



# New challenges for the tourism environment, heritage and companies

ISSN: 2183-0800

[www.isce-turismo.com](http://www.isce-turismo.com)

Volume 10 | Número 1 | Março 2018  
Volume 10 | Number 1 | March 2018  
Volumen 10 | Número 1 | Marzo 2018

Patrocinadores:



## QUALIDADE NOS SERVIÇOS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA DOS AÇORES: PERSPETIVAS E MOTIVAÇÃO DOS AGENTES

**Tiago Lopes**

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal

**Francisco Silva**

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal

**Maria do Céu Almeida**

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal

Lopes, T., Silva, F & Almeida, M. do C. (2018). Qualidade nos serviços de animação turística dos Açores: perspetivas e motivação dos agentes. *Tourism and Hospitality International Journal*, 10(1), 76-93.

## Resumo

As novas dinâmicas do turismo, a par do incremento da competitividade no setor, induzem uma maior exigência sobre as empresas, reforçando a necessidade destas se focarem na melhoria da qualidade dos seus serviços, e, concretamente, na sustentabilidade dos seus projetos. A Região Autónoma dos Açores mostra um setor turístico com um importante potencial de crescimento e valorização, embora, tratando-se de um destino emergente, apresente especificidades de desenvolvimento particulares, justificando uma abordagem consistente em torno dos seus segmentos estratégicos, entre os quais figura, com destaque, o turismo na natureza. O presente artigo debruça-se sobre a temática da qualidade aplicada ao produto do turismo na natureza e do setor da animação turística, expondo os resultados de uma investigação empírica sobre as perspetivas e motivações dos agentes de animação turística dos Açores sobre a qualidade dos seus serviços.

## Palavras-chave

Qualidade, Turismo na natureza, Animação turística, Sustentabilidade, Açores

## Abstract

The new dynamics of tourism, together with the increased competition in the sector, induce a greater pressure on companies, reinforcing the need for these to focus on improving the quality of their services, and specifically, the sustainability of their projects. The Autonomous Region of Azores shows a tourism sector with significant potential for growth and recovery. Although it is an emerging destination, it has development specifications, justifying a consistent approach around its strategic segments, including nature tourism, one of the most prominent tourism niches. This paper focus in on the theme of quality in nature tourism. The results from an empirical research are thus exposed, focusing the prospects and motivations of tourism recreation agents of the Azores on the quality of their services.

## Keywords

Quality, Nature Tourism, Tourism recreation, Sustainability, Azores

## Introdução

O setor turístico, motivado por preocupações crescentes com o meio ambiental e os seus impactos sobre as sociedades e culturas, vem incorporando nas suas estratégias de planeamento noções de ética, qualidade e sustentabilidade (Gonçalves, 2017). As tendências atuais reforçam assim a exigência de qualidade e responsabilidade nos serviços turísticos, enquanto elementos promotores da sua diferenciação. Esta ligação é particularmente relevante ao potenciar o equilíbrio entre a necessária satisfação dos turistas, a garantia do futuro da experiência turística e a preservação dos recursos naturais e culturais.

Consubstanciando-se no “desenvolvimento e afirmação de um setor sustentável, que garanta o desenvolvimento económico, a preservação do ambiente natural e humano e que contribua para o ordenamento do território insular e para a atenuação da disparidade entre os diversos espaços constitutivos da região” (Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, de 11 de agosto, p.5419), a Região Autónoma dos Açores reforça na sua estratégia de desenvolvimento turístico uma aposta centrada num turismo sustentável e diferenciador.

O presente artigo decorre de uma investigação empírica desenvolvida em torno da análise sobre as dinâmicas da qualidade dos serviços de animação turística em turismo na natureza nos Açores (Lopes, 2013). Como principais objetivos destacam-se a reflexão em torno das novas dinâmicas do turismo, aproximação à sustentabilidade e qualidade no setor turístico e em particular no turismo na natureza; e a exposição dos resultados relacionados com as perspetivas e motivação dos agentes de animação turística dos Açores, sendo proposta uma metodologia de fomento evolutivo da qualidade no setor da animação turística.

### **Novas Dinâmicas em Turismo: Emergência do Turismo na Natureza**

Diversos formatos alternativos resultam dos novos paradigmas em turismo, frequentemente caracterizados por uma oferta mais cuidada e segmentada. Esta nova oferta faz sobressair a relevância do conceito de turismo de nichos, entendidos como conjuntos agregadores de serviços cada vez mais especializados e personalizados, direcionados para pequenos grupos de clientes com motivações e exigências semelhantes.

A resiliência da atividade turística está assim associada, em grande parte, à sua capacidade de adaptação às tendências do mercado e do desenvolvimento. A reorganização dos processos turísticos, para além de destinos mais conscientes, veio possibilitar a sua adaptação aos ‘novos’ turistas, que exigem maior qualidade, procuram férias mais ativas, destinos genuínos e modelos mais adequados às necessidades individuais ou de pequenos grupos, reforçando a aproximação aos meios sociocultural e ambiental dos destinos, em alternativa a estruturas de larga escala (Kastenholz, 2009).

Sendo a sustentabilidade em turismo um processo (Fennel, 2007), “importa identificar os meios apropriados para o despoletar” (Godfrey, 1998 *cit.* por Stanford, 2006, p.36), sendo “insuficiente uma teoria democrática normativa, estipulando um estado futuro desejável,

sem oferecer estratégias para que este estado possa ser alcançado” (Frey, 2001, p.135 cit. por Oliveira & Fontana, 2006, p.3).

No presente artigo analisam-se as dinâmicas da animação turística em turismo na natureza, considerando este produto como “qualquer tipo de turismo que consista na visitação de territórios predominantemente naturais, com objetivo de apreciar e fruir da natureza, ou na prática de atividades e experiências diretamente relacionadas com os recursos naturais” (Silva, 2013, p.165).

Neste sentido, o produto turístico em questão constitui um caso de estudo de relevo nas matérias de análise, considerando que, se por um lado se mostra potencialmente alternativo e promovedor de práticas mais responsáveis e sustentáveis, por outro, encontra-se associado à visitação de áreas mais sensíveis, podendo contribuir para uma maior pressão sobre o meio (Buckley, 2000).

De uma forma geral, o setor do turismo na natureza mostra ritmos de crescimento elevados por todo o mundo (Balmford *et al.*, 2009; Mehmetoglu, 2007; Naidoo *et al.*, 2011; Rantala, 2011). Nyaupane *et al.* (2004), embora identifiquem diversas dificuldades e incoerências existentes na definição e valoração da atividade, destacam que este segmento foi responsável, desde o início deste século, por cerca de 7% dos gastos turísticos internacionais, sendo que em alguns dos mercados, a representatividade na procura internacional variou entre os 40 e os 60% dos turistas.

O seu crescimento é explicado por inúmeros fatores sociais, culturais, tecnológicos, ambientais e institucionais, como a difusão de novos sistemas de informação, a desregulação da indústria aérea, as pressões e consciencialização ambiental, as alterações dos padrões de trabalho e dos paradigmas do lazer, associados a uma aproximação da natureza, e à valorização crescente da atividade física e do património dos destinos (Balmford *et al.*, 2009; Rantala, 2011; Silva & Carvalhinho, 2017).

A dimensão do setor e sua representatividade, e conseqüentemente as suas estratégias de gestão em ambientes mais particulares, dependerão da forma como a caracterização do produto turístico é assumida, do que nele é incluído, das motivações consideradas, da forma como se organizam os gastos dos turistas e da constituição da oferta, por forma a distinguir atrações construídas, culturais ou naturais (Buckley *et al.*, 2003).

Embora a procura por este nicho seja abundantemente estudada na literatura, a caracterização da oferta é limitada (Lundberg & Fredman, 2011). Estes autores apontam, para além de falhas na definição do segmento, a disponibilidade reduzida de estatísticas, levando à perceção de baixa importância do setor, salientando a necessidade de se apostar na aprendizagem junto de destinos com características semelhantes, analisando o produto de várias perspetivas, escalas e considerando os vários *stakeholders* envolvidos.

Entre as principais particularidades do setor, reconhece-se globalmente que as empresas estão normalmente localizadas em regiões rurais ou naturais, têm uma pequena escala, são sujeitas a acentuada sazonalidade da procura e à interação com outros utilizadores do território e recursos (Silva & Carvalhinho, 2017).

Paralelamente, defendem Lundberg e Fredman (2011), muitos dos empreendedores na área do turismo na natureza procuram através dos seus negócios uma ligação ao seu estilo

de vida e interesses na natureza, motivados por objetivos que não puramente económicos. Apresentam assim necessidades de gestão distintas, associadas a uma falta de formação e conhecimento específico de operações turísticas.

### **Exigência de Qualidade em Turismo e Animação Turística**

O conceito de qualidade vem evoluindo nas últimas décadas, acompanhando as tendências do desenvolvimento e aplicando-se, com crescente exigência, aos mais variados setores da sociedade (Stranjancevic & Bulatovic, 2015). Desta forma, mostra-se um conceito multidimensional e subjetivo, revelando enorme complexidade e requerendo cada vez mais áreas de conhecimento na sua abordagem, sugerindo componentes e definições distintas (Santos & Teixeira, 2009).

As tendências atuais revelam uma associação crescente do turismo à qualidade, enquanto elemento promotor da competitividade e fomentador do desenvolvimento sustentável dos destinos (Silva, *et al.*, 2017). De facto, a ligação entre sustentabilidade e qualidade mostra-se substancialmente relevante num setor onde ao mesmo tempo que se visa assegurar a satisfação dos turistas, se exige a sustentabilidade da experiência turística e dos recursos naturais e culturais (UNWTO, 2012).

No entanto, esta associação entre qualidade e turismo mostra-se uma tarefa árdua, impondo abordagens multidimensionais distintas do estudo da qualidade aplicado a produtos (como elementos físicos, tangíveis e mensuráveis). Entre as diferenças que dificultam a abordagem, merece destaque o facto: i) do turismo ser um setor composto, que envolve aspetos tangíveis e intangíveis; ii) da experiência turística ser naturalmente efémera, com início e fim estabelecidos logo desde o processo de reserva; iii) de ser impossível separar a ‘produção’ turística do seu consumo, existindo trocas pessoais *in loco* entre sujeitos; e iv) de existir interdependência entre atores, resultando em experiências de trocas entre sujeitos com especificidades próprias e independentes (Jones & Haven-Tang, 2005).

Deste modo, o foco de análise não se esgota em componentes técnicas, avaliando igualmente componentes específicas de determinadas atividades, como as relacionadas com os atributos psicológicos das experiências (Silva *et al.*, 2017). O tema em análise no presente artigo - a animação turística com base na natureza - revê uma oferta sustentada nas experiências, pelo que acresce a relevância de componentes psicológicas e experienciais na satisfação do turista, identificáveis junto de operadores especializados.

Adicionalmente, a qualidade das empresas turísticas não se restringe à sua própria ação, ou mesmo ao próprio setor turístico local, podendo ser constantemente influenciada por fatores quer endógenos, quer exógenos ao turismo (Jennings, 2005; Silva *et al.*, 2017) e depender de inúmeras especificidades *e.g.* setoriais, territoriais ou culturais (Jones & Haven-Tang, 2005).

Desta forma, de uma perspetiva de satisfação do cliente e incorporando outros ambientes na sua análise, a Organização Mundial de Turismo define qualidade em turismo como o resultado de um processo que implica a satisfação de todas as necessidades legítimas do produto e do serviço, requisitos e expectativas do consumidor,

a um preço aceitável, em conformidade com as condições contratuais mutuamente aceites e as determinantes qualitativas subjacentes, como a segurança, a higiene, a acessibilidade, a transparência, a autenticidade e a harmonia da atividade turística com o ambiente humano e natural (UNWTO, 2012).

A introdução de melhorias ao nível da qualidade de serviço induzirá, entre outras matérias, um conjunto de benefícios comerciais, operacionais, de gestão do risco, de recursos humanos, de controlo logístico ou de capacidade de resposta e contacto com o cliente (Silva *et al.*, 2017). Conforme expõem Campos *et al.* (2008: 95), com turistas cada vez mais atentos e exigentes, a qualidade constitui uma área fulcral para as organizações, e o seu sucesso dependerá da forma como eles a encaram e gerem.

O setor da animação em turismo na natureza, em especial, apresenta-se como jovem e emergente, e caracteriza-se pela dispersão geográfica e predominância de microempresas (Silva & Carvalhinho, 2017). Considerando a diversidade de atividades de risco acrescido, urge garantir a qualificação técnica dos recursos humanos e potenciar as condições infraestruturais, de qualidade de serviços, de experiência e *know-how*, bem como de capacidade competitiva (Silva, 2013; Weaver, 2006).

Desta forma, se, por um lado, a qualidade é hoje uma exigência para estas empresas, o segmento de turismo na natureza sugere características propícias a uma abordagem particular na melhoria dos seus serviços (Komppula, 2006). De acordo com o estudo de Phillips e Louvieris (2005), mesmo nos melhores exemplos de micro e pequenas empresas no que respeita a boas práticas empresariais, existem barreiras importantes à implementação de atividades de fomento do seu desempenho. Muitos destes operadores parecem ter dificuldades na conceção da sua estratégia empresarial, como fatores de sucesso, informação financeira, conhecimento dos clientes e respetivo *feedback*, objetivos de negócio ou necessidades de formação e desenvolvimento, factos que comprometem efetivamente a competitividade da empresa.

De uma forma geral, Silva *et al.* (2001) destacam como principais condicionantes intrínsecas do setor a sua constituição e características, composto maioritariamente por pequenas e médias empresas, e a sua falta de orientação técnica ou organização para que, individualmente, se concretizem filosofias de gestão que envolvam riscos de investimento, prazos de recuperação ou manipulação de sistemas complexos.

É, assim, substancialmente importante reconhecer-se que as micro, pequenas e médias empresas não constituem versões reduzidas de grandes entidades corporativas, verificando-se um desfasamento entre os objetivos estratégicos e aspirações das empresas de menor dimensão e a aplicação de medidas de melhoria e controlo da qualidade, que estão muito dependentes das suas estruturas, capacidade de organização e competitividade.

Considerando as especificidades territoriais e setoriais, propõe-se uma metodologia de aproximação à qualidade que considere a aplicação gradual e evolutiva de sistemas de fomento dos serviços, começando por processos simples como a informação e qualificação do setor, disponibilização de códigos de conduta e boas práticas, assim como o respeito por normas aplicáveis aos equipamentos, serviços ou setores, numa ação transparente assumida



pelo destino como um todo na ótica da sua diferenciação, conforme o modelo apresentado na figura 1.

Existe assim uma grande diversidade de instrumentos com possibilidade de serem aplicados para fomentar a qualidade na animação turística de determinado destino, consoante os objetivos e particularidades do setor. Estes variam, por exemplo, de acordo com a função, carácter, dimensão, foco, abrangência, etc. Fundamentalmente, sugere-se a aproximação a um compromisso holístico do destino, que gradualmente avance para sistemas de estímulo à qualidade mais complexos, como modelos de gestão nas suas diversas áreas e prémios de excelência (Silva *et al.*, 2013).

## Qualidade nos Serviços de Animação Turística dos Açores

### Contextualização Territorial

A Região Autónoma dos Açores (RAA) representa um arquipélago de origem vulcânica situado no oceano atlântico, composto por nove ilhas dispersas em três grupos. Embora se denote uma relação geomorfológica entre as diversas ilhas que compõem o arquipélago, sobressaem identidades patrimoniais distintas, em função das diferenças existentes ao nível da sua dimensão, insularidade, particularidades microclimáticas, traços culturais e hábitos da população (Silva *et al.*, 2013).

O território complementa-se num valioso património natural e cultural, estando a paisagem tanto associada a aspetos naturais, como à ação antrópica.

O potencial turístico decorrente do valor natural, cultural e paisagístico das ilhas, oferece uma gama de experiências possíveis que vão desde o conforto cidadão à perda da rotina e plena integração no rural, na natureza e na aventura.

De facto, dos principais estudos e documentos normativos nacionais e regionais sobre o desenvolvimento estratégico do turismo na região, depreende-se a necessidade premente de consistência e sustentabilidade no setor turístico, apostando em mercados de nicho mais resilientes e nos produtos estratégicos distintivos da região, fortemente associados à natureza, à autenticidade, ao exotismo, à tranquilidade, à qualidade e à sustentabilidade (Silva, 2017).

As potencialidades e imagem de marca do destino Açores estão, atualmente, muito associadas ao turismo na natureza e à sustentabilidade, conforme expresso no Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA), onde se defende como “imperativa a definição de estratégias de desenvolvimento turístico, que garantam a sustentabilidade, tendo em conta a realidade regional e a consolidação qualitativa da sua imagem de destino de fruição da natureza”, e que fomentem a conservação da natureza e o património identitário da região, estimulando a competitividade do destino (Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, de 11 de agosto: 5414).

Da perspetiva da oferta de serviços e produtos aos visitantes na RAA, a Animação Turística e Marítimo-Turística (ATMT) assume atualmente um papel estruturante, mostrando um enorme potencial de desenvolvimento associado ao turismo ativo na natureza,

mais especificamente à animação ambiental, desportiva, cultural, segmento de experiências e aventura e algumas atividades complementares como é o caso da organização de eventos. A oferta de atividades de ATMT aos visitantes do arquipélago tem-se consolidado, quer no que respeita a quantidade, quer variedade, estando garantidas no território atividades de diversos níveis de exigência e dependência da natureza. A forte identidade geográfica e recursos naturais levam a uma representação muito positiva do destino, no entanto, numa perspetiva de desenvolvimento estruturado do setor, importa reconhecer algumas especificidades decorrentes quer da região em análise, quer da própria atividade.

O Arquipélago dos Açores reúne várias dificuldades competitivas, pela sua reduzida escala, limitações de recursos, qualidade dos serviços e problemas de acessibilidades (Carqueijeiro, 2006; Silva, 2017). No que respeita ao setor ATMT, conforme refere Silva (2013: 191) a sua relevância no território “e as características das atividades impõem que elas sejam praticadas e enquadradas de forma responsável, garantindo-se a segurança, a qualidade de serviço e a minimização dos impactes”.

Os autores Campos *et al.* (2008) salientam que grande percentagem de empresas que trabalham em turismo são de pequena e muito pequena dimensão, apresentando uma estrutura deficitária que dificulta a aplicação de sistemas elaborados, complexos ou dispendiosos no âmbito da gestão da qualidade. A aposta na qualidade destes serviços ganha ainda maior relevância, num mercado cada vez mais global onde a capacidade e vantagem competitiva deriva, fortemente, da satisfação das expectativas e interesses de todos os atores do processo turístico (Evans, 2016).

### **Apresentação da Investigação - Objetivos e Abordagem Metodológica**

Neste estudo foi desenvolvida uma investigação empírica tendo como universo o setor empresarial da animação turística e marítimo-turística (ATMT) dos Açores. Foi assim auscultada uma amostra dos agentes de ATMT registados e a operar em turismo na natureza nos Açores, sobre a sua perceção, motivação, disponibilidade, interesse e prioridades relativas às temáticas da qualidade e responsabilidade, assim como aos atributos e especificidades da oferta e da aplicação à região.

A recolha dos dados de informação foi realizada tendo como instrumento de medida um questionário original, baseado em diferentes estudos e construído especificamente para o propósito. O questionário foi desenhado considerando a preferência por respostas fechadas e objetivas, visando a obtenção de níveis categóricos qualitativos, pelo que se optou pela escala ordinal de *Likert* com cinco níveis.

Este instrumento questionário foi dividido em quatro secções: i) caracterização geral dos inquiridos; ii) situação atual e importância da qualidade e responsabilidade na ATMT da RAA; iii) motivação e disponibilidade para a qualidade na ATMT da RAA; e iv) aspetos específicos da qualidade na ATMT da RAA. A versão final do questionário, que contou com vinte e cinco questões e respetivas alíneas, foi aplicada digitalmente e presencialmente, após contacto direto com as entidades.

O questionário teve como universo as ATMT da RAA devidamente registadas e ativas que em 2013 ofereciam atividades de turismo na natureza (n=94), das quais 35 agentes de animação turística e 59 operadores marítimo-turísticos. Foram obtidas 44 respostas, pelo que a amostra se situou nos 47% do universo considerado, com uma distribuição de respostas na ordem dos 85% e uma margem de erro estimada de 7,8%.

### Principais Resultados da Investigação

No que concerne às habilitações literárias dos agentes de ATMT nos Açores, a grande maioria revelou deter entre formação secundária (45%) e superior (39%). Cerca de metade dos agentes (52%) aponta como principal atividade laboral o setor ATMT, embora apenas 63% operem nesta atividade durante todo o ano. Verifica-se ainda, que para cerca de 37% dos agentes, a animação turística serve apenas como um complemento à função laboral principal.

A maioria dos agentes e operadores (85%) revela-se interessada ou muito interessada em aplicar ações de qualidade na sua empresa (média = 4,37 em escala de 1 a 5; desvio padrão – DP = 0,94), e refere estar disponível para colaborar no planeamento e operacionalização de ações para fomentar a qualidade no setor (média = 4,37, DP = 0,92), sendo pontuais os casos discordantes.

Sobressaem diversos hiatos que podem significar necessidades de atuação reais a nível da formação dos agentes e colaboradores ou a possibilidade de desenvolvimento de diversas competências no setor, principalmente nas áreas de domínio das línguas estrangeiras, planeamento e gestão empresarial, socorro e resgate e gestão da segurança e do risco.

No âmbito da avaliação que é feita sobre o estado atual das variáveis de qualidade no setor (Figura 2), destaca-se uma variação muito significativa entre o grau de importância e o ponto de situação na região, sugerindo-se uma necessidade de atuação premente em diversas áreas, em particular: i) infraestruturas de apoio ao setor; ii) monitorização e avaliação da qualidade; iii) promoção e divulgação do setor; e iv) qualificação técnica dos trabalhadores.

Tendo sido questionados sobre matérias particulares da responsabilidade no setor, os agentes destacam a oferta de atividades de educação e interpretação ambiental, a oferta de atividades de turismo acessível e o respeito e proteção do meio natural como as áreas de atuação de maior relevância, com diferenças de 0,91, 0,69 e 0,66 valores de média, respetivamente, entre o estado atual verificado e a importância que é dada à dimensão.

Quando questionados sobre os instrumentos de qualidade mais adequados ao seu setor, os agentes mostram preferir os códigos de conduta e boas práticas, assim como a qualificação profissional dos técnicos, a utilização de novas tecnologias de informação, a qualificação da gestão da empresa e a regulamentação e legislação do setor (média = 4,55; 4,23; 4,23; 4,08; 4,08 respetivamente), medidas que, na sua generalidade, constituem estímulos simples e primários na abordagem à qualidade.

Cerca de 61% dos agentes refere já aplicar na sua operação códigos de conduta e boas práticas, 37% dizem aplicar inquéritos de satisfação aos turistas e 32% utilizam técnicas de

*benchmarking*. Estas medidas, na sequência do verificado anteriormente, sugerem interesse na melhoria dos serviços, preferencialmente com medidas simples e estruturantes quer ao nível da satisfação dos seus clientes, quer no que respeita à monitorização dos seus serviços.

Destaca-se igualmente a existência de algumas divergências na opinião dos agentes sobre várias medidas, com desvios padrão mais elevados, justificando-se a produção e partilha de informação sobre estas temáticas junto das empresas do território.

Sobre os atributos mais valorizados nos instrumentos de melhoria da qualidade (Quadro 1), são salientadas como preferências o apoio técnico e financeiro para a implementação de instrumentos de qualidade, assim como o compromisso global da RAA para com a qualidade e a simplicidade dos instrumentos de qualidade a aplicar (média = 4,18; 4,13; 4,03, respetivamente).

De uma forma geral, os inquiridos concordam que a qualidade dos serviços em ATMT reúne especificidades próprias que a distinguem de outros setores (média = 4,20; DP = 0,65), e reconhecem que também a RAA justificará abordagens particulares de qualidade, pelas suas especificidades territoriais (média = 4,34; DP = 0,66).

Analisando potenciais atributos diferenciadores que justificassem abordagens particulares nos instrumentos de qualidade, a grande maioria dos inquiridos salientou aspetos como: i) a simpatia e empatia dos técnicos; ii) a pontualidade e cumprimento de horários; iii) a paisagem e património natural; iv) o cumprimento de boas práticas; v) a segurança e gestão do risco; vi) as emoções globais na atividade; vii) a personalização do serviço; e viii) a autenticidade das experiências (média = 4,71; 4,68; 4,68; 4,66; 4,61; 4,61; 4,61; 4,59, respetivamente), sugerindo, de facto, a necessidade de personalização da abordagem de qualidade, não a restringindo a componentes técnicas generalistas, de forma a se procurar avaliar todas as dimensões que os clientes consideram na sua satisfação.

## Conclusão

A sustentabilidade é, de uma forma cada vez mais premente, um paradigma a que todos os atores envolvidos nos processos de desenvolvimento turístico se devem associar (DEAT, 2002). O desenvolvimento de políticas nos processos de planeamento dos destinos deverá, desta forma, responder às exigências desta premissa, assegurando que os turistas, população local, empresas e restantes *stakeholders* “venham a colher benefícios a longo prazo de uma indústria saudável e vibrante” (Stanford, 2006, p.41).

Conforme sugerem Deng *et al.* (2002, p.424) “nenhum tipo de turismo pode ser sustentável na ausência de um planeamento, monitorização, avaliação e gestão adequadas; o turismo na natureza sustentável ou o desenvolvimento de ecoturismo apenas podem ser alcançados quando o comportamento dos gestores dos destinos, *stakeholders* e turistas é ambientalmente, economicamente e eticamente responsável”. Neste sentido, as estratégias de desenvolvimento responsável e de qualidade revelam-se assim essenciais, mesmo em setores particulares como o turismo na natureza, potencialmente provedor de uma maior pressão em áreas sensíveis.

Enfrentando a RAA diversas dificuldades competitivas, decorrentes da sua reduzida dimensão e insularidade (Silva, 2017), defende-se, no presente artigo, a sua distinção no âmbito de uma oferta direcionada para os seus nichos estratégicos, pautada pela responsabilidade e qualidade de serviço, que se revele diferenciadora e assente nas principais representações do território.

Não obstante, tanto as suas especificidades territoriais como do próprio setor da animação turística em turismo na natureza, justificam uma análise particular de fomento à qualidade, propondo-se uma abordagem evolutiva crescente na execução de processos.

A investigação empírica retratada neste artigo vem refletir esta tendência, sendo verificada a existência de um hiato entre o estado atual da qualidade e responsabilidade na ATMT da RAA, e as potencialidades de desenvolvimento do mesmo. De uma forma global, estas temáticas são bem percecionadas, existindo interesse e motivação para a aplicação de medidas de fomento no setor, embora se denotem algumas necessidades de estruturação, coordenação e apoio primárias, que reforcem o compromisso global do destino para com as suas representações e apoiem os agentes na sua ação.

A qualidade de serviço é assim apontada como ponto fulcral de sucesso, mas os meios para a alcançar derivarão consoante a sua disponibilidade, recursos, conhecimentos, motivações ou interesses. Justifica-se, deste modo, a implementação de um modelo sustentado numa evolução progressiva e por etapas, no sentido de se atenuarem as possíveis barreiras e estimular o acesso dos agentes.

O planeamento e a gestão da qualidade direcionada para o subsector da animação turística e do produto turismo na natureza apresentam particulares que justificam uma abordagem diferenciada dos modelos que têm sido implementados, tanto para o setor do turismo, como para os destinos em geral.

## Referências

- Balmford, A., Beresford, J., Green, J., Naidoo, R., Walpole, M. & Manica, A. (2009). A global perspective on trends in nature-based tourism. *PLoS Biology*, 7(6), 1-6.
- Buckley, R. (2000). Tourism in the most fragile environments. *Journal Recreation Research*, 25(1), 31-40.
- Buckley, R., Pickering, C. & Weaver, D. B. (2003). *Nature-based tourism, environment and land management*. Wallingford e Cambridge: CAB Publishing.
- Campos, A. C., Silva, J. A. & Mendes, J. C. (2008). 'A cultura da qualidade das PME nos destinos turísticos', in C. Cavaco (Coord.), *Turismo, Inovação e Desenvolvimento*. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Carqueijeiro, E. (2006). *Perspetivas para a sustentabilidade na Região Autónoma dos Açores: contributo para a elaboração de um plano regional de desenvolvimento sustentável*. Horta: Secretaria Regional do Ambiente e do Mar.
- DEAT. (2002). *Responsible tourism manual for South Africa*. África do Sul: Department for Environmental Affairs and Tourism.

- Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A de 11 de agosto. *Diário da República, n.º 54 - I Série*. Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores. Angra do Heroísmo.
- Deng, J., King, B. & Bauer, T. (2002). Evaluating natural attractions for tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 422-438.
- Evans, N. (2016). Sustainable competitive advantage in tourism organizations: a strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. *Tourism Management Perspectives*, 18, 14-25.
- Fennel, D. (2007). *Ecotourism* (3ª ed.). London, United Kingdom: Routledge.
- Frey, K. (2001). A dimensão político-democrática nas teorias de desenvolvimento sustentável e suas implicações para a gestão local. *Ambiente & Sociedade*, 4(9), 115-148.
- Godfrey, K. (1998). Attitudes towards "sustainable tourism" in the UK: a view from local government. *Tourism Management*, 19(3), 213-224.
- Gonçalves, A. (2017). 'Ética, responsabilidade social e práticas sustentáveis nas atividades turísticas', in F. Silva & J. Umbelino (coord.), *Planeamento e desenvolvimento turístico*, Lidel Edições Técnicas, Lisboa, cap. 3, pp. 49-61
- Jennings, G. (2005). 'Perspectives on quality tourism experiences: an introduction', in G. Jennings e N. P. Nickerson (Eds.), *Quality tourism experiences*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Jones, E. & Haven-Tang, C. (2005). 'Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness', in E. Jones e C. Haven-Tang (Eds.), *Tourism SMEs, service quality and destination competitiveness*. Oxfordshire, United Kingdom: CABI Publishing.
- Kastenholz, E. (2009). 'Management of demand' as a tool in sustainable tourist destination development. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(5), 388-408.
- Komppula, R. (2006). Developing the quality of a tourist experience product in the case of naturebased activity services. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(2), 136-149
- Lopes, T. (2013). *Contributos para a qualidade dos serviços de animação turística nos Açores*. Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril.
- Lundberg, C. & Fredman, P. (2011). Success and constraints among nature-based tourism entrepreneurs. *Current Issues in Tourism*, 15(7), 649-671.
- Mehmetoglu, M. (2007). Typologising nature-based tourists by activity - theoretical and practical implications. *Tourism Management*, 28, 651-660.
- Naidoo, P., Ramseook-Munhurrun, P. & Seegoolam, P. (2011). An assessment of visitor satisfaction with nature-based tourism attractions. *International Journal of Management and Marketing Research*, 4(1), 87-98.
- Nyaupane, G. P., Morais, D. B. & Graefe, A. R. (2004). Nature tourism constraints: a cross-activity comparison. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 540-555.

- Oliveira, S. D. & Fontana, R. F. (2006). *Turismo responsável: uma alternativa ao turismo sustentável*. IV SeminTUR - Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL, Universidade de Caxias do Sul.
- ORT. (2008). *A qualidade do destino Açores na perspectiva dos turistas*. Ponta Delgada: Observatório Regional de Turismo.
- Phillips, P. & Louvieris, P. (2005). Performance measurement systems in tourism, hospitality, and leisure small medium-sized enterprises: a balanced scorecard perspective. *Journal of Travel Research*, 44, 201-211.
- Rantala, O. (2011). An ethnographic approach to nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(2), 150-165.
- Santos, N. & Teixeira, A. (2009). *Gestão da qualidade: de deming ao modelo de excelência da EFQM*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Silva, F. (2013). *Turismo na natureza como base do desenvolvimento turístico responsável nos Açores*. Doutoramento em Geografia - Planeamento Regional e Urbano, Universidade de Lisboa - Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Lisboa.
- Silva, F. (2017). 'Planeamento Turístico nos Espaços Insulares', in F. Silva & J. Umbelino (coord.), *Planeamento e desenvolvimento turístico*, Lidel Edições Técnicas, Lisboa, cap. 33, pp. 467-481
- Silva, F., Almeida, M. C. & Lopes, T. (2013). *Bases para a qualificação do turismo na natureza nos Açores – qualidade e responsabilidade na animação turística*. Angra do Heroísmo: Associação Regional de Turismo
- Silva, F. & Carvalhinho, L. (2017). 'Turismo na natureza e de aventura', in F. Silva & J. Umbelino (coord.), *Planeamento e desenvolvimento turístico*, Lidel Edições Técnicas, Lisboa, cap. 18, pp. 261-271
- Silva, J. A., Mendes, J. d. C. & Guerreiro, M. M. (2001). Construção de indicadores de avaliação da qualidade no turismo (Vol. 1). Faro: Universidade do Algarve.
- Silva, J. A., Umbelino J. & Mendes J. (2017). 'A importância da qualidade no turismo', in F. Silva & J. Umbelino (coord.), *Planeamento e desenvolvimento turístico*, Lidel Edições Técnicas, Lisboa, cap. 13, pp. 183-193
- Stanford, D. (2006). *Responsible tourism, responsible tourists: What Makes a Responsible Tourist in New Zealand*. Doutoramento em Gestão Turística, Victoria University of Wellington, Wellington.
- Stranjancevic, A. & Bulatovic, I. (2015). Customer satisfaction as an indicator of service quality in tourism and hospitality. *International Journal for Quality Research* 9(4) 689–704
- Toplis, S. (2007). 'Green and gold? awards for excellence in australian tourism: promoting quality and sustainability to the tourism industry', in R. Black e A. Crabtree (Eds.), *Quality assurance and certification in ecotourism*. Oxfordshire, United Kingdom.

UNWTO. (2012). *United Nations World Tourism Organization*. Disponível a 19-12-2016, em <http://sdt.unwto.org/en/content/quality-tourism>.

Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism: Theory and Practice*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.





Figura 1. Aplicação evolutiva de instrumentos de qualidade e responsabilidade (adaptado de Silva et al., 2013; Toplis, 2007)

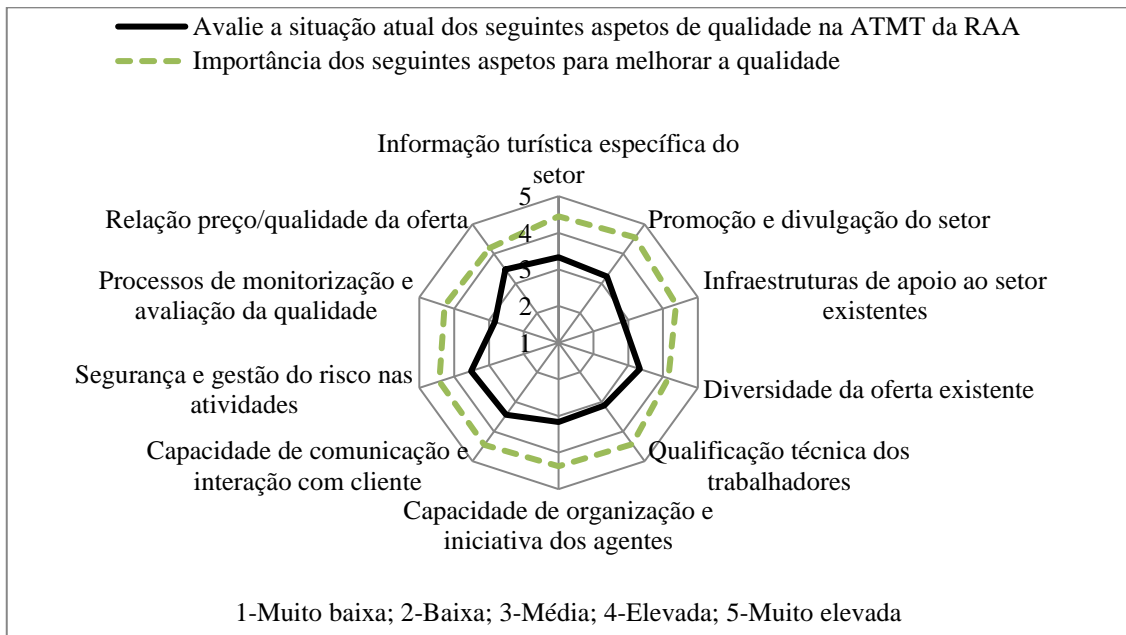


Figura 2. Estado atual e valorização de variáveis de qualidade na ATMT da RAA

## Quadro 1

*Importância de atributos de instrumentos para a qualidade*

<b>Questão / variável</b>	<b>n</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Média</b>	<b>DP</b>
Simplicidade dos instrumentos de qualidade a aplicar	40	1	1	8	16	14	<b>4,03</b>	0,95
Levantamento e integração da opinião de todos os agentes e operadores do setor	40	1	1	8	20	10	3,93	0,89
Baixos custos de operacionalização e manutenção	40	1	0	13	14	12	3,90	0,93
Compromisso global da região para com a qualidade, em todos os setores de atividade	40	1	0	9	13	17	<b>4,13</b>	0,94
Acompanhamento externo das empresas	40	1	0	19	11	9	3,68	0,92
Implementação gradual de instrumentos de qualidade no setor	40	1	1	10	20	8	3,83	0,87
Apoio técnico e financeiro para a implementação de instrumentos de qualidade	40	1	2	5	13	19	<b>4,18</b>	1,01

Legenda: n – n.º respostas; 1 – nada importante, a 5 muito importante; DP – Desvio Padrão