

**AVALIAÇÃO
DA QUALIDADE
DOS DESTINOS TURÍSTICOS:
O CASO DO ALGARVE**

Título do projeto:

Avaliação da qualidade dos destinos turísticos: O caso do Algarve

Autores:

João Albino Silva

Júlio da Costa Mendes

Patrícia Pinto

Dora Agapito

DOI: 10.34623/w4m4-z269

Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics (CIEO)

Universidade do Algarve

Setembro, 2013

ÍNDICE

1. Introdução	1
2. Organização do documento	3
3. Abordagem metodológica	4
4. Revisão da literatura	5
5. Identificação de vetores, dimensões e indicadores	16
6. Recolha de dados	21
7. Resultados e seleção de indicadores	26
8. Aplicação do índice composto de avaliação da qualidade ao destino turístico Algarve	43
9. Recomendações	55
Bibliografia	56
Apêndices	61
Apêndice 1 – Painel Nacional de Especialistas	62
Apêndice 2 – Painel Internacional de Especialistas	66
Apêndice 3 – Questionário Governança	70
Apêndice 4 – Questionário Residentes	75
Apêndice 5 – Questionário Turistas	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura1 – Sobreposição das redes políticas com as outras redes de turismo	11
Figura 2 – Influências da experiência turística de qualidade	13
Figura 3 – Os quatro domínios da economia da experiência	16
Figura 4 – Modelo proposto para avaliação da qualidade dos destinos turísticos	20

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 – Fontes usadas para a seleção de indicadores, por vetor	18
Tabela 2 – Áreas-chave do modelo de avaliação da qualidade de um destino turístico	19
Tabela 3 – Composição da amostra por país de chegada	25
Tabela 4 – Resultados dos questionários – Governança	27
Tabela 5 – Resultados dos questionários aplicados aos residentes ...	31
Tabela 6 – Resultados dos questionários aplicados aos turistas	35
Tabela 7 – Resultados do painel nacional de especialistas	39
Tabela 8 – Resultados do painel internacional de especialistas	42
Tabela 9 – Aplicação do índice compósito de avaliação da qualidade ao destino Algarve	44

1. Introdução

Objetivos

O principal objetivo do presente projeto é o desenvolvimento de um sistema de avaliação da qualidade de destinos turísticos.

Com base em trabalhos de investigação anteriores desenvolvidos pela equipa, pretende-se atualizar e completar o modelo explicativo da qualidade de destinos turísticos e o subjacente quadro de indicadores. Este servirá de base à construção de um índice compósito de avaliação da qualidade dos destinos.

Por último, os resultados permitirão desenvolver no futuro um sistema computacional de suporte ao processo de monitorização da qualidade e ao índice compósito de avaliação que possibilite a realização de estudos comparativos sobre o desempenho de destinos turísticos.

Resultados esperados

Prevê-se que o projeto contribua para o aprofundamento das questões conceptuais do constructo da qualidade no turismo e da problemática que envolve a sua operacionalização no contexto dos destinos turísticos, produzindo efeitos na sustentabilidade do processo de tomada de decisões dos responsáveis pela problemática da competitividade dos destinos turísticos.

Ao centrar a investigação nos impactos da satisfação dos turistas, das organizações e dos residentes na qualidade da experiência turística, o projeto assume e coloca em prática uma abordagem de gestão integrada, o que conduzirá a maiores níveis de consciencialização e de envolvimento de todos os *stakeholders* no processo de gestão da qualidade nos destinos

turísticos.

Um modelo de gestão assente na cooperação e colaboração entre os múltiplos atores que formam a cadeia de valor subjacente à experiência turística contribuirá para o aprofundamento do conceito de governança dos destinos turísticos e refletir-se-á nos resultados globais e no posicionamento competitivo dos destinos. Por outro lado, ao consolidar um quadro de indicadores de avaliação e ao desenvolver uma base computacional de suporte a esta nova abordagem de gestão, o projeto irá contribuir para o desenvolvimento de análises e de estudos comparativos entre destinos turísticos baseados em factos e em evidências devidamente quantificadas, reduzindo o nível de subjetividade do conceito de qualidade da experiência turística.

2. Organização do documento

O relatório encontra-se dividido em nove capítulos. No capítulo 1, apresentam-se sumariamente os objetivos do projeto e os resultados esperados e, no capítulo 2, a organização deste documento. No capítulo 3, descreve-se abordagem metodológica usada para a consecução das atividades do projeto.

No capítulo 4, resume-se o estado da arte e apresenta-se a literatura relevante para a atualização do modelo da qualidade e o desenvolvimento do quadro de indicadores propostos. No capítulo 5, identificam-se os vetores, dimensões e indicadores a integrar o índice compósito para a avaliação da qualidade dos destinos turísticos. No capítulo 6, descreve-se a recolha dos dados, através de inquéritos por questionário e painéis de especialistas.

O capítulo 7 apresenta os resultados do tratamento estatístico dos dados recolhidos e a respetiva seleção de indicadores. O índice compósito final para a avaliação da qualidade de destinos turísticos é aplicado ao caso Algarve, no capítulo 8. O capítulo 9 apresenta algumas recomendações finais, visando a continuação futura do projeto. A bibliografia usada e os apêndices, que apresentam os guiões dos diferentes inquéritos, integram as seções seguintes.

3. Abordagem metodológica

A abordagem de trabalho a seguir assenta na operacionalização e monitorização periódica de um quadro de indicadores, integrado no conjunto de dimensões e vetores que procuram descrever e interpretar a complexidade do constructo de qualidade e a natureza compósita do destino turístico. O modelo, desenvolvido pela equipa e já testado no destino turístico Arade (Silva, 2005), estruturava-se inicialmente em torno de sete vetores: ambiente, ordenamento do território, cultura/património, turistas, organizações, população residente e desempenho do setor. A atualização do modelo é suportada em três vetores principais: a Governança, a Sustentabilidade e a Experiência Turística, e estes por sua vez são organizados em dimensões e em indicadores. Na sua génese, o projeto contemplava a avaliação de quatro destinos piloto (Algarve, Lisboa, Norte e Açores) com características diferentes quer em termos de tipologia quer no que diz respeito à fase do ciclo de vida em que se encontram. O destino Algarve foi selecionado para a primeira fase da recolha de dados. A informação recolhida através da aplicação de inquéritos por questionário a responsáveis de câmaras municipais, organizações públicas e privadas com influência de decisão na área do turismo, e a residentes e turistas, assim como através de painéis de peritos nacionais e internacionais, visa:

- A construção de um índice compósito para avaliar a qualidade de um destino turístico. Mais especificamente, observando-se os valores assumidos pelas diversas variáveis explicativas do modelo, relativamente a um certo destino, e usando a estrutura estimada obtida nas diversas fases de análise, será possível apurar um *score* de qualidade para esse destino. Do mesmo modo, atribuindo a estas variáveis o seu valor mínimo e o seu valor máximo, 0 e 1 respetivamente, em que 1 assume o lugar de valor ótimo, é possível obter um intervalo de variação para o *score* de qualidade do destino.

4. Revisão da literatura

Equating sustainability and quality

“It should be increasingly accepted that a quality tourism destination or product is one that addresses the full range of sustainability issues rather than simply concentrating on visitor satisfaction. Indeed, tourists should themselves be encouraged to think in these terms—a place that cares for the environment and its workforce is more likely also to care for them” (UNWTO, 2005:16).

Desenvolvimento sustentável

As origens do conceito turismo sustentável estão intimamente relacionadas com o conceito de desenvolvimento sustentável. O conceito de desenvolvimento sustentável foi introduzido pela primeira vez em 1987, no relatório *Brundtland*. Segundo este relatório, o desenvolvimento sustentável deve garantir a satisfação das necessidades atuais sem comprometer a capacidade de as gerações futuras satisfazerem as próprias necessidades. Sempre considerando as limitações impostas pelo estado atual da tecnologia e organização social sobre os recursos ambientais e a capacidade da biosfera em absorver os efeitos da atividade humana. Sumariamente, o desenvolvimento sustentável requer:

- Um sistema político que assegure a participação efetiva dos cidadãos nos processos de decisão;
- Um sistema económico capaz de produzir excedentes e conhecimento técnico de forma independente e sustentada;
- Um sistema social que dê resposta às tensões resultantes de um desenvolvimento desarmonioso;

- Um sistema de produção que respeite a obrigação de preservar a base ecológica necessária ao desenvolvimento;
- Um sistema tecnológico em busca permanente de novas soluções.

Turismo sustentável

O turismo depende de um conjunto de atributos naturais, construídos e socioculturais. O desenvolvimento sustentável destes recursos ocorre quando são geridos de forma a satisfazer as necessidades económicas da indústria, a produzir um nível de satisfação elevado nos turistas, a preservar a integridade cultural e melhorar a qualidade de vida da população local, ao longo do tempo (Harris e Leiper, citado por Moniz, 2009).

O turismo sustentável não é uma forma de turismo, antes uma abordagem em que todas as formas de turismo potenciam mais benefícios ambientais, económicos e sociais. A evolução do conceito parece ser consensual quanto à integração de três dimensões: o ambiente, a economia e a sociedade (Garrod, 1998; Hein, 1997; Jurado *et al.*, 2012; Lozano-Oyola *et al.* 2012; Muller, 1994). A sustentabilidade em turismo deve ser uma meta a atingir em operações de grande e pequena escala, mas também a nível local, regional, nacional e global.

A convergência para a sustentabilidade não é apenas da responsabilidade das autoridades públicas e deve envolver outros atores. Porém, a UNWTO (2005) sublinha a necessidade de uma liderança política forte para que a cooperação entre os atores seja bem-sucedida. A multiplicidade de opiniões e interesses referentes à proteção do ambiente obriga a formas flexíveis de cooperação entre os domínios público e privado, organizações governamentais e não-governamentais, autoridades locais, regionais e nacionais. A cooperação entre estes atores deve traduzir-se em ações que minimizem os impactos do turismo sobre os recursos existentes (McKercher, 1993) e promovam a proteção (Beritelli, 2011a) do ambiente.

Por outro lado, é importante que sejam económica, ética e socialmente viáveis para as comunidades de um destino turístico e compatibilizem o turismo com o desenvolvimento de outras atividades, ao longo tempo (Butler, 1993).

A meta da sustentabilidade pode implicar alguns compromissos que determinarão prioridades que podem enviesar a relação entre turismo e ambiente. Por este motivo, alguns autores defendem que o turismo sustentável é um paradigma adaptável às circunstâncias específicas de um dado período e de cada destino (Catter, 1993; Coccossis, 1996; Hunter, 1997).

O caminho a percorrer em direção à sustentabilidade deve ser acompanhado de uma avaliação do progresso. Em vários momentos deve ser verificado o nível de respeito pelos princípios basilares. A utilização de indicadores de sustentabilidade é um aspeto central do processo de planeamento e gestão. Este tema tem sido estudado pela UNWTO ao longo de quase duas décadas e resultou na publicação do guia *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook* (UNWTO, 2004).

Os indicadores são importantes porque possibilitam o acompanhamento das mudanças ao longo do tempo de forma constante e consistente. Permitem clarificar e especificar de forma rigorosa os objetivos. São instrumentos importantes para garantir a responsabilização dos *stakeholders*, para dar visibilidade e conseguir apoio para ações. Os indicadores podem ser utilizados para revelar o estado da indústria (por exemplo, taxas de ocupação e satisfação dos turistas), tensões do sistema turístico (por exemplo, quebras do abastecimento de água, taxas de criminalidade), o impacto do turismo (por exemplo, rendimento da população, taxas de desflorestação), o empenho da gestão (por exemplo, financiamento de programas de limpeza de contaminação costeira), o impacto das ações da gestão (por exemplo, número de turistas que

regressam ao destino, alterações dos níveis de poluição). Os indicadores fornecem antecipadamente informações sobre a necessidade de alterar uma medida política ou de implementar uma nova ação, sendo a base do planeamento a longo prazo.

A monitorização através de um conjunto de indicadores deve ter o apoio da comunidade local. Esta deve participar no seu desenvolvimento e na manutenção de um sistema de indicadores relacionados com a sustentabilidade pois melhorará o seu nível de informação e o seu poder de decisão. Por outro lado, um conjunto de indicadores que permita acompanhar a reação da comunidade local ao turismo permite avaliar se o número de visitantes é o adequado, gerir a procura e a sazonalidade.

Governança

A importância da governança na gestão dos destinos turísticos é evidenciada por diversos autores que através de estudos de casos procuraram contribuir para: a) a identificação das dimensões de governança e as suas características específicas (Beritelli *et al.*, 2007; Ruhanen *et al.*, 2010; Wesley e Pforr, 2010); b) a identificação de tipologias de governança e a avaliação dos seus impactos no processo de decisão política (Beaumont e Dredge, 2010); c) a clarificação do conceito no âmbito do desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos (Bramwell e Lane, 2011; Erkuş-Öztürk e Eraydın, 2010; Wesley e Pforr, 2010); d) estudar a descentralização do poder na Turquia (Yüksel *et al.*, 2005) e o papel do interesse público (Dredge, 2010).

A governança deve suportar a gestão do destino turístico com vista à definição de políticas multifacetadas (OECD, 2006) (e não específicas do turismo) que incorporem todas as ligações horizontais e verticais de um destino turístico. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento

Económico (OECD) sugere os seguintes temas transversais que devem ser sujeitos a esta abordagem *whole government*:

- Investimento na qualidade e competências;
- Marketing e *branding*;
- Sustentabilidade ambiental e crescimento verde;
- Inovação e desenvolvimento do produto;
- Planeamento estratégico para a indústria a longo prazo;
- Redução das barreiras ao desenvolvimento do turismo;
- Cultura de avaliação e de formação de competências;
- Cultura de cooperação e parcerias a vários níveis – internacionalmente, com estados vizinhos, entre departamentos governamentais e entre os setores público e privado.

As políticas referidas devem traduzir a escolha do turismo sustentável como a forma de desenvolvimento que previne a geração de impactos negativos nos recursos usados pelo turismo, ou seja, devem garantir a qualidade da oferta e experiências turísticas a longo prazo e contribuir para a atratividade do destino. A governança é orientada por princípios de responsabilização, transparência, participação, estrutura, eficácia e poder– conhecimento (Ruhanen *et al.*, 2010). Estes devem traduzir-se num conjunto de mecanismos (legislação, definição de papéis institucionais, interesses) que:

- a) permita o desenvolvimento de relações equilibradas entre os *stakeholders* na prossecução dos objetivos definidos para o destino;
- b) permita a partilha de informação necessária de forma atempada, limitando práticas ilegais e a corrupção;
- c) solicite e incentive a participação dos *stakeholders* no planeamento e na tomada de decisões, responsabilizando-os pelo desenvolvimento da sua atividade e impactos gerados;
- d) promova a cooperação e favoreça o desenvolvimento de parcerias entre os setores público e privado e;
- e) possibilite a avaliação do desempenho do destino turístico face aos objetivos, garantindo para tal a clareza, a coesão das políticas e o seu cumprimento dentro dos períodos estabelecidos.

Na maioria dos destinos não existe uma estrutura que concentre todos os objetivos, poderes e competências anteriormente referidos. Existem múltiplas constelações de interesses representadas por diferentes organizações que se associam formando redes. Estas, por sua vez, influenciam a definição de políticas, a ação da administração pública e o desenvolvimento do destino turístico. A figura 1 pretende ilustrar a sobreposição das redes políticas com as outras redes de turismo e a sua complementaridade.

Figura 1- Sobreposição das redes políticas com as outras redes do turismo



Fonte: Adaptado de Dredge e Pforr (2008)

A crescente importância do papel da governança motivou o interesse nas relações sociais entre o governo, as empresas e a sociedade civil. Esta perspetiva levou a um aumento da investigação focada nos destinos permitindo atingir entendimentos contextuais, relacionais e reforçar o conceito de sistema do turismo. É o caso de Svensson *et al.* (2005) que identificaram o impacto positivo de um conjunto de fatores (relações baseadas na confiança, partilha de riscos, estruturas informais e consenso estratégico) sobre o nível de inovação nos destinos turísticos. Mais recentemente, Beritelli (2011b, c) demonstrou a existência de uma correlação positiva entre um conjunto de variáveis mais relacionadas com as características pessoais dos indivíduos (comunicação, compromisso, simpatia, compreensão e confiança) e o desenvolvimento e sucesso de

iniciativas conjuntas num contexto particular.

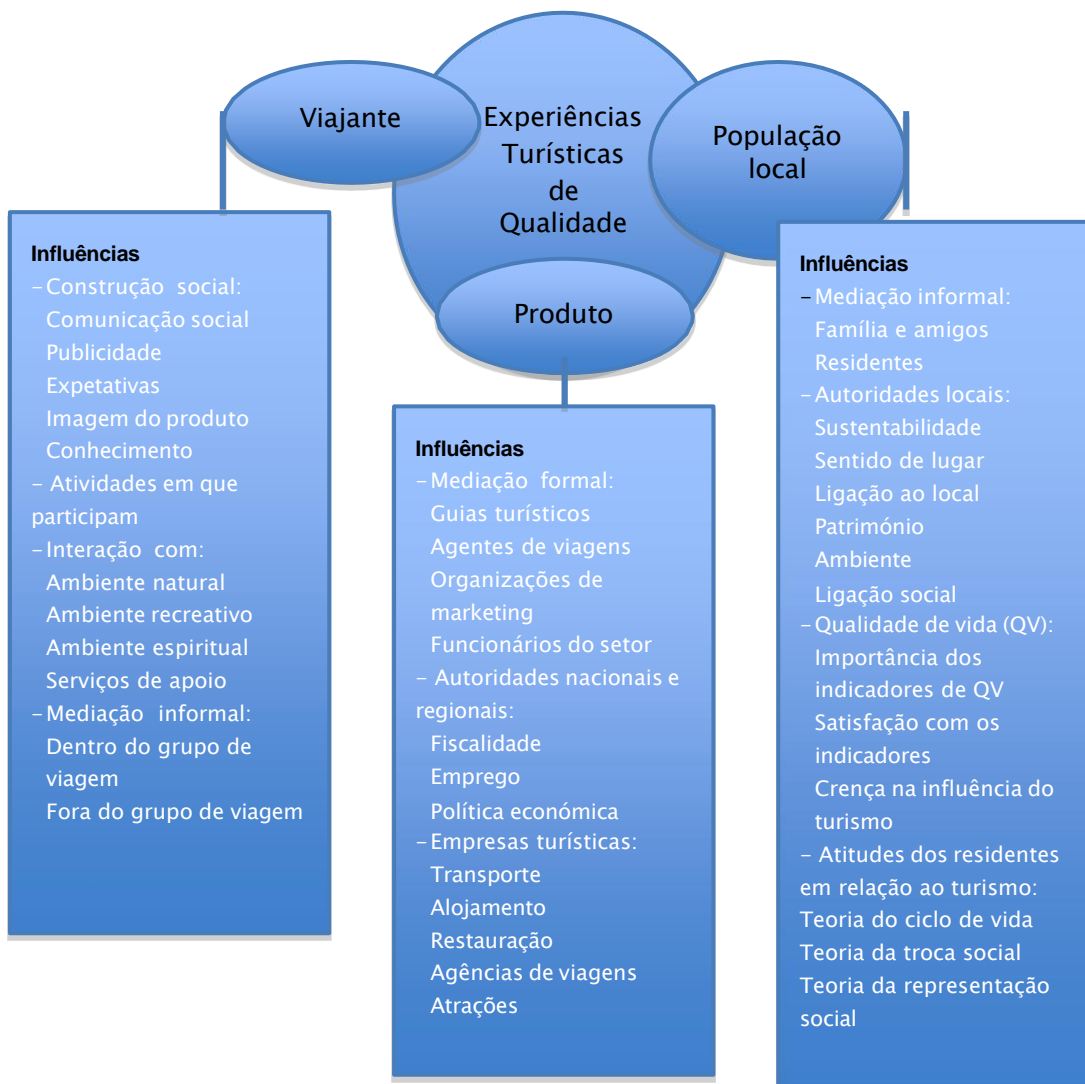
Experiência Turística

Considerando a experiência como produto oferecido pelo destino turístico aos seus visitantes, assume particular relevância o trabalho sobre a qualidade das experiências turísticas (Jennings *et al.*, 2006). As autoras reúnem um conjunto de ensaios e estudos empíricos que exploram a qualidade das experiências turísticas sob múltiplos pontos de vista.

O diagrama da Figura 2 mostra os elementos influenciadores das experiências turísticas de qualidade. O viajante, o produto e a população local de um destino influenciam e são influenciados por inúmeras variáveis. A construção social que o viajante faz do destino, antes de empreender a viagem, é influenciada pela comunicação e resulta em expectativas e imagens pré-concebidas do destino. O conhecimento que o indivíduo *a priori* possui sobre o destino irá influenciar a sua interpretação sobre o significado da experiência turística.

As atividades específicas em que o viajante participa irão influenciar a percepção sobre a qualidade das suas experiências. Estas atividades estão intrinsecamente relacionadas com o local onde decorrem, conferindo o indivíduo às atividades habituais o sentido de novidade e este facto imprime à experiência o sentido de qualidade. A interação do viajante com as outras pessoas, o meio natural, o ambiente recreativo e espiritual, contribui para que este vivencie experiências turísticas de qualidade. Os outros viajantes atuam como mediadores informais, diferentes dos agentes turísticos oficiais e dos meios publicitários. Nesta busca pela qualidade, os turistas são compelidos a escutar aqueles que tiveram uma experiência positiva.

Figura 2 - Influências da experiência turística de qualidade



Fonte: Jennings e Nickerson (2006)

As outras pessoas fora do grupo, por exemplo funcionários de empresas turísticas, que interagem com o turista podem transformar a qualidade da experiência; é igualmente verdade que a prestação de um bom serviço também pode ser precursora de uma experiência de qualidade.

O meio envolvente também constitui, segunda as autoras, um elemento que influencia a qualidade da experiência turística. O cenário onde decorre a experiência, por ser diferente daquele onde reside o viajante, potencia uma experiência de qualidade. Alguns viajantes referem que estabelecem

ligações espirituais com o meio envolvente, ou que o meio (natural ou mesmo urbano) induz um certo estado de espírito que se traduz na ocorrência de uma experiência turística de qualidade.

Os segmentos da mediação formal, empresas turísticas e administrações públicas influenciam o tipo de experiência do visitante. A mediação formal diz respeito à influência exercida pelos operadores turísticos, agentes de viagem, organizações publicitárias, funcionários das empresas turísticas, autoridades e outros *stakeholders*. Estes mediadores, como sublinham as autoras, são considerados pelos viajantes como “os peritos” e a sua ação – quer seja um serviço de interpretação ou de guia numa excursão – tem por objetivo influenciar a perceção de qualidade da experiência turística.

As influências governamentais sobre as experiências turísticas sentem-se a nível local, regional e nacional. É por isso importante que os responsáveis políticos avaliem com realismo até que ponto o turismo pode ser um fator incitador do crescimento económico dentro da comunidade. A falta de apoio poderá diminuir as oportunidades de vivenciar experiências turísticas de qualidade.

As atividades económicas do setor como o transporte, o alojamento, a restauração, as agências de viagens e as atrações induzem inúmeras vezes boas e más experiências turísticas. O denominador comum a todas estas atividades é o elemento humano. Se a empresa turística fornecedora do serviço fizer da qualidade do serviço um ponto de honra, existe uma maior probabilidade de o viajante experimentar algo positivo.

Outra variável que influencia as experiências turísticas, representada no diagrama, é a população local. A mediação informal, o sentido do lugar, a qualidade de vida, as autoridades locais e a atitude dos residentes face ao turismo influenciam a possibilidade de uma experiência de qualidade. A influência da mediação informal faz-se sentir na forma como os outros

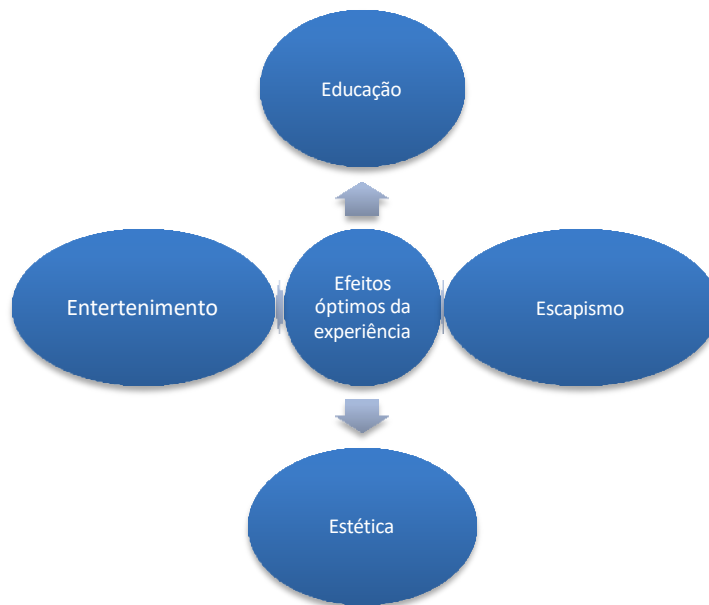
visitantes, os amigos e familiares, ou um local contribuem para a

experiência turística. A forma como um residente recebe um visitante confere à experiência algo inexplicável e de difícil mensurabilidade que acrescenta ou retira qualidade à experiência da visita.

O sentido de lugar da comunidade local, segundo Jennings e Nickerson (2006), tem um efeito marcante na experiência dos visitantes. Se a ligação da comunidade local ao destino se estabelecer através de fortes laços culturais, de património, ou simplesmente um forte sentimento de pertença ao local, o desenvolvimento do turismo terá de ser feito de uma forma sustentável com empenhamento simultâneo da população local e do governo na preservação das características únicas que diferenciam o destino. Quando a sustentabilidade é considerada, a população local mantém os seus valores e a sua paz de espírito e proporciona ao visitante uma experiência turística de qualidade. Associado a este conceito está o conceito de qualidade de vida e a forma como os residentes encaram o turismo. De um modo geral, os residentes percecionam a atividade turística como um benefício económico para a comunidade, acompanhado de um elevado custo responsável pela redução da sua qualidade de vida. Cabe às administrações locais fazer com que os benefícios do turismo sejam repartidos pelos residentes e vistos por estes como reforços da sua qualidade de vida.

De acordo com Oh *et al.* (2007), para os *stakeholders* do destino, a natureza e o âmbito da experiência processada pelos turistas determinam o valor do destino. Desta forma, os investigadores preocuparam-se em entender o que é a experiência turística e quais os seus principais componentes, enquanto resultado de uma visita a um destino turístico. O trabalho destes autores testa as relações entre as dimensões da experiência e a memória, chegando à conclusão que apenas a dimensão estética influencia a memória (Figura 3).

Figura 3 - Os quatro domínios da economia da experiência



Fonte: Adaptado de Pine e Gilmore (1999)

Pine e Gilmore (1999) sugerem que uma experiência bem concebida tem um impacto numa recordação mais forte. Tal facto molda de uma forma positiva a atitude do turista em relação ao destino. De igual forma, experiências negativas também provocam recordações fortes e, conseqüentemente, atitudes negativas face ao destino. A memória parece relacionar a experiência com as atitudes resultantes da mesma. A transformação sensorial do destino de forma a apelar aos cinco sentidos dos turistas terá um impacto adicional sobre a memória, uma vez que a informação emocional baseada nos sentidos tem um acesso privilegiado aos recursos de processamento cognitivo, conduzindo à memorização (Dolcos e Cabeza, 2002; Pine e Gilmore, 1999).

A qualidade global percebida pelos turistas consiste na excelência do destino ou da experiência avaliada; a satisfação resume o estado psicológico resultante da experiência de consumo. Ambos variáveis têm sido usadas como avaliações gerais no momento imediato à visita ou à experiência. A experiência vivida no destino é composta por todos os eventos e atividades oferecidos aos turistas, tornando-se a fonte de valor do destino e alvo de

avaliação.

5. Identificação de vetores, dimensões e indicadores

Os indicadores para a avaliação da qualidade de um destino devem estar estreitamente relacionados com os domínios principais e de maior importância para o mesmo. O processo de identificação de indicadores produz inicialmente uma longa lista, que com o decorrer do tempo será reduzida, tendo em conta a relevância e a possibilidade de execução dos mesmos.

A UNWTO (2005) propõe cinco critérios para a seleção de indicadores:

- A relevância do indicador para a área chave em causa
- A viabilidade de obter e analisar a informação necessária
- A credibilidade e a confiabilidade da informação para os utilizadores da mesma
- A clareza e a facilidade de entendimento para os utilizadores
- A comparabilidade ao longo do tempo e entre regiões

Torna-se necessário rever regularmente os indicadores com o objetivo de verificar se a informação que produzem é relevante, para avaliar se houve alteração das áreas chave e se existem novas fontes de informação.

O estudo da UNWTO identifica 20 indicadores padrão representativos de 12 áreas chave do turismo sustentável. Uma forma de monitorizar a sustentabilidade do turismo é a medição quantitativa:

- Estatísticas do turismo: incluindo simultaneamente a oferta (por exemplo, o número de quartos/ camas disponíveis) e a procura (por exemplo, o número de visitantes de parques nacionais, ou o número de dormidas);

- O estado do ambiente e a situação da comunidade; pode resultar do turismo ou afetar o seu desempenho, por exemplo, o nível de emprego, a taxa de criminalidade, a qualidade do ar e da água, assim como o número de espécies ameaçadas.

Outra forma de monitorizar é acompanhar as opiniões, necessidades e atividades dos *stakeholders* principais:

- Visitantes: através de inquéritos, focos grupos e feedback dos anfitriões para verificar os perfis e os níveis de satisfação.
- Organizações: através de inquéritos, reuniões, entre outros, para verificar o seu desempenho económico e ambiental, assim como perceções e necessidades.
- Comunidade local: através de inquéritos aos agregados familiares, focos grupos, entre outros, para conhecer a sua atitude em relação ao turismo e a suas preocupações em relação aos impactos do turismo.

Certas formas de monitorizar, como a avaliação dos impactos ambientais, requerem conhecimentos específicos, podendo ser necessárias orientações e formação específicas. O processo de seleção de indicadores deve refletir as principais áreas chave que constituem o turismo sustentável. Estas podem ter mais do que um indicador e para cada indicador pode existir mais do que uma fonte de informação.

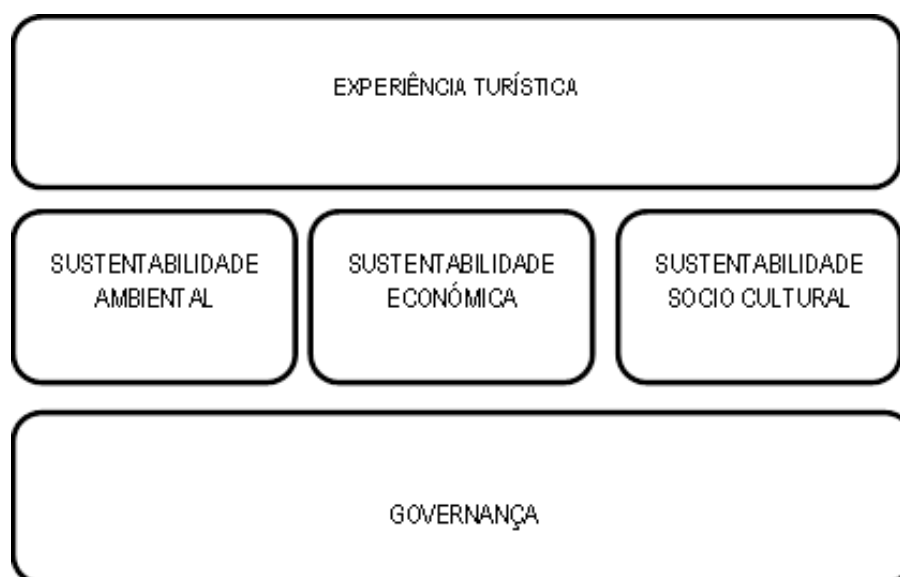
Para além do conjunto de indicadores proposto pela UNWTO (2005), foram analisados outros trabalhos que propõem instrumentos para avaliar e monitorizar o turismo sustentável, a experiência turística e a governança (Tabela 1).

Tabela 1 – Fontes usadas para a seleção de indicadores, por vetor

Sustentabilidade	Governança	Experiência Turística
Agência Portuguesa do Ambiente (2010)	Comissão Europeia (2001)	Kim <i>et al.</i> (2012)
Blancas <i>et al.</i> (2010a)	HAP International (2007)	Oh e Parks (1996)
Blancas <i>et al.</i> (2010b)	One World Trust (2011)	Oh <i>et al.</i> (2007)
Destinet – Portal da UE que fornece informação sobre turismo sustentável.	Ruhanen <i>et al.</i> (2010)	
European Communities (2003) Http://destinet.eu/	UNWTO (2010)	
Lozano–Oyola <i>et al.</i> (2012)		
Silva (2005)		
Silva <i>et al.</i> (2001)		
SMED – System of Measures for Excellence in Destinations www.ced.travel		
Turismo de Portugal (2010)		
World Economic Forum (2011)		

A revisão da literatura originou a reformulação do modelo e a seleção dos vetores de análise e respetivas dimensões. Neste sentido, a Figura 4 ilustra o novo modelo proposto para a avaliação da qualidade dos destinos turísticos.

Figura 4 – Modelo proposto para avaliação da qualidade dos destinos turísticos



As áreas chave correspondentes a cada um dos vetores são apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2 – Áreas chave do modelo de avaliação da qualidade de um destino turístico

Vetores		Áreas chave
Governança		Participação
		Transparência
		Responsabilização
		Eficácia
		Estrutura
		Poder
Sustentabilidade	Económica	Benefícios económicos para a população local e para o destino
		Sazonalidade
		Competitividade
		Satisfação dos empresários
		Satisfação dos colaboradores
		Desenvolvimento dos recursos humanos
		Infraestrutura TIC
	Ambiental	Proteção das áreas naturais
		Gestão ambiental
		Intensidade de utilização do solo

		Gestão da água – Qualidade, conservação e disponibilidade
		Gestão balnear
		Tratamento de esgotos
		Gestão da energia
		Gestão de resíduos sólidos urbanos
		Perceção dos turistas em relação à limpeza
		Poluição atmosférica
		Infraestrutura rodoviária
	Sociocultural	Efeitos sociais do turismo sobre a população local
		Segurança
		Proteção do património cultural
		Capacidade de carga do destino
Experiência turística	Efeitos do turismo sobre a estrutura da população	
	Memória	
	Qualidade global	
	Satisfação global	
		Intenção de recomendação

Para mensurar a sustentabilidade económica, ambiental e sociocultural dos destinos foi identificada uma lista de indicadores (Apêndice 1). Esta lista foi alvo de discussão dentro da equipa de projeto, submetida à apreciação dos técnicos da Comissão de Coordenação do Desenvolvimento Regional do Algarve e responsáveis pelo Sistema de Indicadores de Desenvolvimentos Sustentável (SIDS) do Algarve e submetida a painéis de especialistas, constituídos por académicos com currículo relevante no turismo, nomeadamente nas questões de sustentabilidade, experiência turística e governança (ver capítulo 6).

6. Recolha de dados

Painéis de especialistas (Apêndices 1 e 2)

A lista de indicadores identificados para mensurar as três dimensões da sustentabilidade (económica, sociocultural e ambiental) de um destino turístico foi submetida à apreciação de um painel nacional de especialistas, com o objetivo de obter um número ótimo de indicadores. A lista foi enviada digitalmente através da tecnologia Google Docs, convidando os especialistas a avaliar o grau de importância de cada um dos indicadores usando uma escala de Likert de cinco níveis (Apêndice 1). Dos 59 convites enviados para participação no estudo, obtiveram-se 43 respostas válidas (72.9%).

Um painel composto por especialistas internacionais apreciou os aspetos mais gerais do modelo, atribuindo ponderações às diferentes dimensões que compõem os vetores (experiência turística, governança e sustentabilidade) e aos próprios vetores na avaliação da qualidade. A lista foi enviada digitalmente através da tecnologia Google Docs, convidando-se os especialistas a pontuar as dimensões de cada vetor num total de 100 pontos, utilizando o mesmo processo para pontuar a importância de cada um dos três vetores (Apêndice 2). Dos 70 convites enviados para participação no estudo, obtiveram-se 36 respostas válidas (51.4%).

Questionário para avaliação dos indicadores relativos à Governança (Apêndice 3)

O inquérito por questionário aplicado aos responsáveis de câmaras municipais, organizações públicas e privadas com intervenção direta nas decisões que afetam o desenvolvimento da atividade turística no Algarve serviu para mensurar as seis dimensões do vetor Governança identificadas no trabalho de Ruhanen *et al.* (2010): Participação, Transparência, Responsabilização, Eficácia, Estrutura e Liderança.

Na avaliação de cada uma das dimensões, foi usada uma escala de concordância de 5 pontos. Os indicadores para cada uma das dimensões foram adaptados a partir do trabalho desenvolvido pela UNWTO (2010), pela HAP (2010) e pela One World Trust (2011).

Tendo em conta o levantamento de 56 organizações públicas e privadas com influência direta e indireta sobre o turismo no Algarve, uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, a dimensão mínima da amostra foi definida em 49 organizações. O questionário foi disponibilizado em formato digital, entre os dias 27 de julho até 31 de outubro de 2012, tendo sido as 56 entidades identificadas convidadas a participar no estudo através de correio eletrónico, seguido de telefonema.

Questionário para avaliação dos indicadores relativos aos Residentes (Apêndice 4)

O inquérito aplicado aos residentes com o objetivo de mensurar indicadores no âmbito da sustentabilidade, que a este público dizem respeito (Tabela 3), foi adaptado a partir de um inquérito aplicado aos residentes na cidade de Huelva em que a equipa do projeto anteriormente tinha participado, englobando um conjunto de itens referentes aos impactos do turismo, usando uma escala de concordância de cinco níveis. O instrumento integra ainda questões relacionadas com as atitudes dos residentes face ao desenvolvimento turístico, o nível de relacionamento dos residentes e do seu agregado familiar com o setor turístico, o relacionamento das atividades profissionais dos membros da família dos residentes com o setor turístico, assim como a caracterização sociodemográfica do inquirido.

Os inquéritos aos residentes foram aplicados em cinco concelhos algarvios, aqueles onde o turismo é mais significativo: Albufeira, Lagoa, Lagos, Loulé e Portimão. A partir dos dados dos censos de 2011, verificando-se que a população residente nos concelhos referidos é de 221087, definiu-se uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, com uma dimensão mínima da amostra de 384 residentes. Os inquéritos foram aplicados entre os meses de setembro e novembro de 2012 à entrada dos hipermercados e grandes superfícies comerciais localizadas nos concelhos selecionados, tendo sido distribuídos 400 questionários (Albufeira, 74; Lagoa, 42; Lagos, 56; Loulé, 128; Portimão, 101).

Questionário para avaliação dos indicadores relativos aos Turistas (Apêndice 5)

Os inquéritos apresentados aos turistas estavam disponíveis em três idiomas: português, inglês e francês. O primeiro conjunto de questões é formado por itens sugeridos por Oh *et al.* (2007). Estes foram adaptados ao contexto do destino turístico Algarve e referem-se aos quatro domínios da Economia da Experiência – Educação, Estética, Entretenimento e Escapismo –, à Memória e às Recordações.

As questões 2, 3 e 4 avaliam a componente emocional. Os itens da secção 5 destinam-se a avaliar as perceções dos turistas sobre a segurança pública, condições rodoviárias, a limpeza, a hospitalidade dos residentes, a qualidade do ar e das áreas balneares.

As questões 6 e 7 pretendem avaliar a satisfação global com a estada no Algarve e a satisfação com a experiência vivida. A questão número 8 avalia a perceção do turista acerca da qualidade global da experiência vivida. A questão 9 afere a intenção de recomendar o Algarve a amigos e familiares. Em todas as questões é usada uma escala de Likert 5 pontos. Uma última secção pretende captar o perfil sociodemográfico do inquirido.

Tendo em conta o número total de chegadas de passageiros ao Aeroporto de Faro de 2 775 373, entre 1 de janeiro de e 31 de dezembro de 2011, uma margem de erro de 5% e um nível de confiança de 95%, a dimensão da amostra foi definida para um limite mínimo de 385 turistas. A Tabela 3 mostra a composição ideal da amostra, por nacionalidade.

Tabela 3 - Composição da amostra por país de chegada

País	Nº turistas
Portugal	90.70%
Alemanha	
Espanha	
Holanda	
Irlanda	
Reino Unido	
Outros	9.3%

Os inquéritos foram administrados no Aeroporto de Faro durante os meses de julho e agosto de 2012. Os turistas que se encontravam na zona de espera do aeroporto foram abordados pela entrevistadora que solicitou o preenchimento do inquérito enquanto esperavam pelo voo.

7. Resultados e seleção de indicadores

Resultados dos questionários para avaliação dos indicadores relativos à Governança

Foram obtidas 38 respostas válidas aos questionários (78% da amostra definida). A Tabela 4 mostra as frequências relativas, por ordem crescente. Para cada um dos itens foi determinada a percentagem de concordância relativamente à soma dos níveis de resposta “concordo” mais “concordo totalmente”, tendo sido possível determinar a média de concordância do conjunto dos itens para cada um dos seis indicadores em causa, tendo em conta a respetiva dimensão (variável compósita). Por exemplo, verifica-se que o maior nível de concordância (57.3%) se refere ao indicador “Nível de concordância relativamente à existência de parcerias no destino”, que corresponde à dimensão “Participação”.

Tabela 4 – Resultados dos questionários – Governança

Legenda:

N/A - Não se aplica

NS/NR - Não sabe/ não responde

	70% ou +	(Concordo + concordo totalmente)
	50% a 69%	"
	Até 49%	"

Nível de concordância com a existência de Parcerias no destino (Participação)	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente	Variável compósita (média)
	São estabelecidas parcerias no âmbito do turismo.	2,6%	2,6%	13,2%	57,9%	23,7%	0,0%	0,0%	100%	81,6%
As parcerias são estabelecidas considerando a melhoria da qualidade da experiência proporcionada aos turistas.	2,6%	15,8%	13,2%	47,4%	21,1%	0,0%	0,0%	100%	68,5%	
As parcerias são estabelecidas considerando os benefícios para o desenvolvimento sustentável do destino.	7,9%	5,3%	18,4%	42,1%	26,3%	0,0%	0,0%	100%	68,4%	
Os resultados de um processo de consulta pública são compartilhados.	2,6%	18,4%	15,8%	44,7%	15,8%	2,6%	0,0%	100%	60,5%	
As parcerias são estabelecidas considerando a melhoria da qualidade de vida dos residentes.	10,5%	18,4%	15,8%	34,2%	21,1%	0,0%	0,0%	100%	55,3%	
Existe uma política que identifica os critérios para o estabelecimento de parcerias.	2,6%	28,9%	15,8%	39,5%	10,5%	2,6%		100%	50,0%	
A política que promove as parcerias é apoiada por orientações públicas.	2,6%	26,3%	23,7%	31,6%	15,8%	0,0%	0,0%	100%	47,4%	
A informação é disponibilizada atempadamente antes de um processo de consulta pública.	2,6%	26,3%	21,1%	36,8%	10,5%	2,6%		100%	47,3%	
Existem processos e mecanismos que garantem a participação equilibrada de todas organizações na tomada de decisões.	5,3%	34,2%	23,7%	28,9%	7,9%	0,0%	0,0%	100%	36,8%	
Nível de concordância relativamente a práticas de Partilha de Informação (Partilha de informação)	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente	Variável compósita (média)
Existe um compromisso das organizações de resposta aos pedidos de informação.	7,9%	15,8%	10,5%	55,3%	7,9%	2,6%	0,0%	100%	63,2%	41,8%
Existe um processo claro para solicitar informação.	7,9%	21,1%	21,1%	34,2%	13,2%	0,0%	2,6%	100%	47,4%	
A informação é suficiente para efetuar diagnósticos sobre a qualidade do destino.	10,5%	23,7%	18,4%	39,5%	5,3%	0,0%	2,6%	100%	44,8%	
As organizações foram envolvidas na definição da política de transparência.	7,9%	13,2%	39,5%	31,6%	5,3%	0,0%	2,6%	100%	36,9%	
A informação ao dispor da comunidade é rigorosa.	13,2%	21,1%	26,3%	31,6%	5,3%	0,0%	2,6%	100%	36,9%	
As organizações partilham informação de forma transparente.	7,9%	18,4%	39,5%	21,1%	10,5%	0,0%	2,6%	100%	31,6%	
A informação existente é suficiente para participar nos processos de tomada de decisões.	10,5%	26,3%	28,9%	26,3%	5,3%	0,0%	2,6%	100%	31,6%	

Nível de concordância relativamente à existência de padrões e indicadores de Responsabilização (Responsabilização)								Total	Concordo + concordo totalmente	Variável compósita (média)
	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR			
Conheço as organizações públicas e privadas do sector do turismo que têm intervenção nas decisões que afetam a atividade turística.	7,9%	7,9%	13,2%	52,6%	13,2%	0,0%	5,3%	100%	65,8%	37,8%
A imagem do destino transmite a ideia de responsabilidade.	7,9%	13,2%	28,9%	36,8%	7,9%	0,0%	5,3%	100%	44,7%	
Existem indicadores que medem os impactos do turismo sobre o ambiente.	13,2%	21,1%	18,4%	36,8%	5,3%	0,0%	5,3%	100%	42,1%	
Existem indicadores que medem os impactos do turismo sobre a população residente.	10,5%	26,3%	18,4%	34,2%	5,3%	0,0%	5,3%	100%	39,5%	
As organizações aderiram a normas de Responsabilidade social ou prestação de contas.	7,9%	18,4%	34,2%	23,7%	10,5%	0,0%	5,3%	100%	34,2%	
Existem mecanismos que asseguram a responsabilização das entidades pelas ações desenvolvidas.	5,3%	36,8%	23,7%	23,7%	5,3%	0,0%	5,3%	100%	29,0%	
As organizações públicas e privadas participam na fixação de objetivos para o destino	5,3%	42,1%	23,7%	15,8%	7,9%	0,0%	5,3%	100%	23,7%	
A responsabilidade das entidades que cooperam no âmbito do turismo está perfeitamente delimitada.	7,9%	34,2%	28,9%	15,8%	7,9%	0,0%	5,3%	100%	23,7%	

Nível de concordância relativamente à Eficácia das políticas e práticas de avaliação do destino (Eficácia)								Total	Concordo + concordo totalmente	Variável compósita (média)
	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR			
Os resultados das avaliações são utilizados para influenciar a tomada de decisões.	5,3%	13,2%	23,7%	31,6%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	36,9%	28,6%
Os resultados do desempenho da qualidade do destino turístico são comparados com o de outros destinos.	5,3%	13,2%	23,7%	31,6%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	36,9%	
Existe uma política que determina quando e como são avaliados os impactos gerados pelos projetos turísticos.	5,3%	26,3%	15,8%	28,9%	2,6%	0,0%	21,1%	100%	31,5%	
Os resultados das avaliações são tornados públicos.	5,3%	10,5%	34,2%	21,1%	7,9%	0,0%	21,1%	100%	29,0%	
Existe um sistema de monitorização e avaliação dos impactos da atividade turística.	5,3%	23,7%	23,7%	21,1%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	26,4%	
As organizações são envolvidas no desenvolvimento das políticas de avaliação.	5,3%	26,3%	26,3%	15,8%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	21,1%	
As avaliações são conduzidas por entidades independentes.	7,9%	15,8%	36,8%	10,5%	7,9%	0,0%	21,1%	100%	18,4%	

Nível de concordância relativamente à existência de Estruturas e processos de decisão (Estrutura)	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente	Variável compósita (média)
O processo de tomada de decisão referente ao turismo é regulado por entidades nacionais.	2,6%	5,3%	21,1%	44,7%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	50,0%	26,4%
O processo de tomada de decisão referente ao turismo é fortemente burocratizado.	2,6%	0,0%	28,9%	34,2%	13,2%	0,0%	21,1%	100%	47,4%	
O processo de tomada de decisão referente ao turismo é regulado pelas entidades regionais.	2,6%	28,9%	21,1%	21,1%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	26,4%	
O destino organiza-se numa estrutura formal e hierarquizada.	7,9%	34,2%	13,2%	18,4%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	23,7%	
O destino organiza-se numa estrutura informal caracterizada pela cooperação entre as organizações.	2,6%	23,7%	31,6%	15,8%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	21,1%	
O planeamento é participado por todas as organizações.	10,5%	34,2%	15,8%	13,2%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	18,5%	
O destino organiza-se numa estrutura informal caracterizada pela descentralização e delegação de poderes.	13,2%	34,2%	18,4%	10,5%	2,6%	0,0%	21,1%	100%	13,1%	
O processo de tomada de decisão referente ao turismo está centralizado nas câmaras municipais.	13,2%	39,5%	13,2%	5,3%	5,3%	2,6%	21,1%	100%	10,6%	

Nível de concordância relativamente à capacidade de Liderança no destino (Liderança)	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente	Variável compósita (média)
A liderança regional está profundamente comprometida com os objetivos do destino.	2,6%	21,1%	15,8%	31,6%	7,9%	0,0%	21,1%	100%	39,5%	33,1%
A liderança municipal está profundamente comprometida com os objetivos do destino.	2,6%	10,5%	28,9%	26,3%	10,5%	0,0%	21,1%	100%	36,8%	
As lideranças fomentam a colaboração e a cooperação entre as organizações.	2,6%	15,8%	21,1%	26,3%	10,5%	0,0%	23,7%	100%	36,8%	
As lideranças promovem a inovação.	2,6%	15,8%	23,7%	28,9%	5,3%	0,0%	23,7%	100%	34,2%	
As lideranças suportam os esforços de melhoria da qualidade nas organizações.	2,6%	10,5%	28,9%	28,9%	5,3%	0,0%	23,7%	100%	34,2%	
Existe liderança municipal no destino.	2,6%	26,3%	23,7%	21,1%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	26,4%	
Existe liderança regional no destino.	7,9%	34,2%	13,2%	18,4%	5,3%	0,0%	21,1%	100%	23,7%	

Resultados dos questionários para avaliação dos indicadores relativos aos Residentes

Dos 400 questionários válidos recolhidos, a maioria dos inquiridos são mulheres, 68%, e igual percentagem frequentou ou concluiu o ensino secundário. Cerca de 87% dos respondentes trabalha por conta de outrem e 42% é solteiro. Em média, os inquiridos residem há 21 anos na localidade sobre a qual responderam às questões, sendo de 14 anos o desvio padrão. A média de idades é de 34 anos, com um desvio padrão de 10 anos.

A Tabela 5 mostra as frequências relativas das respostas, sendo a última coluna dedicada à soma dos níveis de resposta de maior concordância relativamente aos itens em causa. Aproximadamente, 58% dos inquiridos consideram que o desenvolvimento turístico da região beneficia, direta ou indiretamente, a sua situação pessoal. Mais de metade dos inquiridos, 62%, considera que a sua atividade profissional está ou esteve relacionada com o setor turístico (hotéis, restaurantes, atrações turísticas, etc.) e 63% afirmam que tem ou teve algum membro da sua família empregado em atividades relacionadas com o setor turístico. A percentagem de inquiridos a favor de um maior desenvolvimento turístico na sua localidade é de 78%, e 53% dos respondentes afirmam estar satisfeitos com o grau de desenvolvimento turístico no seu concelho de residência.

Tabela 5 – Resultados dos questionários aplicados aos residentes

P1. Em que medida está de acordo ou em desacordo com os seguintes efeitos do desenvolvimento turístico na sua localidade?									
	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente
1a. O turismo aumenta as oportunidades de trabalho	0,49%	2,18%	3,64%	50,24%	42,96%	0,49%	0%	100%	93,2%
2. O turismo contribui para a melhoria do rendimento e do nível de vida dos cidadãos residentes	0,00%	4,13%	11,41%	57,28%	26,21%	0,97%	0%	100%	83,5%
3. O turismo aumenta o custo de vida	0,24%	7,77%	17,72%	52,18%	20,63%	1,46%	0%	100%	72,8%
4. O turismo melhora a qualidade de vida	1,46%	8,98%	27,91%	46,12%	11,65%	3,88%	0%	100%	57,8%
5. Devido ao turismo há uma maior disponibilidade de serviços e atividades recreativas e culturais	0,73%	7,04%	12,86%	53,64%	22,82%	2,91%	0%	100%	76,5%
6. O turismo converte esta localidade num lugar mais atrativo e interessante para viver.	0,73%	8,74%	18,45%	49,76%	20,63%	1,70%	0%	100%	70,4%
7. O turismo permite um maior conhecimento de outras culturas (comunidades)	0,24%	3,88%	11,41%	57,77%	24,51%	2,18%	0%	100%	82,3%
8. Graças ao turismo os habitantes sentem-se mais orgulhosos de pertencer à sua comunidade	1,46%	14,32%	32,77%	36,89%	11,17%	3,40%	0%	100%	48,1%
9. Graças ao turismo há mais parques e zonas de recreio	4,13%	23,54%	22,09%	37,62%	8,98%	3,64%	0%	100%	46,6%
10. Graças ao turismo há um melhor nível de proteção policial	3,16%	22,33%	23,79%	38,11%	8,01%	4,61%	0%	100%	46,1%
11. Graças ao turismo há uma melhoria de infra-estruturas (estradas, abastecimento de água, eletricidade, telefone, etc.)	2,67%	25,00%	23,06%	37,14%	8,74%	3,40%	0%	100%	45,9%
12. O turismo constitui um incentivo para a preservação da cultura local.	1,46%	10,68%	23,54%	50,24%	11,17%	2,91%	0%	100%	61,4%
13. O turismo constitui um incentivo para a conservação dos recursos naturais	0,97%	13,83%	26,94%	46,36%	8,50%	3,40%	0%	100%	54,9%
14. O turismo constitui um incentivo para a manutenção e restauração de edifícios históricos	1,94%	13,83%	20,39%	47,09%	12,86%	3,88%	0%	100%	60,0%
15. O turismo permite a qualidade dos serviços públicos para os residentes	1,70%	27,18%	32,28%	27,43%	5,83%	5,58%	0%	100%	33,3%
16. O turismo faz com que o custo de vida aumente	0,24%	6,31%	16,26%	52,43%	22,33%	2,43%	0%	100%	74,8%
17. O turismo beneficia apenas um pequeno número de residentes	1,46%	26,46%	23,54%	35,19%	8,50%	4,85%	0%	100%	43,7%
18. O turismo faz aumentar os problemas de tráfego e estacionamento	0,97%	8,50%	10,19%	42,96%	35,19%	2,18%	0%	100%	78,2%
19. O turismo faz aumentar o roubo e o vandalismo	0,97%	14,08%	26,21%	38,83%	15,29%	4,61%	0%	100%	54,1%
20. O turismo leva a uma alteração da cultura tradicional	1,70%	25,73%	27,91%	31,80%	7,52%	5,34%	0%	100%	39,3%
21. Não existem problemas de convivência entre residentes e turistas	1,46%	14,32%	30,34%	37,62%	8,50%	7,77%	0%	100%	46,1%
22. O turismo ocasiona perda de tranquilidade na região	2,18%	23,79%	25,24%	34,47%	9,71%	4,61%	0%	100%	44,2%
23. O turismo provoca danos no ambiente natural e paisagístico	2,67%	33,98%	24,03%	29,37%	5,83%	4,13%	0%	100%	35,2%
24. O turismo leva a um crescimento desordenado de urbanizações e centros urbanos	2,18%	22,57%	25,49%	32,52%	10,92%	6,31%	0%	100%	43,4%
25. O turismo leva à destruição da arquitetura tradicional	4,37%	34,47%	26,70%	21,12%	6,55%	6,80%	0%	100%	27,7%
26. O turismo leva a um aumento da deterioração ambiental (lixo, águas, ar e ruído)	1,94%	21,36%	20,87%	40,29%	11,41%	4,13%	0%	100%	51,7%
27. O turismo leva a uma massificação de espaços de uso público (praia, campo, praças, ruas...)	1,21%	7,04%	11,65%	52,43%	23,79%	3,88%	0%	100%	76,2%
28. O turismo leva à saturação dos serviços de saneamento	1,21%	16,02%	27,43%	34,71%	12,14%	8,50%	0%	100%	46,9%
29. O turismo piora a qualidade dos serviços locais (grandes filas e atrasos em restaurantes, lojas, atrações turísticas...)	1,70%	13,11%	19,90%	41,75%	21,60%	1,94%	0%	100%	

30. O turismo provoca mais benefícios do que custos	1,21%	10,44%	28,16%	39,56%	10,68%	9,95%	0%	100%	63,4% 50,2%
---	-------	--------	--------	--------	--------	-------	----	------	------------------------------

P2. Estou a favor de um maior desenvolvimento turístico da minha localidade.	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente
	0,2%	4,9%	17,5%	55,6%	21,8%	0,0%	0,0%	100%	77,4%
P3. Em que medida está satisfeito com o grau de desenvolvimento turístico no seu concelho de residência?	1 - Muito insatisfeito	2 - Insatisfeito	3 - Nem insatisfeito, nem satisfeito	4 - Satisfeito	5 - Muito satisfeito	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente
	1,7%	14,3%	30,6%	50,0%	3,4%	0,0%	0,0%	100%	53,4%
P4. A sua atividade profissional está/esteve relacionada com o sector público (hotéis, restaurantes, atrações turísticas, etc)?	Sim	Não	N/NR	Total					
	62,38%	37,62%	0%	100%					
P5. Tem/teve algum membro da sua família empedado em atividades relacionadas com sector turístico?	Sim	Não	N/NR	Total					
	63,35%	36,65%	0%	100%					
P6. Em que medida considera que o desenvolvimento turístico da região beneficia direta ou indiretamente a sua situação pessoal?	Nada	Pouco	Nem muito nem pouco	Bastante	Muito	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Bastante + muito
	5,83%	10,19%	25,73%	46,36%	11,89%	0,0%	0,0%	100%	58,3%

P7. Sexo	Homem	Mulher	Total						
	32,30%	67,80%	100%						
P8. Idade	Média	Desvio Padrão	Mediana						
	34,4	10,26	26						
P9. Estado civil	Solteiro	Casado /união de facto	Outro	Total					
	41,93%	37,59%	20,48%	100%					
P10. Concelho de residência	Albufeira	Lagoa	Lagos	Loulé	Portimão	NS/NR	Total		
	13,90%	13,90%	13,66%	31,71%	26,83%	0%	100%		
P11. Há quantos anos reside nesta localidade?	Média	Desvio padrão	Mediana						
	21,3	13,9	21						
P12. Nível de estudos concluído	Sem estudos	Primário	Secundário	Profissional	Bacharelato ou licenciatura	Mestrado ou Doutoramento	NS/NR	Total	
	0,49%	4,15%	68,05%	11,71%	13,90%	1,70%	0%	100%	
P13. Situação profissional	Trabalhador por conta de outrém	Funcionário público	Estudante	Desempregado	Trabalhador por conta própria	Reformado	Doméstica	Outro	Total
	86,51%	2,17%	2,17%	2,89%	3,61%	0,96%	0,24%	1,45%	100%

Resultados dos questionários para avaliação dos indicadores relativos aos Turistas

Dos 397 inquéritos válidos obtidos, de 90% foram respondidos por turistas provenientes de Portugal, Alemanha, Espanha, Holanda, Irlanda e Reino Unido. Cerca de 52% dos inquiridos são do sexo feminino, 72,5% dos respondentes são casados ou em união de facto e a média de idades é de 41 anos, com um desvio padrão de 15 anos. Cerca de 59,8% dos inquiridos auferem mais de 4000 euros

Aproximadamente, 95.3% dos participantes dizem estar satisfeitos e muito satisfeitos com a sua estada no Algarve. Sobre a qualidade da experiência vivida, 77.3% classificam-na de muito boa e excelente. A maioria dos inquiridos (93%) tenciona recomendar o Algarve aos seus amigos e familiares. O detalhe dos resultados é apresentado na Tabela 6.

Tabela 6 – Resultados dos questionários aplicados aos turistas

P1. Para cada uma das afirmações seguintes, indique o nível de concordância, assinalando a opção adequada									
	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente
1a. A experiência tornou-me mais informado.	4,00%	12,75%	16,25%	47,50%	18,25%	1,00%	0,00%	100%	65,8%
2. Aprendi muito.	4,00%	22,75%	32,25%	29,00%	11,00%	0,75%	0,00%	100%	40,0%
3. A minha curiosidade foi estimulada para aprender coisas novas.	3,50%	11,75%	25,75%	46,00%	11,75%	1,00%	0,00%	100%	57,8%
4. Foi uma verdadeira experiência de aprendizagem.	5,50%	23,25%	33,00%	29,50%	7,00%	1,50%	0,00%	100%	36,5%
5. Senti-me em verdadeira harmonia.	0,50%	4,00%	15,50%	46,25%	32,50%	1,00%	0,00%	100%	78,8%
6. Só o facto de ter estado aqui foi muito agradável.	0,25%	1,00%	1,50%	40,25%	56,00%	0,75%	0,00%	100%	96,3%
7. A paisagem é muito interessante.	41,50%	37,75%	8,50%	5,25%	3,00%	3,75%	0,00%	100%	8,3%
8. A paisagem é muito atraente.	0,25%	1,75%	11,25%	51,50%	33,50%	1,50%	0,00%	100%	85,0%
9. Foi engraçado observar as atividades dos outros.	1,75%	15,25%	24,00%	36,50%	12,00%	10,25%	0,00%	100%	48,5%
10. Foi cativante observar os outros em atividades.	2,25%	17,50%	39,50%	17,50%	8,75%	14,25%	0,00%	100%	26,3%
11. Gostei muito de observar o que os outros faziam.	1,25%	12,75%	30,25%	33,50%	10,75%	11,25%	0,00%	100%	44,3%
12. Foi divertido observar as actividades dos outros.	1,75%	9,75%	22,25%	40,00%	14,00%	12,00%	0,00%	100%	54,0%
13. Senti que representei uma personagem diferente.	10,25%	38,25%	20,50%	20,75%	7,00%	3,00%	0,00%	100%	27,8%
14. Senti-me como se estivesse a viver noutra época ou lugar.	5,25%	28,00%	20,25%	33,75%	11,25%	1,25%	0,00%	100%	45,0%
15. A experiência que vivi permitiu-me imaginar ser outra pessoa.	10,00%	35,00%	29,00%	17,75%	5,25%	2,75%	0,00%	100%	23,0%
16. Evadi-me totalmente da realidade.	6,50%	17,75%	18,50%	37,25%	18,00%	1,75%	0,00%	100%	55,3%
17. Terei recordações maravilhosas do Algarve.	0,50%	4,25%	11,75%	46,25%	36,75%	0,25%	0,00%	100%	83,0%
18. Irei lembrar-me de muitos aspetos positivos do Algarve.	0,25%	0,75%	3,75%	42,75%	52,25%	0,00%	0,00%	100%	95,0%
19. Não esquecerei a experiência que vivi no Algarve.	0,50%	1,00%	3,50%	34,75%	59,75%	0,25%	0,00%	100%	94,5%

	Nada	Pouco	Moderada mente	Muito	Extremam ente	N/A	NS/NR	Total	Muito + extremamente
P2. A estadia no Algarve foi emocionante?	1,25%	4,75%	55,75%	33,25%	4,75%	0,00%	0,00%	100%	38,0%
P3. A estadia no Algarve foi estimulante?	0,00%	2,75%	51,75%	38,00%	7,25%	0,00%	0,00%	100%	45,3%
P4. A estadia no Algarve foi interessante?	0,00%	1,50%	20,25%	57,75%	20,25%	0,25%	0,00%	100%	78,0%
P5. Qualidade estadia no Algarve									
	1 - Discordo totalmente	2 - Discordo	3 - Não concordo, nem discordo	4 - Concordo	5 - Concordo totalmente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Concordo + concordo totalmente
1. As condições de trânsito no Algarve são boas.	3,00%	17,00%	14,00%	53,00%	11,75%	1,00%	0,00%	100%	64,8%
2. A sinalização rodoviária é clara e útil.	5,25%	17,25%	16,00%	51,25%	7,25%	2,75%	0,00%	100%	58,5%
3. As praias são limpas.	0,25%	3,00%	10,00%	61,50%	23,75%	1,25%	0,00%	100%	85,3%
4. Encontro sempre lugar na praia.	1,00%	4,00%	6,75%	63,00%	22,50%	2,50%	0,00%	100%	85,5%
5. Em geral, as pessoas são amigáveis.	0,75%	0,50%	4,75%	47,25%	46,25%	0,25%	0,00%	100%	93,5%
6. Os Algarvios são bastante hospitaleiros para os turistas.	0,25%	2,00%	7,50%	49,25%	39,50%	1,25%	0,00%	100%	88,8%
7. É seguro andar sozinho no Algarve.	0,50%	4,25%	14,00%	56,50%	20,00%	4,50%	0,00%	100%	76,5%
8. As ruas são limpas.	2,00%	8,50%	15,25%	53,25%	20,25%	0,50%	0,00%	100%	73,5%
9. O ar é bastante despoluído.	0,50%	1,00%	7,75%	45,00%	45,00%	0,50%	0,00%	100%	90,0%

	1 - Muito insatisfeito	2 - Insatisfeito	3 - Nem satisfeito nem satisfeito	4 - Satisfeito	5 - Muito satisfeito	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Satisfeito + satisfeito
P6. Grau de satisfação com a sua estada no Algarve:	1,00%	1,50%	1,50%	22,75%	72,50%	0,00%	0,75%	100%	95,3%
	1 - Terrível	2 - Muito insatisfeito	3 - Nem insatisfeito nem satisfeito	4 - Satisfeito	5 - Muito satisfeito	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Satisfeito + satisfeito
P7. Em geral, como classifica a sua experiência no Algarve?	0,00%	0,50%	2,50%	49,50%	46,75%	0,75%	0,00%	100%	96,3%
	1 - Muito pobre	2 - Pobre	3 - Razoável	4 - Muito boa	5 - Excelente	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Muito boa + Excelente
P8. Em geral, como classifica a qualidade da sua experiência no Algarve?	0,00%	0,50%	21,50%	57,00%	20,25%	0,00%	0,75%	100%	77,3%
	1 - Muito improvável	2 - Improvável	3 - Neutro	4 - Provável	5 - Muito provável	6 - N/A	7 - NS/NR	Total	Provável + Muito provável
P9. Probabilidade de recomendar o Algarve a amigos e família	0,25%	0,50%	5,50%	21,75%	71,25%	0,00%	0,75%	100%	93,0%

Sexo	Homem	Mulher	Total					
	48%	52,25%	100%					
Idade	Média	Desvio padrão	Mediana					
	41,25	14,93	42					
Estado Civil	Solteiro	Casado /união de facto	Outro	Total				
	21,25%	72,50%	6,25%	100%				
Rendimento mensal do agregado familiar	Inferior a 1000€	Entre 1000€ e 2000€	Entre 2000€ e 3000€	Entre 3000€ e 4000€	Entre 4000€ e 5000€	Superior a 5000€	NS/NR	Total
	7,50%	8,75%	8,75%	14,50%	23%	36,75%	0,75%	100%

Resultados dos painéis de especialistas para avaliação da Sustentabilidade

A Tabela 7 mostra o nível de importância que 43 membros do painel nacional de especialistas atribuem a cada um dos indicadores, por cada uma das dimensões (económica, sociocultural e ambiental) do vetor sustentabilidade. Sombreado a cinzento aparecem os indicadores que obtiveram mais de 70% de respostas nos níveis “muito importante” e “extremamente importante”, sendo aqueles selecionados para integrar o índice compósito para avaliação da qualidade dos destinos turísticos, no âmbito do vetor sustentabilidade.

Tabela 7 - Resultados do painel nacional de especialistas

Indicadores - Dimensão Económica	Muito importante + extremamente importante
Rácio entre o número de dormidas na época alta e na época baixa	86.0%
Despesa média por turista	83.7%
Rácio da população empregada em época alta e em época baixa	83.7%
Percentagem de colaboradores com formação técnica adequada ao cargo	81.4%
Amplitude da sazonalidade	79,1%
Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos hoteleiros, por localização geográfica e tipo	79.1%
Taxa de sazonalidade	74.4%
Estada média nos estabelecimentos hoteleiros	72.1%
Rendimento médio por quarto dos estabelecimentos hoteleiros por localização geográfica e tipo	69.8%
Percentagem de empresas que oferece formação aos colaboradores	67.4%
Percentagem de colaboradores da hotelaria, restauração e transportes satisfeitos com as condições do trabalho	62.8%
O valor médio do ranking dos sítios da internet mantidos pelas entidades principais do destino.	62.8%
Rendimento disponível bruto das famílias por habitante	60.5%
Nível de satisfação dos colaboradores com os atributos que caracterizam a atividade profissional	60.5%
Rácio entre os ganhos médios mensais da hotelaria, restauração e transportes e os outros setores de atividade	53.5%
Percentagem de empresários satisfeitos com o volume de negócios	51.2%
Grau de importância para os colaboradores dos atributos que caracterizam a atividade profissional	51.2%

Percentagem de trabalhadores por nível de ensino	48.9%
Número médio de ações de formação frequentadas por um colaborador no período de referência	48.9%
Proporção de empresas com 10 e mais pessoas ao serviço com ligação à Internet através de banda larga por atividade económica	48.8%
Percentagem dos empresários satisfeitos com o apoio das câmaras municipais	32.6%
Nº de acessos telefónicos por 100 habitantes, por localização geográfica e tipo de acesso telefónico	25.6%
Indicadores - Dimensão Ambiental	Muito importante + extremamente importante
Poluição sonora	97.7%
Qualidade do ar	97.7%
Existência de estratégia local para redução de poluição sonora	95.3%
Percentagem esgotos tratados	95.3%
Qualidade da água superficial	93,1%
Satisfação dos turistas com a limpeza do destino	93.1%
Percentagem de turistas satisfeitos com a qualidade do ar	93.0%
Percentagem de zonas balneares com Bandeiras Azuis	93.0%
Qualidade da água de consumo	90,7%
Eficiência dos sistemas de drenagem e tratamento de águas residuais	90.7%
Percentagem de resíduos sólidos urbanos recolhidos seletivamente per capita	88.4%
Percentagem de população servida por sistemas de drenagem e tratamento de águas residuais	88.3%
Número de empresas com medidas de poupança energética	86.0%
Percentagem empresas envolvidas em programas de redução de desperdícios	86.0%
Percentagem de empresas dos setores de alojamento, restauração e similares que participam em programas e iniciativas de preservação de água no destino	81.4%
Percentagem de área geográfica protegida	79.1%
Volume de resíduos sólidos urbanos produzidos no destino	79.1%
Consumo de água abastecida pela rede pública (m ³) por localização geográfica	79.1%
Percentagem de empresas dos setores de alojamento, restauração e similares com certificação ambiental (ISO 14000)	74.4%
Número de ecopontos per capita	74.4%
Índice de utilização do solo	69.8%
Densidade das infraestruturas rodoviárias	69.8%

Indicadores - Dimensão sociocultural	Muito importante + extremamente importante
Percentagem de turistas satisfeitos e mais do que satisfeitos com a segurança	97.7%
Taxa de criminalidade por localização geográfica e categoria de crime	95,4%
Percentagem de residentes satisfeitos e mais do que satisfeitos com a segurança	95.4%
Percentagem de residentes que considera positivo e mais do que positivo o desenvolvimento turístico	83.8%
Percentagem de beneficiários diretos ou indiretos do Turismo	83.7%
Número de bens imóveis culturais por localização geográfica e tipo	74.4%
Número de visitantes de museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários por habitante	69.8%
Nº de recintos de espetáculos por localização geográfica	65.2%
Intensidade turística	65.1%
Despesa anual em cultura e desporto (€) dos municípios por localização geográfica	62.8%
Percentagem de população residente com o Ensino Superior	60.5%
Número de farmácias e postos farmacêuticos móveis por 1000 habitantes	58.2%
Saldo natural	55.9%
Números de camas por 1000 habitantes	55.8%
Densidade populacional	53.5%
Saldo migratório	51.2%
Percentagem de população estrangeira residente	34.9%

Na Tabela 8, encontram-se os resultados do painel internacional, relativamente à importância atribuída a cada dimensão e aos três vetores em estudo. De acordo com a ordem crescente da média dos pontos atribuídos a cada um dos vetores (cada especialista pontuou os três vetores de acordo com o grau de importância para a criação de índice para avaliação da qualidade de um destino turístico, totalizando 100 pontos), a experiência turística apresenta uma pontuação de 37.4, seguido da governança com 31.5 e da sustentabilidade com 31.1.

Tabela 8 – Resultados do painel internacional de especialistas

Dimensões da Governança	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
Participação	20.758	8.3139	5	40
Eficácia	17.669	7.5349	5	50
Partilha de informação	16.392	5.702	5	25
Estrutura	15.822	8.3659	5	50
Responsabilização	15.147	4.7212	5	25
Liderança	14.211	6.5105	5	35
Total	100			
Dimensões da Experiência Turística	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
Memórias da experiência	30.278	11.5847	10	60
Satisfação com a experiência global	25.694	8.1199	10	40
Qualidade global percebida da experiência	22.222	7.7868	10	45
Intenção de recomendar o destino	21.806	10.7007	5	50
Total	100			
Dimensões da Sustentabilidade	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
Económica	38.842	9.8517	20	70
Sociocultural	30.978	8.7426	10	60
Ambiental	30.181	6.4085	15	45
Total	100			
Vetores	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
Experiência turística	37.406	8.7692	20	60
Governança	31.464	9.1516	10	50
Sustentabilidade	31.131	7.7061	20	50
Total	100			

8. Aplicação do índice composto de avaliação da qualidade ao destino turístico Algarve

Na Tabela 9, aplica-se o índice composto de avaliação da qualidade (apurado através da revisão da literatura, dos inquéritos por questionário e dos painéis de especialistas) ao destino turístico Algarve, onde os scores obtidos têm um intervalo entre 1 (valor ótimo) e 0.

Verificou-se que alguns dos indicadores referentes às dimensões económica, sociocultural e ambiental do vetor sustentabilidade selecionados a partir da revisão da literatura e painéis de especialistas (Tabela 8) não eram, no momento da análise, facilmente operacionalizáveis e de fácil atualização para comparabilidade ao longo do tempo, pelo que foram excluídos da presente análise (Tabela 9).

Assim, através dos indicadores selecionados, obteve-se um índice geral de qualidade para o destino Algarve de **0.641**, num máximo de 1. A dimensão onde a pontuação é mais elevada é a experiência turística (0.335), seguida da sustentabilidade (0.1885), sendo a governança a dimensão que obtém um score mais baixo (0.121).

Tabela 9- Aplicação do índice composto de avaliação da qualidade ao destino Algarve

A. Vetores	B. Dimensões	C. Indicadores	D. Avaliação para o destino Algarve	D.1. Média dos itens sem ponderação	D.2. Variável composta (média com ponderação)	D.2. Fontes
Experiência turística (0.374 ¹) 0.335 (D2*A) (índice final do vetor ponderado)	Memórias da experiência (0.303 ²)	Nível de concordância sobre a memorabilidade da experiência Itens usados para mensurar o indicador: a. Terei recordações maravilhosas do destino b. Irei lembrar-me de muitos aspetos positivos do destino c. Não esquecerei a experiência que vivi no destino	83.0%	90.8%	89.7% (ΣD1*B)	Questionário aplicado a turistas Anexo 5 Q.1.q.; Q.1.r.; Q.1.s. (concordo + concordo totalmente)
	Satisfação com a experiência global (0.257 ²)	Nível de satisfação com a experiência global do destino	96.25%	96.25%		Questionário aplicado a turistas Anexo 5 Q.7 (satisfeito + muito satisfeito)
	Qualidade global percebida da experiência (0.222 ²)	Nível de concordância com a qualidade geral do destino	77.25%	77.25%		Questionário aplicado a turistas Anexo 5 Q.8 (muito boa + excelente)
	Intenção de recomendar o destino (0.218 ²)	Nível de concordância sobre a intenção de recomendar o destino	93.0%	93.0%		Questionário aplicado a turistas Anexo 5 Q.9 (provável + muito provável)

<p>Governança (0.315¹)</p> <p>0.121 (D2*A) (índice final do vetor ponderado)</p>	<p>Participação (0.208³)</p>	<p>Nível de concordância com a existência de parcerias no destino</p> <p>Itens usados para mensurar o indicador:</p> <p>a. São estabelecidas parcerias no âmbito do turismo.</p> <p>b. As parcerias são estabelecidas considerando a melhoria da qualidade da experiência proporcionada aos turistas.</p> <p>c. As parcerias são estabelecidas considerando os benefícios para o desenvolvimento sustentável do destino.</p> <p>d. Os resultados de um processo de consulta pública são partilhados.</p> <p>e. As parcerias são estabelecidas considerando a melhoria da qualidade de vida dos residentes.</p> <p>f. Existe uma política que identifica os critérios para o estabelecimento de parcerias.</p> <p>g. A política que promove as parcerias é apoiada por orientações públicas.</p> <p>h. A informação é disponibilizada atempadamente antes de um processo de consulta pública.</p>	<p>81.6%</p> <p>68.5%</p> <p>68.4%</p> <p>60.5%</p> <p>55.3%</p> <p>50.0%</p> <p>47.4%</p> <p>47.3%</p>	<p>57.3%</p>	<p>38.4% ($\Sigma D1 * B$)</p>	<p>Questionário Governança Anexo 3 (concordo + concordo totalmente)</p>
---	--	---	---	--------------	--	---

		i. Existem processos e mecanismos que garantem a participação equilibrada de todas organizações na tomada de decisões.	36.8%		
	Eficácia (0.177 ³)	Nível de concordância relativamente à eficácia das políticas e práticas de avaliação do destino Itens usados para mensurar o indicador:		28.6%	Questionário Governança (concordo + concordo totalmente)
		a. Os resultados das avaliações são utilizados para influenciar a tomada de decisões.	36.9%		
		b. Os resultados do desempenho da qualidade do destino turístico são comparados com o de outros destinos.	36.9%		
		c. Existe uma política que determina quando e como são avaliados os impactos gerados pelos projetos turísticos.	31.5%		
		d. Os resultados das avaliações são tornados públicos.	29.0%		
		e. Existe um sistema de monitorização e avaliação dos impactos da atividade turística.	26.4%		
		f. As organizações são envolvidas no desenvolvimento das políticas de	21.1%		

	avaliação. g. As avaliações são conduzidas por entidades independentes.	18.4%		
Partilha de informação (0.164 ³)	Nível de concordância relativamente a práticas de partilha de informação Itens usados para mensurar o indicador		41.8%	
	a. Existe um compromisso das organizações de resposta aos pedidos de informação.	63.2%		
	b. Existe um processo claro para solicitar informação.	47.4%		
	c. A informação é suficiente para efetuar diagnósticos sobre a qualidade do destino.	44.8%		
	d. As organizações foram envolvidas na definição da política de transparência.	36.9%		
	e. A informação ao dispor da comunidade é rigorosa.	36.9%		
	f. As organizações partilham informação de forma transparente.	31.6%		
	g. A informação existente é suficiente para participar nos processos de tomada de decisões.	31.6%		
				Questionário Governança Anexo 3 (concordo + concordo totalmente)

	Estrutura (0.158 ³)	a. O processo de tomada de decisão referente ao turismo é regulado por entidades nacionais. b. O processo de tomada de decisão referente ao turismo é fortemente burocratizado. c. O processo de tomada de decisão referente ao turismo é regulado pelas entidades regionais. d. O destino organiza-se numa estrutura formal e hierarquizada. e. O destino organiza-se numa estrutura informal caracterizada pela cooperação entre as organizações. f. O planeamento é participado por todas as organizações. g. O destino organiza-se numa estrutura informal caracterizada pela descentralização e delegação de poderes. h. O processo de tomada de decisão referente ao turismo está centralizado nas câmaras municipais.	50.0% 47.4% 26.4% 23.7% 21.1% 18.5% 13.1% 10.6%	26.4%		Questionário Governança Anexo 3 (concordo + concordo totalmente)
--	---	---	--	-------	--	--

	Responsabilização (0.151 ³)	Nível de concordância relativamente à existência de padrões e indicadores de responsabilização Itens usados para mensurar o indicador:		37.8%		Questionário Governança Anexo 3 (concordo + concordo totalmente)
		a. Conheço as organizações públicas e privadas do setor do turismo que têm intervenção nas decisões que afetam a atividade turística.	65.8%			
		b. A imagem do destino transmite a ideia de responsabilidade.	44.7%			
		c. Existem indicadores que medem os impactos do turismo sobre o ambiente.	42.1%			
		d. Existem indicadores que medem os impactos do turismo sobre a população residente.	39.5%			
		e. As organizações aderiram a normas de responsabilidade social ou prestação de contas.	34.2%			
		f. Existem mecanismos que asseguram a responsabilização das entidades pelas ações desenvolvidas.	29.0%			
		g. As organizações públicas e privadas participam na fixação de objetivos para o destino	23.7%			

		h. A responsabilidade das entidades que cooperam no âmbito do turismo está perfeitamente delimitada.	23.7%		
	Liderança (0.142 ³)	Nível de concordância relativamente à capacidade de liderança no destino Itens usados para mensurar o indicador:		33.1%	Questionário Governança Anexo 3 (concordo + concordo totalmente)
		a. A liderança regional está profundamente comprometida com os objetivos do destino.	39.5%		
		b. A liderança municipal está profundamente comprometida com os objetivos do destino.	36.8%		
		c. As lideranças fomentam a colaboração e a cooperação entre as organizações.	36.8%		
		d. As lideranças promovem a inovação.	34.2%		
		e. As lideranças suportam os esforços de melhoria da qualidade nas organizações.	34.2%		
		f. Existe liderança municipal no destino.	26.4%		
		g. Existe liderança regional no destino.	23.7%		

Sustentabilidade (0.311 ¹) 0.185 (D2*A) (índice final do vetor ponderado)	Económica (0.388 ⁴)	a. Ausência de sazonalidade nas dormidas (indicador convertido)	12%	44.0%	59.6%	INE ¹ Indicador ótimo: 1 / 12 meses = 0.08 mês Fórmula: $\frac{0.08 (3)}{0.470} \times 100$ 0.470 [Rácio entre o nº de dormidas na época alta (Julho-Setembro) e o total] Impactur (2013) (proveitos totais destino / proveitos total nacional) INE ² Indicador ótimo: 1 / 12 meses = 0.08 mês Fórmula: $\frac{0.08 (3)}{0.268} \times 100$ 0.268 [Rácio entre a população empregada no setor dos serviços em época alta (3º trimestre) e o total] INE ³
		b. Percentagem dos proveitos totais do destino em relação ao total nacional	31.8%			
		c. Ausência de sazonalidade na população empregada no setor dos serviços (indicador convertido)	89.6%			
		d. Taxa líquida de ocupação/camamentos nos estabelecimentos hoteleiros	42.7%			

	Sociocultural (0.310 ⁴)	a. Percentagem de turistas satisfeitos e mais do que satisfeitos com a segurança	76.5%	76.1%		Questionário turistas (Anexo 5) Q.5.g. (concordo + concordo totalmente)
		b. Taxa de não criminalidade (indicador reconvertido)	94.4%			Site INE ⁴ Fórmula= 1 - tx criminalidade x 100 Renda, A. (2012)
		c. Percentagem de residentes satisfeitos e mais do que satisfeitos com a segurança	52.8%			Questionário Residentes (Anexo 4) Q.3 (satisfeito + muito satisfeito)
		d. Percentagem de residentes que considera positivo e mais do que positivo o desenvolvimento turístico	80.6%			
	Ambiental (0.302 ⁴)	a. Qualidade da água superficial	99%	62.6%		APA (2012) Questionário turistas (Anexo 5) (concordo + concordo totalmente)
		b. Satisfação dos turistas com a limpeza do destino	79.4%			Média Q.5.3. e Q.5.8. (limpeza) Q.5.9 (qualidade do ar)
		c. Percentagem de turistas satisfeitos com a qualidade do ar	90%			ABAE (2013) (face ao total praias no Algarve: 130 de acordo com o Guia de Praias do Algarve – Turismo do Algarve)
		d. Percentagem de praias com Bandeiras Azuis	53.1%			INE ⁵ (face ao total da recolha de resíduos sólidos)
		e. Percentagem de resíduos sólidos urbanos recolhidos seletivamente	26%			

		f. Percentagem de população servida por sistemas de drenagem e tratamento de águas residuais	88%			INE ⁶
		g. Percentagem de estabelecimentos de alojamento classificados com certificação ambiental ISO 14000	2.4%			INE (2012) e IPA

Legenda:

	Vetor Experiência Turística
	Vetor Governança
	Vetor Sustentabilidade

¹ Pontuação distribuída pelo painel internacional para os três vetores (grau de importância), num total de 100 pontos (experiência turística + governança + sustentabilidade = 100 pontos)

² Pontuação distribuída pelo painel internacional para as quatro dimensões do vetor experiência turística (grau de importância), num total de 100 pontos (memórias da experiência turística + satisfação com a experiência global + qualidade percebida global da experiência + intenções de recomendação = 100 pontos)

³ Pontuação distribuída pelo painel internacional para as seis dimensões do vetor governança (grau de importância), num total de 100 pontos (participação + eficácia + partilha de informação + estrutura + responsabilização + liderança = 100 pontos)

⁴ Pontuação distribuída pelo painel internacional para as três dimensões do vetor sustentabilidade (grau de importância), num total de 100 pontos (económica + sociocultural + ambiental = 100 pontos)

Fontes:

ABAE – Associação Bandeira Azul da Europa (2013) Locais galardoados – Região Algarve. Acedido em www.abae.pt, no dia 27/06/13.

ALGAR – Valorização e Tratamento de Resíduos Sólidos, S.A. Dados cedidos pela Coordenação de Gestão de Informação.

APA (2012) Relatório do Estado do Ambiente – REA 2012 Portugal, Amadora, Agência Portuguesa do Ambiente.

ERSAR (2012) Relatório anual dos serviços de águas e resíduos em Portugal, Lisboa, Entidade Reguladora dos Serviços de Águas e Resíduos.

Impactur (2013) Relatório Anual 2012 Algarve, Faro, Impactur – Indicadores de Monitorização e Previsão da Atividade Turística.

INE¹ – Dormidas (N.º) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS – 2002) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Mensal – INE,

Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros Dados na Hotelaria, acedido em www.ine.pt, na data de 5/07/2013

INE² – População empregada (Série 2011 – N.º) por Local de residência (NUTS – 2002), Sexo, Setor de atividade económica (CAE Rev. 3) e Antiguidade no emprego; Trimestral – INE, Inquérito ao Emprego, acedido em www.ine.pt, na data de 5/07/2013.

INE³ – Taxa líquida de ocupação cama (%) nos estabelecimentos hoteleiros por Localização geográfica (NUTS – 2002) e Tipo (estabelecimento hoteleiro); Anual – INE, Inquérito à Permanência de Hóspedes e Outros Dados na Hotelaria, acedido em www.ine.pt, na data de 5/07/2013.

INE⁴ – Taxa de criminalidade (‰) por Localização geográfica e Categoria de crime; Anual – Direção-Geral da Política de Justiça, acedido em www.ine.pt, na data de 3/07/2013.

INE⁵ – Proporção de resíduos urbanos recolhidos seletivamente (%) por Localização geográfica (NUTS – 2001); Anual – INE, Estatísticas dos Resíduos Municipais, acedido em www.ine.pt, na data de 5/07/2013.

INE⁶ – População servida por sistemas de drenagem de águas residuais (%) por Localização geográfica (NUTS – 2001); Anual – INE, Inventário Nacional de Sistemas de Abastecimento de Água e de Águas Residuais, acedido em www.ine.pt, na data de 5/07/2013.

INE (2012) Anuário Estatístico da Região do Algarve 2011, Lisboa, INE.

IPA – Instituto Português de Acreditação, Base de Dados Nacional de Sistemas de Gestão Certificados, acedido em www.ipac.pt, na data de 11/07/2013.

Renda, A. (2012). Perceção do Residentes sobre o Impacto do Turismo na sua Qualidade de Vida: O Caso do Concelho de Loulé. Tese de Doutoramento em Turismo. Faculdade de Economia, Universidade do Algarve, Faro.

9. Recomendações

O desenvolvimento do projeto “Avaliação dos Destinos turísticos: O Caso do Algarve” possibilitou a criação de um índice compósito para a avaliação da qualidade de destinos turísticos.

A aplicação do respetivo índice ao destino turístico Algarve mostrou que alguns dos indicadores selecionados a partir da revisão da literatura e da análise realizada pelos painéis de especialistas não eram, no momento da análise, facilmente operacionalizáveis e atualizados permanentemente, de forma a permitir uma monitorização constante do destino, pelo que foram excluídos da análise.

A aplicação do índice proposto ao destino turístico Algarve permitiu verificar quais as áreas em que o destino deve apostar, de forma a melhorar a sua qualidade. No caso concreto em análise, a governança aparece como o vetor com um valor menos satisfatório, seguido da sustentabilidade, demonstrando a importância do desenvolvimento de ações integradas no destino no âmbito dos referidos vetores.

Recomenda-se futuramente a aplicação do índice proposto a outros destinos, possibilitando a comparação entre os mesmos, assim como o refinamento do próprio índice. Da mesma forma, a operacionalização futura do índice compósito com uma base tecnológica permitirá a sua utilização por parte das entidades responsáveis para monitorização da qualidade dos destinos turísticos de uma forma periódica e mais eficaz, auxiliando na tomada de decisões integradas visando o benefício de todos os *stakeholders*.

Bibliografia

Agência Portuguesa do Ambiente (2010). SIDS 2010 – Sistema de indicadores de Desenvolvimento Sustentável, Lisboa, APA, acessado em www.apambiente.pt.

Beaumont, N., e Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 7–28.

Beritelli, P. (2011a). Cooperation among prominent actors in a tourist destination. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 607–629.

Beritelli, P. (2011b). Do actors really agree on strategic issues?: Applying consensus analysis of stakeholder perceptions in tourist destination communities. *Tourism Analysis*, 16(3), 219–241.

Beritelli, P. (2011c). Power dimensions and influence reputation in tourist destinations: Empirical evidence from a network of actors and stakeholders. *Tourism Management*, 32(6), 1299–1309.

Beritelli, P., Bieger, T., e Laesser, C. (2007). Destination governance: Using corporate governance theories as a foundation for effective destination management. *Journal of Travel Research*, 46(1), 96–107.

Blancas, F., Caballero, R., González, M., Lozano-Oyola, M., e Pérez, F. (2010). Goal programming synthetic indicators: An application for sustainable tourism in Andalusian coastal counties. *Ecological Economics*, 69(11), 2158–2172.

Blancas, F., González, M., Lozano-Oyola, M., e Pérez, F. (2010). The assessment of sustainable tourism: Application to Spanish coastal destinations. *Ecological Indicators*, 10(2), 484–492.

Bramwell, B., e Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–

421.

Butler, R. (1993). Tourism – an evolutionary perspective. In J. G. Nelson, R. Butler e G. Wall (Eds.) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing* (pp.26–43). Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo.

Catter, E. (1993). Ecotourism in the Third World: problems for sustainable tourism developments. *Tourism Management*, 2, 85–90.

Coccosis, H. (1996). Tourism and sustainability: perspectives and implications. In G. E. Priestley (Ed.) *Sustainable Tourism: European Experiences* (pp. 1–21). Wallingford, UK, CAB International.

Comissão Europeia. (2001). Governança Europeia, Um livro branco, Bruxelas, Comissão das Comunidades Europeias.

Dolcos, F., e Cabeza, R. (2002). Event-related potentials of emotional memory: Encoding pleasant, unpleasant, and neutral pictures. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 2(3), 252–263.

Dredge, D. (2010). Place change and tourism development conflict: Evaluating public interest. *Tourism Management*, 31(1), 104–112.

Dredge, D. e Pforr, C. (2008). Policy Networks and tourism governance. In N. Scott, R. Baggio e C. Cooper (Eds.) *Network analysis and tourism: From theory to practice* (pp.58–76). Clevedon, England, Channel View Publications.

Erkuş-Öztürk, H., e Eraydın, A. (2010). Environmental governance for sustainable tourism development: Collaborative networks and organisation building in the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 31(1), 113–124.

European Communities (2003). A manual for evaluating the quality performance of tourist destinations and services. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.

Garrod, B., e Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism? *Tourism Management*, 19, 199–212.

HAP International (2007). HAP Standard in Accountability and Quality Management, Geneva, HAP International.

Hein, W. (1997). Tourism and sustainable development: empirical analysis and concepts of sustainability – a systems approach. In W. Hein (Ed.) *Tourism and Sustainable Development*, No.41. (pp. 359–400). Hamburg, Schriften des Deutschen Übersee-Instituts.

Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850–867.

Jennings, G., e Nickerson, N. (2006). *Quality tourism experiences*. USA, Elsevier.

Jurado, N.E. et al. (2012). Carrying capacity assessment for tourist destinations. Methodology for the creation of synthetic indicators applied in a coastal area. *Tourism Management*, 33(6), 1337–1346.

Kim, J., Ritchie, J.R.B., e McCormick, B. (2012). Development of a Scale to Measure Memorable Tourism Experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12–25.

Lozano–Oyola, M., Blancas, F., González, M., e Caballero, R. (2012). Sustainable tourism indicators as planning tools in cultural destinations. *Ecological Indicators*, 18, 659–675.

McKercher, B. (1993). The unrecognised threat to tourism: Can Tourism Service Sustainability. *Tourism Management*, 14(2), 131–136.

McKercher, B. (1999). A chaos approach to tourism. *Tourism Management*, 20(4), 425–434.

Moniz, A. I. (2009). A sustentabilidade em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores. Ponta Delgada, Centro de Estudos de Economia Aplicada

do Atlântico.

Muller, H. (1994). The thorny path to sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*, 2, 131–136.

OECD (2006). OECD Principles of Corporate Governance. France, OECD.

Oh, H., Fiore, A., e Jeoung, M. (2007). Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119–132.

Oh, H., e Parks, S.C. (1997). Customer satisfaction and service quality: a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry. *Hospitality Research Journal*, 20(3), 35–64.

One World Trust (2011). Pathways to Accountability II, the 2011 revised global Accountability Framework, Report on the stakeholder consultation and the new indicator framework, London, One World Trust.

Pine, B. J., e Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston Mass., Harvard Business School Press.

Ruhanen et al. (2010). Governance: a review and synthesis of the literature. *Tourism Review*, 65(4), 4–16.

Silva, J.A, Mendes, J., e Guerreiro, M. M. (2001). Construção de Indicadores de Avaliação da Qualidade no Turismo, Lisboa, Direção Geral do Turismo.

Silva, J.A. (coord.) (2005). *O Destino Turístico Arade – Uma Estratégia de Intervenção. Avaliação da Qualidade no Destino Turístico*, Agência do Arade.

Svensson, B., Nordin, S., e Flagestad, A. (2005). A governance perspective on destination development—exploring partnerships, clusters and innovation systems. *Tourism Review*, 60(2), 32–37.

Turismo de Portugal (2010). Relatório de Sustentabilidade: Atuar para o desenvolvimento sustentável 2010, Lisboa, Turismo de Portugal.

UNWTO. (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations, A Guidebook, Madrid, UNWTO.

UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable – A Guide to Policy Makers, Madrid, UNWTO.

UNWTO. (2010). Survey on Destination Governance, Evaluation report, Destination management programme, Madrid, UNWTO.

Wesley, A., e Pforr, C. (2010). The governance of coastal tourism: Unravelling the layers of complexity at Smiths Beach, Western Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 773–792.

World Economic Forum (2011). The travel and tourism competitiveness report 2011, Geneva, World Economic Forum.

Yüksel, F., Bramwell, B., e Yüksel, A. (2005). Centralized and decentralized tourism governance in Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 859–886.

Apêndices

Apêndice 1

PAINEL NACIONAL DE ESPECIALISTAS

Uma equipa de investigadores da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve encontra-se a desenvolver um projeto que visa determinar um Índice de Qualidade para um Destino Turístico. O objetivo deste índice é avaliar a qualidade dos destinos turísticos, que de acordo com o modelo em desenvolvimento, depende de três vetores principais (Governança, Experiência turística e Sustentabilidade), cada qual organizado num conjunto de dimensões.

Um resultado importante do nosso estudo é a seleção de um conjunto de indicadores para avaliar cada uma das dimensões do vetor Sustentabilidade (Económica, Ambiental e Sociocultural). Estes indicadores estão organizados em áreas chave, apresentadas a seguir.

Gostaríamos de convidá-lo a participar nesta investigação, completando o questionário seguinte. Em concreto, pretendemos que nos diga em que medida considera importante cada indicador apresentado na avaliação da Sustentabilidade de um destino.

A sua resposta é muito importante para nós. Caso tenha alguma questão, necessite de algum esclarecimento ou seja impossível participar neste estudo, agradecemos que nos contacte através do correio eletrónico dlagapito@ualg.pt.

Obrigado pela sua colaboração.

João Albino Silva
Responsável do projeto
Faculdade de Economia
Universidade do Algarve

Atribua importância aos seguintes indicadores na mensuração da sustentabilidade económica de um destino, assinalando com um X a opção desejada.

A. INDICADORES DA SUSTENTABILIDADE ECONÓMICA

ID	ÁREAS CHAVE	INDICADOR	1 Nada importante	2 Pouco importante	3 Moderadamente	4 Muito Importante	5 - Extremamente importante
SE 01	Benefícios económicos do turismo para a comunidade e	Despesa média por turista					
SE 02	Benefícios económicos do turismo para a comunidade e para o destino	Estada média nos estabelecimentos hoteleiros					
SE 03	Benefícios económicos do turismo para a comunidade e para o destino	Rendimento disponível bruto das famílias por habitante					
SE 04	Benefícios económicos do turismo para a comunidade e para o destino	Rácio entre os ganhos médios mensais da hotelaria, restauração e transportes e os outros setores de atividade					
SE 05	Sazonalidade da atividade turística	Amplitude da sazonalidade					
SE 06	Sazonalidade da procura turística	Rácio entre o número de dormidas na época alta e na época baixa					
SE	Sazonalidade da procura turística	Taxa de sazonalidade					
SE 08	Sazonalidade do emprego no turismo	Rácio da população empregada em época alta e em época baixa					
SE 09	Competitividade do Destino turístico	Taxa líquida de ocupação cama nos estabelecimentos hoteleiros					
SE 10	Competitividade do Destino turístico	Rendimento médio por quarto dos estabelecimentos hoteleiros					
SE 11	Satisfação dos empresários do turismo	Percentagem de empresários satisfeitos com o volume de negócios					
SE 12	Satisfação dos empresários do turismo	Percentagem dos empresários satisfeitos com o apoio das câmaras municipais					
SE 13	Satisfação dos colaboradores do turismo	Grau de importância para os colaboradores dos atributos que caracterizam a atividade profissional					
SE 14	Satisfação dos colaboradores do turismo	Nível de satisfação dos colaboradores com os atributos que caracterizam a atividade profissional					
SE 15	Desenvolvimento e formação dos recursos humanos	Percentagem de empresas que oferece formação aos colaboradores					
SE 16	Desenvolvimento e formação dos recursos humanos	Percentagem de colaboradores da hotelaria, restauração e transportes satisfeitos com as condições do trabalho					
SE 17	Desenvolvimento e formação dos recursos humanos	Percentagem de trabalhadores por nível de ensino					
SE 18	Desenvolvimento e formação dos recursos humanos	Número médio de ações de formação frequentadas por um colaborador					
SE 19	Desenvolvimento e formação dos recursos humanos	Percentagem de colaboradores com formação técnica adequada ao cargo					
SE 20	Infraestrutura das tecnologias da informação e comunicação	Nº de acessos telefónicos por 100 habitantes, por localização geográfica e tipo de acesso telefónico					
SE 21	Infraestrutura das tecnologias da informação e comunicação	Proporção de empresas com 10 e mais pessoas ao serviço com ligação à Internet através de banda larga (%) por Atividade económica					
SE 22	Infraestrutura das tecnologias da informação e comunicação	O valor médio do ranking dos sítios da internet mantidos pelas entidades principais do destino.					

Atribua importância aos seguintes indicadores na mensuração da sustentabilidade ambiental de um destino, assinalando com um X a opção desejada.

B. INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

ID	ÁREAS CHAVE	INDICADOR	1 Nada important	2 Pouco importante	3 Moderadamente Importante	4 Muito Importante	5 Extremamente importante
SA 01	Proteção das áreas naturais	Percentagem de área geográfica protegida					
SA 02	Gestão ambiental – certificação de qualidade	Percentagem de empresas dos setores de alojamento, restauração e similares com certificação ambiental (ISO 14000)					
SA 03	Intensidade e utilização do solo	Índice de utilização do solo					
SA 04	Conservação, disponibilidade e qualidade da água	Consumo de água abastecida pela rede pública (m³) por Localização geográfica					
SA 05	Conservação, disponibilidade e qualidade da água	Percentagem empresas dos setores de alojamento, restauração e similares que participam em programas e iniciativas de preservação de água no destino					
SA 06	Conservação, disponibilidade e qualidade da água	Qualidade da água de consumo					
SA 07	Conservação, disponibilidade e qualidade da água	Qualidade da água superficial					
SA 08	Gestão das praias – certificação de qualidade	Percentagem Zonas balneares com Bandeiras Azuis					
SA 09	Tratamento de esgotos	Percentagem esgotos tratados					
SA 10	Tratamento de esgotos	Percentagem população servida por sistemas de drenagem e tratamento de águas residuais					
SA 11	Tratamento de esgotos	Eficiência dos sistemas de drenagem e tratamento de águas residuais					
SA 12	Gestão de energia	Número de empresas com medidas de poupança energética					
SA 13	Gestão de resíduos sólidos	Volume de resíduos sólidos urbanos produzidos no destino					
SA 14	Gestão de resíduos sólidos	Percentagem de resíduos sólidos urbanos recolhidos seletivamente per capita					
SA 15	Gestão de resíduos sólidos	Número de ecopontos per capita					
SA 16	Gestão de resíduos sólidos	Percentagem empresas envolvidas em programas de redução de desperdícios					
SA 17	Perceção dos turistas da limpeza	Satisfação dos turistas com a limpeza do destino					
SA 18	Poluição atmosférica	Qualidade do ar					
SA 19	Poluição atmosférica	Percentagem de Turistas satisfeitos com a Qualidade do Ar					
SA 20	Poluição atmosférica	Existência de estratégia local para redução de poluição sonora					
SA 21	Poluição atmosférica	Poluição sonora					

SA 22	Rede rodoviária	Densidade das infraestruturas rodoviárias					
----------	-----------------	---	--	--	--	--	--

Atribua importância aos seguintes indicadores na mensuração da sustentabilidade sociocultural de um destino, assinalando com um X a opção desejada.

C. INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE SOCIOCULTURAL

ID	ÁREAS CHAVE	INDICADOR	1 – Nada importante	2 – Pouco importante	3 – Moderadamente Importante	4 – Muito Importante	5 – Extremamente importante
SC01	Efeitos sobre a comunidade	Números de camas (lotação praticada) por 1000 habitantes					
SC02	Efeitos sobre a comunidade	Número de farmácias e postos farmacêuticos móveis por 1000 habitantes					
SC03	Efeitos sobre a comunidade	Percentagem de beneficiários diretos ou indiretos do Turismo					
SC04	Efeitos sobre a comunidade	Percentagem de residentes que considera positivo e mais do que positivo o desenvolvimento turístico					
SC05	Capacidade de apoio social do destino	Intensidade Turística					
SC06	Capacidade de apoio social do destino	Percentagem de população estrangeira residente					
SC07	Segurança	Taxa de criminalidade (%) por Localização geográfica e Categoria de crime					
SC08	Segurança	Percentagem de turistas satisfeitos e mais do que satisfeitos com a segurança					
SC09	Segurança	Percentagem de residentes satisfeitos e mais do que satisfeitos com a segurança					
SC10	Conservação do património cultural	Número de bens imóveis culturais por Localização geográfica (NUTS – 2002) e Tipo (bem imóvel cultural)					
SC11	Conservação do património cultural	Número de visitantes de museus, jardins zoológicos, botânicos e aquários por habitante					
SC12	Conservação do património cultural	Recintos de espetáculos (N.º) por Localização geográfica					
SC13	Conservação do património cultural	Despesa anual em cultura e desporto (€) dos municípios por Localização geográfica					
SC14	Efeitos do turismo na estrutura da população	Densidade populacional					
SC15	Efeitos do turismo na estrutura da população	Saldo migratório					
SC16	Efeitos do turismo na estrutura da população	Saldo natural					
SC17	Efeitos do turismo na estrutura da população	Taxa de escolaridade do nível de ensino superior (Série 2011 – %) da população residente com idade entre 25 e 64 anos por Local de residência (NUTS – 2002), Sexo e Grupo etário; Anual					

Apêndice 2

PAINEL INTERNACIONAL DE ESPECIALISTAS

A team of researchers from the University of the Algarve (Portugal) is involved in a project that intends to evaluate and monitor the quality of a tourism destination. According to the model we are developing, the performance of a destination depends on three major vectors (Governance, Tourist Experience, and Sustainability) each one measured by a set of dimensions (listed in the questionnaire below). One important outcome of our study is to weight these vectors and dimensions in order to build a Destination Quality Index.

We would like to invite you to participate in this important investigation by completing the following questionnaire. In short, we are asking your perception about how these vectors and dimensions should be weighted in order to classify a destination as a “quality destination”. It is very important that we hear from you. If you have any queries, or it is impossible to participate in this survey, please contact us by email dlagapito@ualg.pt.

Thank you for your collaboration.

João Albino Silva
Project leader
Faculty Economics
University of Algarve

A. Out of 100 points, what percentage do you assign to each of the following Governance Dimensions in a “quality destination”?

GOVERNANCE DIMENSIONS	WEIGHTING (%)
<p>Involvement</p> <p>Refers to the myriad of stakeholders (or actors) that should have a voice in the decision-making process of the tourism destination. Involvement also encompasses the systems and mechanisms in place at the destination to foster the participation of the stakeholder groups in decision-making and planning decisions.</p>	
<p>Transparency</p> <p>Refers to the sharing of information and acting in an open manner. The stakeholders have access to accurate and updated information regarding on-going operations and future plans at the destination, thus enabled to participate in and monitor the situation.</p>	
<p>Accountability</p> <p>Refers to the delimitation of responsibility of public and private actors involved in activities, projects, and initiatives at the destination as well as the ownership of the tasks undertaken and the outcomes of the decision process.</p>	
<p>Effectiveness</p> <p>Refers to the capacity for a tourism destination to fulfil its objectives.</p>	
<p>Structure</p> <p>Refers to the examination and regulation of relationships among stakeholders. This capacity determines whether one single organization is responsible for all decisions or different organizations or agencies (for example, at local, state, or national levels) are involved in decision making and performance.</p>	
<p>Power</p> <p>Refers to the decision-making power that that companies and private bodies enjoy vs. the authority of government bodies in a given destination.</p>	
TOTAL	100

B. Out of 100 points, what percentage do you assign to each of the following Tourism Experience Dimensions in a “quality destination”?

TOURIST EXPERIENCE DIMENSIONS	WEIGHTING (%)
<p>Memories of the experience Remembering a particular event. Memories involve both cognitive and affective readiness of relevant information.</p>	
<p>Global perceived quality of the experience Overall excellence of the target destination or experience.</p>	
<p>Satisfaction with the overall experience Summary psychological state arising immediately from consumption experience.</p>	
<p>Intent to recommend the tourism destination Willingness to suggest or endorse the destination to friends and relatives.</p>	
<p>TOTAL</p>	100

C. Out of 100 points, what percentage do you assign to each of the following Sustainability Dimensions in a “quality destination”?

SUSTAINABILITY DIMENSIONS	(%)
<p>Economic Ensure viable, long-term economic operations, providing fair distribution of socioeconomic benefits to all stakeholders. Seven key economic sustainability aspects were considered to evaluate this dimension: Economic benefits of tourism for the host community and destination, Seasonality, Destination competitiveness, Tourism employer’s and employee’s satisfaction, human resource development and ICT infrastructure.</p>	
<p>Environmental Make optimal use of environmental resources which are key elements in tourism development, maintaining essential ecological processes, and helping to conserve natural heritage and biodiversity. Ten key environmental sustainability aspects were considered to evaluate this dimension: Protection of natural areas, Environmental management, Land use intensity, Water quality, availability and conservation, Beach management, Sewage treatment, Energy management, Solid waste management, Tourist perception of cleanliness, Atmospheric contamination and Network road.</p>	
<p>Social and cultural Respect the sociocultural authenticity of host communities; conserve their built and living cultural heritage and traditional values. Five key sociocultural aspects were considered to evaluate this dimension: Social effects of tourism on host community, Destination safety, Conservation of cultural heritage, Social-carrying capacity of the destination and Effects of tourism on population structure.</p>	
TOTAL	100

D. Finally, now that you are familiar with our Governance, Tourist Experience, and Sustainability vectors and their dimensions, out of 100 points, what percentage do you assign to each of the three vectors?

VECTORS OF DESTINATION QUALITY INDEX	(%)
A. GOVERNANCE	
B. TOURIST EXPERIENCE	
C. SUSTAINABILITY	
TOTAL	100

Apêndice 3

QUESTIONÁRIO GOVERNANÇA

QUESTIONÁRIO

Este questionário foi desenvolvido no âmbito de um projeto de investigação da Universidade do Algarve sobre a Gestão da Qualidade dos Destinos Turísticos, cuja coordenação é da responsabilidade do Professor João Albino Silva. O tema deste questionário é a Governança e é dirigido a todos os responsáveis com intervenção direta nas decisões que afetam o desenvolvimento da atividade turística no Algarve. Selecionamos um painel de organizações, onde se inclui a organização que representa. O questionário é confidencial e de rápido preenchimento. A equipa de investigadores agradece a sua colaboração.

INSTRUÇÕES

Para o correto preenchimento do questionário bastará expressar o seu grau de concordância relativamente ao conjunto de afirmações apresentado, usando a escala fornecida.

DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

--

Identifique a organização a que pertence (insira o nome no campo seguinte):

--

Identifique o tipo de organização, selecionando uma das opções do campo seguinte:

--

PARTICIPAÇÃO							
Expresse o seu grau de concordância com as afirmações seguintes usando a escala:							
1 = Discordo totalmente	4 = Concordo	1	2	3	4	5	
2 = Discordo	5 = Concordo totalmente						N/a
3 = Não concordo nem discordo	N/a = Não se aplica						
Q1	São estabelecidas parcerias no âmbito do turismo.						

PARTICIPAÇÃO						
Q2	Existe uma política que identifica os critérios para o estabelecimento de parcerias.					
Q3	A política que promove as parcerias é apoiada por orientações públicas.					
Q4	Existem processos e mecanismos que garantem a participação equilibrada de todas organizações na tomada de decisões.					
Q5	A informação é disponibilizada atempadamente antes de um processo de consulta pública.					
Q6	Os resultados de um processo de consulta pública são partilhados.					
Q7	As parcerias são estabelecidas considerando a melhoria da qualidade da experiência proporcionada aos turistas.					
Q8	As parcerias são estabelecidas considerando os benefícios para o desenvolvimento sustentável do destino.					
Q9	As parcerias são estabelecidas considerando a melhoria da qualidade de vida dos residentes.					
PARTILHA DE INFORMAÇÃO						
Expresse o seu grau de concordância com as afirmações seguintes usando a escala:						
1 = Discordo totalmente 4 = Concordo 2 = Discordo 5 = Concordo totalmente 3 = Não concordo nem N/a = Não se aplica discordo		1	2	3	4	5 N/a
Q1	As organizações partilham informação de forma transparente.					
Q2	As organizações foram envolvidas na definição da política de transparência.					
Q3	Existe um compromisso das organizações de resposta aos pedidos de informação.					

PARTICIPAÇÃO						
Q4	Existe um processo claro para solicitar informação.					
Q5	A informação ao dispor da comunidade é rigorosa.					
Q6	A informação existente é suficiente para participar nos processos de tomada de decisões.					
Q7	A informação é suficiente para efetuar diagnósticos sobre a qualidade do destino.					

RESPONSABILIZAÇÃO						
Expresse o seu grau de concordância com as afirmações seguintes usando a escala:						
1 = Discordo totalmente 4 = Concordo		1	2	3	4	5
2 = Discordo 5 = Concordo totalmente						N/a
3 = Não concordo nem N/a = Não se aplica discordo						
Q1	Conheço as organizações públicas e privadas do setor do turismo que têm intervenção nas decisões que afetam a atividade turística.					
Q2	As organizações públicas e privadas participam na fixação de objetivos para o destino					
Q3	A responsabilidade das entidades que cooperam no âmbito do turismo está perfeitamente delimitada.					
Q4	Existem mecanismos que asseguram a responsabilização das entidades pelas ações desenvolvidas.					
Q5	Existem indicadores que medem os impactos do turismo sobre o ambiente.					
Q6	Existem indicadores que medem os impactos do turismo sobre a população residente.					
Q7	As organizações aderiram a normas de Responsabilidade					

	sociã ou prestação de contas.						
Q8	A imagem do destino transmite a ideia de responsabilidade.						
EFICÁCIA							
Expresse o seu grau de concordância com as afirmações seguintes usando a escala:							
1 = Discordo totalmente 4 = Concordo		1	2	3	4	5	N/a
2 = Discordo 5 = Concordo totalmente							
3 = Não concordo nem N/a = Não se aplica							
discordo							
Q1	Existe uma política que determina quando e como são avaliados os impactos gerados pelos projetos turísticos.						
Q2	As organizações são envolvidas no desenvolvimento das políticas de avaliação.						
Q3	Existe um sistema de monitorização e avaliação dos impactos da atividade turística.						
Q4	Os resultados das avaliações são tornados públicos.						
Q5	Os resultados das avaliações são utilizados para influenciar a tomada de decisões.						
Q6	As avaliações são conduzidas por entidades independentes.						
Q7	Os resultados do desempenho da qualidade do destino turístico são comparados com o de outros destinos.						
ESTRUTURA							
Expresse o seu grau de concordância com as afirmações seguintes usando a escala:							
1 = Discordo totalmente 4 = Concordo		1	2	3	4	5	N/a
2 = Discordo 5 = Concordo totalmente							
3 = Não concordo nem N/a = Não se aplica							
discordo							

Q1	O planeamento é participado por todas as organizações.							
-----------	--	--	--	--	--	--	--	--

Q2	O processo de tomada de decisão referente ao turismo é fortemente burocratizado.						
Q3	O processo de tomada de decisão referente ao turismo está centralizado nas câmaras municipais.						
Q4	O processo de tomada de decisão referente ao turismo é regulado pelas entidades regionais.						
Q5	O processo de tomada de decisão referente ao turismo é regulado por entidades nacionais.						
Q6	O destino organiza-se numa estrutura informal caracterizada pela descentralização e delegação de poderes.						
Q7	O destino organiza-se numa estrutura informal caracterizada pela cooperação entre as organizações.						
Q8	O destino organiza-se numa estrutura formal e hierarquizada.						

LIDERANÇA									
Expresse o seu grau de concordância com as afirmações seguintes usando a escala:									
1 = Discordo totalmente		4 = Concordo		1	2	3	4	5	N/a
2 = Discordo		5 = Concordo totalmente							
3 = Não concordo nem		N/a = Não se aplica							
discordo									
Q1	Existe liderança regional no destino.								
Q2	Existe liderança municipal no destino.								
Q3	A liderança regional está profundamente comprometida com os objetivos do destino.								
Q4	A liderança municipal está profundamente comprometida com os objetivos do destino.								
Q5	As lideranças fomentam a colaboração e a cooperação entre as organizações.								
Q6	As lideranças promovem a inovação.								

Q7	As lideranças suportam os esforços de melhoria da qualidade nas organizações.							
-----------	---	--	--	--	--	--	--	--

Apêndice 4

QUESTIONÁRIO RESIDENTES

Refira o seu grau de concordância com as afirmações que se seguem:

P1. Em que medida está de acordo ou em desacordo com os seguintes efeitos do desenvolvimento turístico na sua localidade?

PERCEÇÃO DOS EFEITOS DO TURISMO	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente	Não sei
O turismo aumenta as oportunidades de trabalho						
O turismo contribui para a melhoria do rendimento e do nível de vida dos cidadãos residentes						
O turismo aumenta o custo de vida						
O turismo melhora a qualidade de vida						
Devido ao turismo há uma maior disponibilidade de serviços e atividades recreativas e culturais						
O turismo converte esta localidade num lugar mais atrativo e interessante para viver						
O turismo permite um maior conhecimento de outras culturas/comunidades						
Graças ao turismo os habitantes sentem-se mais orgulhosos de pertencer à sua comunidade						
Graças ao turismo há mais parques e zonas de recreio						
Graças ao turismo há um melhor nível de proteção policial						
Graças ao turismo há uma melhoria de infraestruturas (estradas, abastecimento de água, eletricidade, telefone, etc.)						
O turismo constitui um incentivo para a preservação da cultura local						
O turismo constitui um incentivo para a conservação dos recursos naturais						
O turismo constitui um incentivo para a manutenção e restauração de edifícios históricos						
O turismo permite melhorar a qualidade dos serviços públicos para os residentes						
O turismo faz com que o custo de vida aumente						

O turismo beneficia apenas um pequeno número de residentes						
O turismo faz aumentar os problemas de tráfego e estacionamento						
O turismo faz aumentar o roubo e o vandalismo						
O turismo leva a uma alteração da cultura tradicional						
Não existem problemas de convivência entre residentes e turistas						
O turismo ocasiona perda de tranquilidade na região						
O turismo provoca danos no ambiente natural e paisagístico						
O turismo leva a um crescimento desordenado de urbanizações e centros urbanos						
O turismo leva à destruição da arquitetura tradicional						
O turismo leva a um aumento da deterioração ambiental (lixo, águas, ar e ruído)						
O turismo leva a uma massificação de espaços de uso público (praias, campo, praças, ruas....)						
O turismo leva à saturação dos serviços de saneamento						
O turismo piora a qualidade dos serviços locais (grandes filas e atrasos em restaurantes, lojas, atrações turísticas...)						
O turismo provoca mais benefícios do que custos						

P2. Estou a favor de um maior desenvolvimento turístico na minha localidade.

Discordo totalmente	Discordo	Nem concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente

P3. Em que medida está satisfeito com o grau de desenvolvimento turístico no seu concelho de residência:

Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem insatisfeito nem satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

P4. A sua atividade profissional está/esteve relacionada com o setor turístico (hotéis, restaurantes, atrações turísticas, etc.)?

Sim	Não

P5. Tem/teve algum membro da sua família empregado em atividades relacionadas com o setor turístico?

Sim	Não

P6. Em que medida considera que o desenvolvimento turístico da região beneficia direta ou indiretamente a sua situação pessoal?

Nada	Pouco	Nem muito nem pouco	Bastante	Muito

Caracterização sociodemográfica

P7. Género

Homem	Mulher

P8. Idade: _____
P9. Estado civil

Casado/a	Solteiro/a	Outros

P10. Concelho de residência:

Concelho de Albufeira	Concelho de Lagoa	Concelho de Lagos	Concelho de Loulé	Concelho de Portimão

P11. Há quantos anos reside nesta localidade? _____

P12. Nível de estudos concluído

Sem estudos	Primário	Secundário	Profissional	Bacharelato ou Licenciatura	Mestrado ou Doutoramento

P13. Situação profissional:

Trabalhador por conta de outrem		Trabalhador por conta própria	
Funcionário público		Reformado	
Estudante		Doméstica	
Desempregado		Outra (Qual?)	

--- OBRIGADA PELA SUA COLABORAÇÃO ---

Apêndice 5

QUESTIONÁRIO TURISTAS

Este questionário faz parte de um projeto de investigação da Universidade do Algarve sobre a Gestão da Qualidade dos destinos turísticos. O questionário é confidencial e de fácil preenchimento. A equipa de investigadores agradece a sua colaboração.

1. Para cada uma das afirmações seguintes, indique o nível de concordância, assinalando a opção adequada.

Item	Discordo totalmente	Discordo	Não concordo nem discordo	Concordo	Concordo totalmente	N/A
a. A experiência tornou-me mais informado.						
b. Aprendi muito.						
c. A minha curiosidade foi estimulada para aprender coisas novas.						
d. Foi uma verdadeira experiência de aprendizagem						
e. Senti-me em verdadeira harmonia.						
f. Só o facto de ter estado aqui foi muito agradável.						
g. A paisagem é muito desinteressante.						
h. A paisagem é bastante atraente.						
i. Foi engraçado observar as atividades dos outros.						
j. Foi cativante observar os outros em atividade.						
k. Gostei muito de observar o que os outros faziam.						
l. Foi divertido observar as atividades dos outros.						
m. Senti que representei uma personagem diferente.						
n. Senti-me como se estivesse a viver noutra época ou lugar.						

o. A experiência que vivi permitiu-me imaginar ser outra pessoa						
p. Evadi-me totalmente da realidade.						
q. Terei recordações maravilhosas do Algarve.						
r. Irei lembrar-me de muitos aspetos positivos do Algarve.						
s. Não esquecerei a experiência que vivi no Algarve.						

2. A estadia no Algarve foi interessante? Escolha a opção mais adequada.

Nada	Pouco	Moderadamente	Muito	Extremamente

3. A estadia no Algarve foi estimulante? Escolha a opção mais adequada.

Nada	Pouco	Moderadamente	Muito	Extremamente

4. A estadia no Algarve foi emocionante? Escolha a opção mais adequada.

Nada	Pouco	Moderadamente	Muito	Extremamente

5. As seguintes afirmações foram concebidas para recolher a sua opinião sobre a qualidade de aspetos específicos relacionados com a sua estadia no Algarve. Para cada uma das afirmações, indique o seu nível de concordância, assinalando a opção correta.

Item	Discordo totalmente	Discordo	Não discordo nem concordo	Concordo	Concordo totalmente	N/A
As condições de trânsito no Algarve são boas.						
A sinalização rodoviária é clara e útil.						
As praias são limpas.						

Encontro sempre lugar na praia.						
Em geral, as pessoas são amigáveis.						

Os Algarvios são bastante hospitaleiros para os turistas.						
É seguro andar sozinho no Algarve.						
As ruas são muito limpas.						
O ar é bastante despoluído.						

6. Em geral, como classifica o seu grau de satisfação com a sua estadia no Algarve?

Muito insatisfeito	Insatisfeito	Nem insatisfeito nem satisfeito	Satisfeito	Muito satisfeito

7. Em geral, como classifica a sua experiência no Algarve?

Terrível	Muito insatisfeito	Nem insatisfeito nem satisfeito	Muito satisfeito	Encantado

8. Em geral, como classifica a qualidade da sua experiência no Algarve?

Muito Pobre	Pobre	Razoável	Muito boa	Excelente

9. Indique a probabilidade de recomendar o Algarve aos seus amigos e família

Muito improvável	Improvável	Neutro	Provável	Muito provável

Caracterização sociodemográfica

Nacionalidade		Homem		Mulher	
---------------	--	-------	--	--------	--

Estado civil					
Solteiro		Casado/União de facto		Outro	

Idade		Nível de educação	
-------	--	-------------------	--

Profissão/ocupação atual	
--------------------------	--

Rendimento mensal do agregado familiar			
Inferior a 1000 €		Entre 3000 € e 4000 €	
Entre 1000 € e 2000 €		Entre 4000 € e 5000 €	
Entre 2000 € e 3000 €		Superior a 5000 €	