p>“Acho que sim, deveria haver um forte empenho e uma clara definição entre a política do turismo e a gestão dos recursos naturais.” (E7)</p> <p>“O Governo Regional tem que se preocupar com a região no seu todo e não com uma ilha em particular. Eu acho que deveria haver para a Ilha de São Miguel, no conjunto de uma política estratégica para a região, para São Miguel será assim, para as Flores será de outra maneira.” (E8)</p> <p>“Mas acho que esta deveria passar pela dinamização do centro das cidades, com atividades lúdicas e culturais, do comércio e serviços tradicionais, pela divulgação da nossa gastronomia e artesanato em eventos, continua preservação da nossa fauna e flora, em terra e no mar.” (E10)</p>
--	--	--	--	--