



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

Sustainable Tourism through Networking and Collaboration



Módulo 1:

Módulo 1. Gestão Sustentável no Setor do Turismo

Tabela de Conteúdos

Unidade 1.1 Introdução ao turismo sustentável

Unidade 1.2 Agenda da UE para turismo sustentável: regulamentos, recomendações e iniciativas

Unidade 1.3 Critérios de turismo sustentável e indicadores de desempenho: abordagem GSTC

Unidade 1.4 Sistemas de gestão de turismo sustentável

Palavras-Chave

Turismo Sustentável; Política de Turismo da UE; Critérios GSTC; Sistemas de Gestão Sustentável; selos ecológicos.

<p>Objetivos de aprendizagem</p>	<p><i>Como resultado do envolvimento com os conteúdos deste módulo, os alunos deverão alcançar os seguintes resultados de aprendizagem:</i></p> <p>Conhecimento: reconhecer o que é turismo sustentável, quais são os regulamentos e iniciativas mais importantes a nível da União Europeia, quais são os Critérios GSTC e os indicadores de desempenho, bem como os sistemas de certificação de sustentabilidade a serem implementados ao nível das MPE de turismo.</p> <p>Aptidões: melhorar a capacidade para identificar as principais características e ferramentas que podem relacionar-se com o turismo sustentável e como aplicá-las às MPE.</p> <p>Competências: Como as MPE podem encorajar e impulsionar a promoção do turismo sustentável.</p>
<p>Métodos</p>	<p><i>Aprendizagem autónoma, leitura e estudo da documentação de apoio ao curso e das fontes complementares e links disponibilizados nos materiais.</i></p>
<p>Horário</p>	<p><i>Tempo necessário para:</i></p> <p><i>Conteúdo de aprendizagem (Autoestudo): 1,5 hora</i></p> <p><i>Questões de autoavaliação: 5 minutos</i></p> <p><i>Dependendo de cada formando, poderá ser necessário tempo adicional para concluir as atividades de aprendizagem e analisar fontes e links complementares</i></p>

Introdução

Este primeiro módulo do curso SUSTAIN-T tem como objetivo oferecer ao formando uma introdução ao turismo sustentável, enquanto conceito-chave que servirá de base para os seguintes módulos. O módulo foi concebido para que o aluno se familiarize com o conceito de turismo sustentável, sua contextualização, bem como a sua implementação potencial no campo das empresas, particularmente no caso das micro e pequenas empresas de turismo (MPE).

Ao referir-se a sustentabilidade e turismo sustentável, para as MPE de turismo, o principal objetivo deve ser estabelecer sistemas e procedimentos para incorporar princípios de turismo sustentável como parte central da função de gestão e identificar as ações necessárias para criar o turismo sustentável. Este módulo tem como objetivo fornecer aos empreendedores e trabalhadores das MPE uma base para começarem a desenvolver as competências relacionadas com a sustentabilidade, que serão explicadas mais detalhadamente nos módulos seguintes.

O módulo está estruturado em quatro unidades distintas. A primeira trata o conceito de turismo sustentável, os seus princípios básicos e desafios. A segunda oferece uma visão sintética da situação do turismo sustentável ao nível das políticas e iniciativas da União Europeia. A terceira unidade lida com orientações e recomendações para as MPE do turismo implementarem ações de sustentabilidade, dando especial relevância aos Critérios GSTC. Finalmente, a quarta unidade aborda a questão dos sistemas de certificação para empresas de turismo, oferecendo uma introdução aos principais sistemas e suas características.

Conteúdo

1.1 Introdução ao turismo sustentável

O conceito de turismo sustentável está totalmente ligado ao conceito de desenvolvimento sustentável. De facto, a ideia de turismo sustentável não é outra senão a aplicação dos princípios do desenvolvimento sustentável à indústria do turismo (ao nível do destino, mas também ao nível do setor privado). Esses princípios, em poucas palavras, visam estabelecer um equilíbrio entre desenvolvimento económico, desenvolvimento social e desenvolvimento ambiental (as três dimensões ou “pilares” do desenvolvimento sustentável - ou sustentabilidade como o “progresso rumo ao desenvolvimento sustentável” - estabelecido pelas Nações Unidas. (Relatório sobre o “Nosso Futuro Comum”, publicado no final da década de 1980) (Swarbrooke, 1999; Hall et al., 2015).

A crescente consciencialização sobre os impactos negativos que o turismo exerce sobre o meio ambiente e as sociedades locais levou, durante a segunda metade do século passado, ao amplo reconhecimento da necessidade de promover um novo modelo turístico. Esse modelo designado por “turismo sustentável” no início dos anos 90 do século passado, após a consolidação do conceito de desenvolvimento sustentável.

Existem dezenas de definições de turismo sustentável. A Organização Mundial do Turismo definiu-a como “desenvolvimento turístico que não gera sérios problemas ambientais ou socioculturais, e a qualidade ambiental global dos espaços de turismo é assegurada ou melhorada, mantendo-se um nível elevado de satisfação do turista com o objetivo de retenção dos mercados turísticos, trazendo benefícios para a generalidade da sociedade” (OMT, 1998). Esta organização também definiu este tipo de turismo “que leva em conta os seus impactos económicos, sociais e ambientais atuais e futuros, tendo em consideração as necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs” (UNEP & WTO, 2005).

Poderíamos também acrescentar que, para ser verdadeiramente sustentável, o turismo deve contribuir positivamente para a economia, o bem-estar social e a conservação ambiental, tanto ao nível local como global. Um dos principais objetivos do turismo sustentável visa a maximização dos impactos positivos da atividade (ou seja, proporcionar oportunidades de desenvolvimento empresarial e criação de emprego, trazendo valor económico tangível aos recursos naturais e culturais, sendo uma força de entendimento intercultural e de paz), e de minimização dos impactos negativos (isto é, pressionar os ecossistemas frágeis, competir pelo uso de recursos escassos, contribuindo significativamente para a poluição local e global, exercendo pressão sobre as comunidades locais, sendo uma fonte de rendimento vulnerável e instável).

Deste modo, qualquer *stakeholder* deve ter em consideração alguns dos mais importantes princípios do turismo sustentável, baseados nos três pilares fundamentais da sustentabilidade:

- Otimização do uso dos recursos ambientais e ajuda na conservação dos recursos naturais e biodiversidade;
- Respeito à autenticidade sociocultural das comunidades locais, contribuindo para a compreensão e tolerância intercultural;
- Garantia de operações económicas viáveis e de longo prazo, proporcionando benefícios socioeconómicos a todas as partes interessadas que serão distribuídas de forma justa, incluindo oportunidades estáveis de geração de emprego e rendimento para as comunidades anfitriãs.

Além disso, existem vários desafios-chave para a sustentabilidade do turismo europeu que foram identificados por um grupo de especialistas em turismo sustentável (Grupo de Sustentabilidade do Turismo, 2007), e que todas as partes interessadas devem também considerar nas suas atividades:

- *Redução da sazonalidade da procura*, para garantir a sustentabilidade económica e social dos destinos e empreendimentos turísticos, evitando a concentração de atividade em poucos meses ou períodos ao longo do ano;
- *Consideração do impacto do transporte turístico* tendo em conta a importante contribuição da mobilidade do turismo para as mudanças climáticas atuais e o aquecimento global, tornando as viagens turísticas mais eficientes em termos energéticos e reduzindo as emissões de CO₂;
- *Melhoria da qualidade dos empregos turísticos*, criando oportunidades de trabalho para a população local, sem qualquer discriminação, melhorando as oportunidades de formação e as condições de trabalho;
- *Manutenção e melhoria da prosperidade das comunidades e a sua qualidade de vida* em face das mudanças, tentando maximizar a percentagem de rendimento retida localmente bem como outros benefícios para as comunidades locais, fortalecendo as cadeias de fornecimento locais e promovendo o uso de produtos locais, lojas e outros serviços pelos visitantes;

- *Minimização do uso de recursos e da produção de resíduos*, dando especial atenção ao consumo de água e energia (sobretudo se esta não for renovável) e reduzindo e gerindo o lixo;
- *Conservação e valorização do património natural e cultural*, enquanto ativos fundamentais para a criação de prosperidade económica ao nível local através do turismo;
- *Acessibilidade de férias para todos*, tendo em consideração a deficiência física, mas também as desvantagens económicas dos vários grupos sociais;
- *Utilização do turismo como uma ferramenta de desenvolvimento sustentável global*, por exemplo, contribuindo para os objetivos de desenvolvimento sustentável da ONU e demais iniciativas internacionais.

Os princípios do turismo sustentável podem ser aplicados a todas as formas de turismo em todos os tipos de destinos. Consequentemente, o turismo sustentável deve ser visto não como um tipo específico de turismo (por exemplo, turismo cultural, turismo costeiro, ecoturismo, etc.), mas como uma maneira de entender e praticar turismo (uma filosofia), porque todos os tipos de turismo podem e devem ser sustentáveis. Também deve ser visto como um objetivo a prosseguir por qualquer tipo de destino turístico, empresa ou *stakeholders* interessados. O turismo sustentável deve ser visto, de facto, como um processo de melhoria contínua (ou seja, a sustentabilidade como progresso). É por isso que parece mais realista falar de um progresso rumo a um turismo mais sustentável (ou seja, mais sustentável do que há um ano, mais sustentável que os nossos concorrentes, etc.) do que falar de turismo sustentável “autêntico”: será muito difícil, se não impossível, encontrar um destino turístico ou uma empresa de turismo 100% sustentável, mas todos podem implementar ações que os tornem mais sustentáveis.

O progresso rumo a um turismo mais sustentável depende dos esforços coordenados das várias partes interessadas: agências internacionais, governos nacionais e locais, órgãos de gestão de destinos, empresas do setor privado, funcionários e sindicatos, ONGs, educadores e formadores, comunidade local e turistas. No entanto, as empresas de turismo, e mais especificamente MPE de turismo, que constituem 75% do número total de empresas do setor na Europa, têm um papel fundamental e determinante na promoção e implementação do turismo sustentável. As outras partes interessadas assumem um papel regulador ou facilitador; esforçam-se por criar um ambiente favorável para que as empresas se tornem mais sustentáveis. Em suma, as empresas de turismo são aquelas que atraem investimentos, desenvolvem novos produtos turísticos, prestam serviços, criam empregos e geram riqueza. O principal requisito para obter um turismo mais sustentável é que as empresas de turismo sejam responsáveis nas suas intervenções em relação, ao meio ambiente, aos funcionários e comunidade local. (UNWTO, 2013; Marinov, 2016).

O setor de turismo (nos seus diversos níveis) adotou rapidamente o conceito de turismo sustentável, e a maioria bem como as mais relevantes partes interessadas e instituições há anos que consideram a sustentabilidade como uma prioridade para o setor. (Hall et al., 2015). O turismo sustentável é visto como uma necessidade para a sobrevivência futura do setor. Isto acontece, entre outras razões, devido à assunção de responsabilidade por parte do setor, (reconhece os impactos negativos que gera e a necessidade de os fazer parar), e também devido ao seu próprio interesse (porque o setor precisa mudar a sua imagem, especialmente em tempos de crescente consciência ambiental e sustentabilidade global, e porque os benefícios de fazê-lo são maiores do que os custos de não fazê-lo).

No entanto, na realidade, existem várias dificuldades na implementação do turismo sustentável. Isto fica a dever-se à natureza muito genérica do conceito (todos concordam com isso, mas muito poucas pessoas sabem o que isso realmente significa ou como isso pode ser traduzido na gestão

cotidiana de empresas ou destinos). Ainda hoje, após mais de três décadas de uso do conceito de sustentabilidade, muitas pessoas confundem esse termo com a ecologia ou o *greening*, enquanto, como explicado anteriormente, a sustentabilidade refere-se não apenas à dimensão ambiental, mas também às dimensões económica e social. Existem vários conceitos que às vezes são usados como sinónimos de turismo sustentável, mas não são exatamente o mesmo. Por exemplo, o “turismo verde” enfatiza a dimensão ambiental da sustentabilidade, deixando de lado as dimensões económicas e sociais. “Turismo Responsável”, por sua vez, embora tenha muitas semelhanças (e partilha muitos princípios) com o turismo sustentável, realça mais a componente ética ou comportamental das empresas e turistas.

Para além disso, existe o risco de manipulação (ou seja, *greenwashing*) ou uso indevido do conceito de turismo sustentável, como também tem acontecido noutros setores, abusando-se do adjetivo “sustentável”, sem garantir a aplicação real do termo, e colocando o seu valor em risco. Para evitar esta situação, existe uma sólida literatura académica que esclarece cabalmente o que é turismo sustentável e o que não é. Este curso SUSTAIN-T está nesta linha e ajudará o leitor/formando a entender melhor como implementar estratégias de turismo sustentável nas MPE de turismo.

Para as **MPE de turismo**, o principal objetivo deve estar no estabelecimento de um sistemas e procedimentos que incorporem os princípios do turismo sustentável como ponto fulcral da gestão e identifiquem as ações necessárias para a criação de um turismo sustentável.



Atividade de aprendizagem 1.1:

Tenta integrar os três pilares de desenvolvimento sustentável (económico, ambiental e social) nas operações do dia-a-dia da sua empresa? Se sim, dê exemplos de como o faz. Se não, indique os principais desafios.

1.2 Agenda da UE para o turismo sustentável: regulamentos, recomendações e iniciativas

O Tratado de Lisboa reconhece especificamente a importância do turismo na Europa (artigo 195.º). Por conseguinte, a União Europeia (UE) pretende promover o turismo, com o objetivo de manter a posição da Europa como um dos principais destinos e ao mesmo tempo maximizar a contribuição deste setor para o crescimento e o emprego. Assumindo-se como um dos aspetos relevantes da política da UE.

A nível europeu, a política de turismo centra-se principalmente no aumento da competitividade do setor a nível mundial. Todas as referências aos desafios da sustentabilidade relacionados com o setor do turismo (que incluem estabelecimentos de alojamento, alimentos e bebidas, transportes relacionados com o turismo, atividades recreativas, agências de viagens, operadores turísticos, etc.) estão fragmentadas e dispersas em políticas setoriais. Denominada “*acquis communautaire*” (toda a legislação produzida pela UE). Ao mesmo tempo, no entanto, muitas políticas da UE baseadas no sector ambiental, como os resíduos, a água, a biodiversidade terrestre e marinha, o ar, o solo e o clima apontam essencialmente para a necessidade de sustentabilidade ambiental do sector do turismo.

A atual política específica da UE em matéria de turismo reflete apenas parcialmente as dimensões socioeconómica e ambiental do sector, incluindo a natureza compósita da indústria do turismo e os desafios de sustentabilidade com ele relacionados. Não existe legislação específica sobre a questão, enquanto a orientação estratégica vigente foi estabelecida através de dois comunicados da Comissão Europeia sobre turismo, que abordam principalmente a dimensão económica e lidam apenas com os impactos ambientais do sector em termos gerais (Giulietti et al., 2018).

A única exceção legislativa é a Diretiva relativa às viagens organizadas (2015/2302 / UE) adotada em 2015, aplicável a partir de 1 de julho de 2018, que tem em conta a evolução do mercado de viagens, reforçando os direitos dos consumidores e reduzindo os custos administrativos para as empresas e operadores de mercado.

O primeiro comunicado da CE - uma "Agenda para um Turismo Europeu Sustentável e Competitivo" (Comissão Europeia, 2007) - estabelece os princípios para a execução de um turismo competitivo e sustentável na Europa. Estes princípios são os seguintes:

- *Adoção de uma abordagem holística e integrada:* Todos os vários impactos do turismo devem ser tidos em conta no seu planeamento e desenvolvimento;
- *Planeamento para o longo prazo:* O planeamento a longo prazo requer a capacidade de sustentar as ações ao longo do tempo;
- *Alcance um modo e um ritmo de desenvolvimento apropriados:* O desenvolvimento do turismo deve refletir e respeitar o caráter, os recursos e as necessidades das comunidades e destinos anfitriões;
- *Envolvimento de todas as partes interessadas:* Uma abordagem sustentável requer participação alargada e comprometida na tomada de decisões e na implementação prática de todos os envolvidos no resultado;
- *Uso dos melhores conhecimentos disponíveis:* Políticas e ações devem ser suportadas pelos melhores e mais recentes conhecimentos disponíveis. Informações sobre as tendências e impactos do turismo, competências e experiência devem ser compartilhadas em toda a Europa;
- *Minimização e gestão de riscos (o princípio da precaução):* Onde houver incerteza sobre os resultados, deve haver uma avaliação completa e medidas preventivas devem ser tomadas para evitar danos no meio ambiente ou na sociedade;
- *Consideração dos impactos nos custos (utilizador e poluidor pagador):* Os preços devem refletir os custos reais para a sociedade das atividades de consumo e produção;
- *Definição e respeito dos limites, quando tal se considere apropriado:* A capacidade de carga dos locais e áreas adjacentes deve ser estabelecida, e no imediato limitar a capacidade, onde e quando for apropriado, a dimensão do desenvolvimento turístico e volume de fluxos turísticos;
- *Realização de uma monitorização contínua:* Sustentabilidade significa entender os impactos e estar sempre atento a eles, para que as mudanças e melhorias necessárias possam ser executadas.

Esta "Agenda" menciona explicitamente o papel importante que as MPE do turismo desempenham no turismo europeu, como uma das principais partes interessadas (conjuntamente com destinos e turistas), na implementação do turismo sustentável.

Por seu turno, o comunicado da CE "A Europa, primeiro destino turístico do mundo - um novo quadro político para o turismo na Europa" (Comissão Europeia, 2010) representa a mais recente

referência de política geral para o setor, e estabelece e reconfirma as ações prioritárias que foram estabelecidas na "Agenda" anterior:

- Estimular a competitividade no setor do turismo europeu;
- Promover o desenvolvimento de um turismo sustentável, responsável e de alta qualidade;
- Consolidar a imagem da Europa através de um conjunto de destinos sustentáveis e de alta qualidade;
- Maximizar o potencial das políticas financeiras da UE para o desenvolvimento turístico.

No domínio do turismo sustentável, responsável e de alta qualidade, a Comissão propôs acompanhar a gestão sustentável dos destinos turísticos e proteger o património dos destinos turísticos (jul. 2015). O comunicado foi acompanhado por um plano contínuo de implementação, que deve ser atualizado regularmente.

Neste contexto, a Comissão Europeia incentiva uma abordagem coordenada de iniciativas europeias ou multinacionais no sector do turismo (tal como o Portal "Knowledge Networking Portal for Sustainable & Responsible Tourism – Destinet", ou ainda "European Destinations of Excellence – EDEN"; Destinos Europeus de Excelência - EDEN), que inclui uma base consolidada de conhecimentos socioeconómicos e ambientais. Está também a trabalhar no estabelecimento de um novo quadro de ação para aumentar tanto a competitividade do turismo como a sua capacidade de crescimento sustentável. O Comunicado "Uma estratégia europeia para mais crescimento e emprego no turismo costeiro e marítimo" (COM (2014) 86 final), que abrange um importante segmento geográfico específico do turismo europeu, constitui um exemplo disso.

A Direção-Geral do Mercado Interno, Indústria, Empreendedorismo e PME (DG GROW) desempenha um importante papel político através dos seguintes aspetos:

- Melhoria do que o turismo europeu tem para oferecer num contexto global;
- Apoio às empresas de turismo, particularmente às MPE de turismo;
- Promoção da Europa como destino;
- Incentivo da cooperação internacional.

Neste contexto, a dimensão do turismo sustentável na política de turismo é abordada através de um conjunto específico de iniciativas, em combinação com iniciativas noutras áreas como "turismo costeiro e marítimo", "turismo cultural", "turismo da época baixa" e "turismo acessível". A gestão pela CE do dossiê "turismo sustentável" caracteriza-se pelas seguintes ações principais:

- diversificação da oferta turística da UE através de produtos e serviços turísticos transnacionais sustentáveis, em áreas como: o turismo amigo do ambiente - incluindo ciclovias - turismo desportivo e de bem-estar, turismo de natureza e rotas culturais que atravessam a Europa, e que podem contribuir para o crescimento do turismo;
- o Sistema Europeu de Indicadores do Turismo (ETIS), desenvolvido para ser um método simples de medição do desempenho da sustentabilidade dos destinos turísticos (Comissão Europeia, 2016a);
- o selo ecológico da UE e o EMAS, como uma ferramenta voluntária disponível para os serviços de alojamento turístico que estejam dispostos a provar e promover a sua excelência ambiental (neste caso, as iniciativas desenvolvidas pela Direção-Geral do Ambiente).



Atividade de Aprendizagem 1.2:

Entende que os princípios que visam alcançar um turismo competitivo e sustentável, acima referidos, podem ser aplicados à sua empresa? se não, quais são os principais desafios?

1.3. Critérios de turismo sustentável e indicadores de desempenho: abordagem GSTC

Para ajudar a alcançar a sustentabilidade, as MPE do turismo têm à sua disposição um conjunto de diferentes orientações e recomendações que podem inspirar e ajudar à implementação de ações que promovam um turismo mais sustentável. Existem muitos exemplos de orientações relacionadas com a sustentabilidade do turismo, desenvolvidas a nível internacional (Comissão Europeia, 2016b), nacionais a o nível regional e local (por exemplo, Guias Ingleses de Boas-Práticas de Sustentabilidade). Estes exemplos e orientações podem ser produzidos por organismos internacionais, governos, órgãos de gestão, como autoridades de parques nacionais e ONGs (como é o caso da Rainforest Alliance, 2013). Podem também ser produzidos por associações de empresas, como forma de promover as boas-práticas dentro de um grupo, numa busca de padrões que possam ser comuns e demonstrando-os junto dos demais destinatários (por exemplo, TUI Travel PLC, 2011). Desta forma, elas constituem uma ferramenta muito útil para a autorregulação dentro do sector de turismo.

Essas diretrizes podem ser usadas pelas empresas, para:

- Exercer controlo, encorajando todos a seguir uma abordagem comum;
- Fornecer orientação útil e melhorar o desempenho, através do fornecimento de uma lista de verificação de ações a serem seguidas de forma a alcançar-se os objetivos;
- Facilitar o cumprimento da regulamentação.

Também podem ser usadas como base para outros instrumentos, como relatórios e certificação, o que os tornará mais eficazes. As vantagens resultam do facto de serem diretas, simples e poderem ser desenvolvidas e usadas a um baixo custo. As desvantagens situam-se no facto de dependerem da ação voluntária e na não existência de um processo de verificação ou execução. De qualquer forma, são um bom ponto de partida, recomendável para a introdução de ações de sustentabilidade ao nível das MPE de turismo, já que elas podem começar a implementação das ações de forma gradual, de acordo com seus recursos e capacidades disponíveis, e não necessariamente todas ao mesmo tempo.

Os Critérios do Comité Mundial do Turismo Sustentável (GSTC) podem ser encarados como um conjunto de diretrizes ou recomendações aplicáveis a todos os tipos de empresas, incluindo MPE de turismo. Os Critérios GSTC foram criados em 2008 através de uma parceria relevante de instituições internacionais (entre elas, a Organização Mundial de Turismo, das Nações Unidas), a fim de proporcionar um entendimento mundial e comum do “turismo sustentável”. Deste modo, este documento, que é seguido pelas empresas de turismo, tornou-se uma das referências mundiais e um documento orientador do turismo sustentável.

Os critérios do GSTC evoluíram ao longo do tempo, existindo atualmente diferentes conjuntos de critérios, entre outros, uns para as empresas turísticas e outros para os destinos turísticos. No caso das empresas turísticas, os dois principais conjuntos de critérios foram desenvolvidos: um para o alojamento (“hotelaria”) e outro para os operadores turísticos. No entanto, ambos os conjuntos são muito semelhantes, sem diferenças significativas e têm aplicabilidade a todo o sector do turismo. De acordo com os seus criadores, esses critérios, organizados em torno de quatro temas principais, são o mínimo que qualquer empresa de turismo deve aspirar alcançar:

- planeamento efetivo de sustentabilidade;
- maximização dos benefícios económicos e sociais das comunidades locais;
- reforço do património cultural e,
- redução dos impactos negativos no meio ambiente.

Os critérios foram desenvolvidos e revistos de modo a que fosse possível a sua adesão ao “Standard-Setting Code of the ISEAL Alliance”, órgão este reconhecido pela disponibilização de orientações sobre as normas internacionais para o desenvolvimento de padrões de sustentabilidade em todos os sectores de atividade. Os critérios são revistos cada 3 a 5 anos. Planos de revisões e a inscrição antecipada para contribuições públicas em revisões futuras estão disponíveis no *website* do GSTC (www.gstccouncil.org). O *website* também fornece informações sobre todo o processo bem como a história do desenvolvimento destes critérios.

Alguns dos usos potenciais dos critérios pelas MPE do turismo incluem o seguinte:

- Servir de base para a certificação da sustentabilidade ou a implementação de um sistema de gestão da sustentabilidade (ver Unidade 1.4);
- Servir como orientação básica para as empresas se tornarem mais sustentáveis e ajudar as empresas a escolher programas de turismo sustentável que cumpram estes critérios globais;
- Proporcionar maior acesso ao mercado no crescente mercado de produtos sustentáveis, servindo de orientação tanto para viajantes quanto para agências de viagens na escolha dos fornecedores de programas de turismo sustentável;
- Ajudar os consumidores a identificar programas e empresas de turismo sustentáveis;
- Servir como denominador comum para os *media* reconhecerem os fornecedores de turismo sustentáveis;
- Ajudar na certificação e garantir que os padrões cumpram uma linha de base amplamente aceite;
- Oferecer programas governamentais, não-governamentais e do setor privado que sejam um ponto de partida para o desenvolvimento dos requisitos do turismo sustentável;
- Demonstrar liderança que inspire os outros a aderir e atuar em conformidade.

Os critérios indicam o que deve ser feito, não como se deve fazer ou se os objetivos foram alcançados. Estes critérios são verificados através de indicadores de desempenho, documentação educacional associada e acesso a ferramentas de implementação. Todos, no seu conjunto, constituem um complemento indispensável dos Critérios GSTC. A ferramenta de **autoauditoria SUSTAIN-T** é um bom instrumento para verificar a conformidade dos Critérios GSTC em qualquer empresa.

Recomenda-se a aplicação de todos os critérios, embora se possa justificar, numa situação específica, a sua não aplicação. Pode haver circunstâncias em que um critério não seja aplicável a um produto turístico específico, dadas as condições regulamentares locais, ambientais, sociais, económicas ou culturais. No caso de MPE de turismo que possuem uma pequena pegada social,

económica e ambiental, reconhece-se que recursos limitados podem impedir uma aplicação abrangente de todos os critérios. Orientações adicionais sobre esses critérios GTSC podem ser encontradas nos indicadores de apoio publicados, que fornecem orientação na medição da conformidade com os Critérios GSTC.

Exemplos de critérios e indicadores para cada uma das quatro seções principais do conjunto de critérios:

Critério	Indicadores
<p>A7.4 Acessibilidade para todos ...informar e tornar acessível a pessoas com necessidades especiais, quando tal for apropriado.</p>	<p>a. Locais, edifícios e atividades são acessíveis a pessoas com deficiências físicas e outras necessidades especiais, conforme se mostre apropriado à natureza da operação. b. Informações claras e precisas são fornecidas sobre o nível de acessibilidade. c. A acessibilidade é certificada ou verificada por especialistas / instituições de utilizadores.</p>
<p>B3 Compras locais Ao comprar e oferecer bens e serviços, a organização dá prioridade a fornecedores do comércio local sempre que estes estiverem disponíveis e possuírem qualidade suficiente.</p>	<p>a. A organização audita com regularidade as fontes de fornecimento de bens e serviços. b. A percentagem de bens e serviços adquiridos a empresas locais é medida e gerida. c. A percentagem de fornecedores comerciais não locais é medida e gerida.</p>
<p>C2. Proteção do património cultural A organização contribui para a proteção, preservação e valorização do património e tradições locais e seu significado histórico, arqueológico, cultural e espiritual e não impede o acesso dos residentes.</p>	<p>a. A organização faz e regista contribuições monetárias para a proteção do património cultural. b. A organização fornece apoio em espécie ou outro tipo de apoio ao património cultural. c. Está previsto o acesso aos locais.</p>
<p>D1.3 Conservação de energia O consumo de energia é medido por tipo e são tomadas medidas para minimizar o consumo geral. A organização faz esforços para aumentar o uso de energia renovável.</p>	<p>a. A energia total utilizada é monitorizada e gerida. b. A energia utilizada por turista / noite para cada tipo de energia é monitorizada e gerida. c. As fontes renováveis são favorecidas e a participação da energia renovável no fornecimento total de energia é monitorizada e gerida. d. Equipamentos e práticas são utilizados para minimizar o uso de energia. e. Metas para reduzir o consumo de energia estão a um nível adequado. f. Os trabalhadores e os hóspedes recebem orientações sobre como minimizar o uso de energia.</p>



Atividade de Aprendizagem 1.3:

Utilizando a Ferramenta de Autoauditoria da Sustain-T, realize a autoavaliação do desempenho de sustentabilidade da sua empresa e reflita sobre os resultados alcançados:

- Há alguma área em que tenha um mau desempenho? Se sim, quais são essas áreas?
- Consegue identificar as causas para os baixos resultados nessas áreas? A que se devem?
- Acha que poderia melhorar seu desempenho nessas áreas?
- Tem alguma ideia sobre ações imediatas, e de como as alterar? Se sim, liste-as. Caso contrário, continue com os outros módulos do Sustain-T. Como estão estruturados em torno dos Critérios GSCT, podem ser inspiradores para ideias/ações.

1.4 Sistemas de certificação para turismo sustentável

Embora para uma MPE do turismo seja relativamente mais fácil implementar ações de sustentabilidade seguindo algumas orientações como os Critérios do GSCT explicados anteriormente, ou outras orientações e boas-práticas para empresas, em alguns casos, também pode ser recomendável implementar um sistema certificado. Esta última opção pode ser um pouco mais complexa que a anterior, mas também pode possibilitar à empresa uma melhor valorização por parte dos clientes e fornecedores.

A certificação é um mecanismo que garante que uma atividade ou produto/serviço cumpre determinados padrões que podem ser definidos pelos governos ou acordados dentro de um sector/industria. No turismo, a certificação é usada principalmente para verificar se as atividades e os padrões utilizados pelas empresas de turismo, como a hotelaria, garantem a segurança e a satisfação do consumidor (ou seja, sistemas de qualidade ou “estrelas”). No entanto, também podem abranger questões de sustentabilidade.

Os principais componentes da certificação incluem (UNEP e OMC, 2005):

- Participação voluntária das empresas;
- Critérios e padrões bem definidos;
- Um processo de auditoria e avaliação;
- Reconhecimento daqueles que cumprem os critérios, através de um selo ou logotipo;
- Acompanhamento atempado para a verificação contínua do cumprimento.

A certificação é uma das poucas maneiras objetivas que permitem aqueles que querem promover a sustentabilidade nas suas ações (por exemplo, consumidores individuais, operadoras de turismo e governos) saber a quem apoiar. Os sistemas de certificação do turismo sustentável servem como importante ferramenta para distinguir as empresas, produtos ou serviços genuinamente responsáveis, daqueles que usam meramente "eco" ou "sustentável" como uma ferramenta de *marketing* para atrair consumidores e aumentar a credibilidade das organizações certificadas, e, conseqüentemente melhorar sua imagem e reputação (Battaglia, 2017).

A maioria dos processos de certificação na indústria do turismo está relacionada com a qualidade (por exemplo, ISO 9000), ou com o desempenho ambiental (selos ecológicos e sistemas de gestão ambiental, como a ISO 14000). Os aspetos sociais e económicos da sustentabilidade não foram desenvolvidos da mesma maneira até agora, embora haja um padrão para a responsabilidade social (ISO 26000), e cada vez mais os sistemas estão a incorporar esses aspetos, especialmente os selos ecológicos.

De facto, podemos diferenciar dois tipos principais de processos de certificação: de um lado, selos ecológicos ou de sustentabilidade (sistemas estáticos, que consistem no cumprimento de um determinado número de critérios) e, por outro, sistemas de gestão ambiental ou de sustentabilidade (sistemas dinâmicos, que consistem na criação de um sistema de gestão flexível ou adaptável destinado a promover a sustentabilidade).

Os selos ecológicos são um tipo de identificação de "desempenho" que certificam as empresas que atingiram um nível de desempenho específico e mensurável em comparação com os padrões associados aos diferentes elementos do processo. Os selos ecológicos podem desempenhar dois papéis principais: servir como mecanismo para orientação dos agentes do setor para melhorar o desempenho, fornecendo orientações operacionais definidas, e servindo como ferramenta de comunicação para os consumidores, destacando produtos e serviços que cumprem ou excedem um conjunto de critérios definidos.

Atualmente, a nível mundial, o turismo possui mais de 140 selos de qualidade ou selos ecológicos. Os pequenos selos com folhas verdes, sóis radiantes ou bandeiras azuis são exibidos nas entradas dos hotéis, nos escritórios de turismo ou nos portões de entrada dos parques de campismo (Plüss et al., 2014). Alguns exemplos de selos ecológicos ou selos de sustentabilidade altamente reconhecidos na Europa para a hotelaria são: Turismo Responsável Biosphere, EarthCheck, Green Globe, Chave Verde, Travelife, Blaue Schwalbe, Carta Europeia para o Turismo Sustentável (ECST) em Áreas Protegidas, etc., mas existem outros para operadores turísticos e outras empresas de serviços de turismo. Por exemplo, o GSTC - além de ser um conjunto de critérios - também é um sistema de certificação no qual o alojamento e os operadores turísticos podem ser certificados. Um dos selos ecológicos de referência a nível europeu é o selo ecológico da UE para estabelecimentos de alojamento e parques de campismo. No entanto, este último abrange apenas a dimensão ambiental da sustentabilidade. Alguns exemplos de casos bem-sucedidos de implementação de selos ecológicos em grandes empresas de turismo na Europa podem ser vistos nas boas-práticas deste módulo.

Sistemas de Gestão Ambiental (EMS) e / ou Sistemas de Gestão de Sustentabilidade (SMS) são mecanismos do "processo" que certificam que as empresas estabeleceram e documentaram sistemas para garantir a melhoria da qualidade ou do desempenho ambiental. Eles não determinam nenhum resultado de desempenho específico, que não seja o da própria empresa e os exigidos por lei. Os sistemas de gestão fornecem uma estrutura de como a organização deve gerir processos e as conexões internas, bem como a interação com seu ambiente, ou seja, clientes, fornecedores e outras partes interessadas. Assim, os sistemas de gestão fornecem informações sistematizadas sobre como as ações devem ser efetuadas dentro da empresa.

Os Sistemas de Gestão Ambiental (SGA) mais difundidos no setor do turismo são a ISO 14001 (âmbito internacional, desenvolvido pela Organização Internacional de Normalização - ISO), e o EMAS (Sistema de Gestão e Auditoria Ecológica), (de âmbito europeu, desenvolvido pela Comissão Europeia). Existem também outros sistemas de gestão mais específicos, como a ISO 50001, sistema de gestão de energia as organizações, ou o sistema de gestão da sustentabilidade para eventos (empresas de organização de eventos), ISO 20121, entre muitos outros.

Tendo em mente que a ISO 14001 e EMAS são os dois mais amplos SGA no setor de turismo, é importante ser capaz de diferenciar ambos os sistemas, porque eles têm muito em comum, mas

eles não são idênticos. Os requisitos da ISO 14001 estão totalmente integrados no EMAS, mas existem elementos onde o EMAS vai para além da norma ISO 14001. Enquanto a ISO 14001 concentra-se na melhoria do sistema de gestão, as organizações EMAS comprometem-se a melhorar continuamente o seu desempenho ambiental, para além dos requisitos legais. O EMAS também requer envolvimento e participação ativa dos funcionários, entre outros requisitos mais rigorosos que os da ISO 14001.

Estes sistemas de gestão têm vários aspetos em comum com os selos ecológicos, como por exemplo o facto de ambos os sistemas serem certificados e auditados externamente (por um auditor independente). Mas existem várias outras diferenças. Os sistemas de gestão, como dito anteriormente, são mais dinâmicos e flexíveis, o que permite que cada empresa estabeleça os seus próprios objetivos ambientais para cada ano, não tendo que cumprir determinados padrões predeterminados. Uma vez que estes sistemas não têm critérios específicos, as empresas podem seguir ou podem ser inspiradas por orientações, tais como os Critérios GSTC explicados na unidade anterior, ou outros documentos criados propositadamente para este efeito (i.e., Comissão Europeia, 2016b; TUI Travel PLC, 2011), especialmente quando as empresas desejam projetar e estabelecer objetivos e ações específicas de sustentabilidade.

No entanto, estes sistemas têm um nível relativamente elevado de complexidade na sua implementação, pois exigem documentação complexa (ou seja, registos, processos, auditorias anuais, etc.). A este respeito, pode-se dizer que os sistemas de gestão, embora recomendáveis, são mais complexos para as **MPE de turismo** do que os selos ecológicos, devido à menor complexidade destes últimos. A Comissão Europeia, no entanto, criou um guia dirigido a empresas de turismo (incluindo **MPE**), oferecendo-lhes um conjunto de medidas práticas para melhorar o desempenho ambiental e, ao mesmo tempo, facilitar a implementação do sistema EMAS (Comissão Europeia, 2016b).

Em qualquer caso, as empresas que participam na certificação geralmente relatam que a principal vantagem está no processo educacional que elas envolvem, ajudando-as a entender claramente os requisitos da sustentabilidade e concentrando a sua atenção nas mudanças que necessitam fazer nos seus negócios. Do mesmo modo, também estar em conformidade com a certificação beneficia os negócios, em termos de (UNEP e WTO, 2005):

- *Redução de custos*: a maioria das empresas regista claras economias, por exemplo, custos de energia, água e matéria-prima;
- *Proporcionar uma potencial vantagem de marketing*: no entanto, esta vantagem parece ser bastante limitada em termos da certificação de sustentabilidade ambiental ou social em comparação com a certificação da qualidade;
- *Melhor reconhecimento por órgãos de apoio*: incluindo oportunidades de assistência técnica e, por vezes, financiamento;
- *Cumprimento da legislação* (evitando coimas e sanções).

Um sinal particularmente importante da possível vantagem futura no mercado é o interesse de alguns operadores turísticos em usar a certificação, como base para selecionar os serviços a subcontratar e a incluir nos seus catálogos de férias, devido a esta tendência crescente de integração da sustentabilidade na atividade e na ética dos negócios.



Atividade de Aprendizagem 1.4:

A sua empresa implementou algum esquema de certificação ou um EMS / SMS? Se sim, por que decidiu fazê-lo? Que resultados ajudou a alcançar? Se não, tem planos para fazê-lo no futuro? Que objetivos ajudá-lo-ia a realizar?

Links Úteis

<http://sdt.unwto.org>

Desenvolvimento sustentável na Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas, com diferentes recursos e links para tópicos relacionados com o turismo sustentável.

<http://www.gstcouncil.org/>

Web site Global Sustainable Tourism Council, onde os Critérios GSTC estão disponíveis, entre outras informações relacionadas com esses critérios.

https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable_en
Secção do sítio Web da DG GROW da Comissão Europeia dedicada ao turismo sustentável a nível europeu. Link para o sistema de indicadores ETIS e outra documentação relevante.

<https://www.visitbritain.org/maximising-your-sustainability>

Seção dedicada ao turismo sustentável dentro da agência nacional de turismo britânico. Inclui vários guias de boas-práticas de sustentabilidade para os diferentes tipos de empresas turísticas.

http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

Website oficial sobre o sistema de gestão ambiental EMAS, promovido pela Comissão Europeia

Boas-práticas

Boa-prática 1. Propriedade Rural Trnulja

Nome e localização do MPE: Trnulja, Liubliana, Eslovénia

Objetivo da boa-prática:

Esta boa-prática visa apresentar uma forma de gerir um empreendimento turístico em concordância com os princípios orientadores do turismo sustentável. Por meio destas boas-práticas, outras empresas turísticas podem descobrir várias áreas para gerir num empreendimento turístico de um modo sustentável, e recolher ideias da forma como aplicá-las nos seus próprios contextos de negócio.

Enquadramento

A história da propriedade rural começou em 2004, quando os proprietários plantaram o seu primeiro campo de cânabis industrial e começaram a criar cerca de 10 cabras. O objetivo era criar uma propriedade que refletisse um modo de viver, baseado nos princípios do turismo sustentável,

e na convivência pacífica e equilibrada com a natureza. Atualmente, a propriedade está aberta e em plena atividade, e a gama de produtos e serviços foi consideravelmente aumentada, tornando-se num dos bio-hotéis mais conhecidos na Eslovénia.

Ações realizadas:

Todas as ações realizadas estão em total conformidade com os princípios orientadores do turismo sustentável e podem ser divididas em três grandes grupos:

1. Construção da propriedade

Todos os edifícios e instalações foram inteiramente construídos de acordo com os princípios da arquitetura verde sustentável, utilizando materiais naturais ecológicos (predominantemente madeira), e materiais de construção biodegradáveis. Nos pisos foram utilizados tijolos reciclados da antiga casa que lá existia, enquanto as paredes foram construídas em madeira com isolamento de cânabis e barro e gesso. Todo o mobiliário foi feito em madeira natural da Eslovénia. Os colchões são feitos de fibra de cânabis da mais alta qualidade, assim como tecidos em cânabis na roupa de cama, toalhas e cortinados. Pretende-se que estes materiais venham a ter uma influência positiva na saúde e bem-estar dos utentes.

2. Aumento do número de produtos / serviços

Passar de um campo de cânabis e dez cabras, para uma gama alargada de produtos / serviços constituiu uma enorme evolução, conforme se explica a seguir:

- a) **Oferta culinária orgânica** - baseada exclusivamente em produtos ecologicamente certificados. Na propriedade Trnulja, são usados alimentos orgânicos certificados cultivados na quinta, como óleos orgânicos prensados a frio, farinhas orgânicas, vegetais orgânicos e carne orgânica de cabra e burro.
- b) alinhadas com os princípios orientadores do turismo sustentável
 - ✓ Passeio de carruagem puxada por cavalos;
 - ✓ Visita guiada à quinta;
 - ✓ Degustação e demonstração da extração de óleo prensado a frio;
 - ✓ Conhecer os animais da quinta e aprender coisas interessantes sobre a vida na quinta;
 - ✓ Visitas guiadas aos pântanos de Ljubljana e seus arredores;
 - ✓ Observação de pássaros na reserva natural protegida e visita a um observatório de aves;
 - ✓ Andar de bicicleta e *trekking* pelos caminhos pitorescos dos pântanos misteriosos.
- c) **Eco bem-estar** - o massagista e a esteticista *usam apenas cosméticos naturais e orgânicos*
- d) **Aulas de culinária orgânica** - *Workshops* especiais de culinária também são organizados para os hóspedes, onde se cozinha segundo as receitas tradicionais eslovenas, e se usa produtos exclusivamente orgânicos da propriedade rural Trnulja. As oficinas de culinária são realizadas pelos melhores chefes da Eslovénia.
- e) **Workshops na quinta**
 - ✓ Apresentação de práticas de agricultura biológica e pecuária orgânica;
 - ✓ Possibilidade de ver e aprender sobre as novas tendências na agricultura – a simbiose entre animais;
 - ✓ Características especiais da agricultura nos pântanos de Ljubljana;

- ✓ Apresentação dos grãos, sementes e nozes que crescem na quinta - sua produção, processamento e armazenamento;
 - ✓ Apresentação de arquitetura verde e um pequeno vídeo sobre como os edifícios da propriedade foram construídos;
 - ✓ Apresentação de um jardim de ervas nos pântanos de Ljubljana;
- f) Produtos orgânicos certificados da Trnulja**
- ✓ Óleos orgânicos prensados a frio (sementes de canábis, nozes, sementes de abóbora, colza, soja);
 - ✓ Farinhas e grãos orgânicos (canábis, milho, trigo mourisco, trigo, soja, tritcale, cevada);
 - ✓ Produtos de pastelaria biológica (pão caseiro, biscoitos de canábis e noz e outros produtos de panificação preparados por encomenda);
 - ✓ Agricultura orgânica (sementes de canábis, nozes, sementes de abóbora);
 - ✓ Salame e enchidos orgânicos (carne de burro e cabra).

3. Obtenção de Certificação

A Country Estate Trnulja passou por vários processos de certificação de turismo orgânico / bio / sustentável. A certificação obtida inclui:

Selo de agricultura biológica da UE - oferece aos consumidores a certeza sobre as origens e qualidade dos seus alimentos e bebidas, estando presente em qualquer produto a garantia de estar em conformidade com o Regulamento da Agricultura Orgânica da UE.

Membro do BioHotels – Trnulja é membro da BioHotels, a maior associação de hotéis orgânicos e ecológicos. A economia sustentável é obrigatória para todos os hoteleiros orgânicos que adquirem ciclos de energia e resíduos locais e ecologicamente corretos.

Natura2000 - Os princípios ecológicos da exploração turística de Trnulja são atestados através da participação na Natura 2000, que visa promover o desenvolvimento sustentável e a preservação do meio ambiente.

Resultados:

- ✓ aumento de receita;
- ✓ maior gama de serviços / produtos;
- ✓ aumento do número de funcionários;
- ✓ atração de mais clientes;
- ✓ impacto positivo na economia local;
- ✓ comercialização de novos produtos.

Fatores de sucesso

Esta boa-prática sugere como construir um modelo de negócio sustentável, passo a passo, tendo em consideração as necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs. Mostra a inter-relação dos diferentes serviços / produtos e a importância / benefícios de passar por processos oficiais de certificação. A boa-prática é facilmente transferível para outras empresas de turismo, originando ideias sobre como interligar ou ampliar a gama de serviços / produtos tornando-os mais sustentáveis, dando, no entanto, destaque e importância às diferentes associações / certificados.

Referências

<http://www.trnulja.com/en/trnulja-home.php>

<https://www.youtube.com/watch?v=KZy1DIPESfs>

<https://ecobnb.com/SI-ljubljana/farm-house/trnulja/97zgF>

<http://www.slovenia.si/visit/features/organic-farming-at-country-estate-trnulja/>

http://ec.europa.eu/environment/nature/natura2000/index_en.htm

<https://www.biohotels.info/en/the-bio-hotels-association/>

Boa-prática 2. Torre de Palma Wine Hotel - um hotel certificado pela Biosphere

Nome e localização do MPE: Hotel Torre de Palma Wine, Monforte, Alentejo, Portugal

Objetivo da boa-prática: O desenvolvimento ambiental e social sustentável do Hotel e do Destino Turístico em que a unidade está localizada, através da implementação de um sistema de certificação de Turismo Responsável da Biosphere. O ambiente e a sustentabilidade social fazem parte do DNA do Torre de Palma Wine Hotel e, por isso, um conjunto de ações foram desenvolvidas para alcançar este objetivo.

Enquadramento

O Torre de Palma Wine Hotel é um estabelecimento hoteleiro no Alentejo, uma região portuguesa especialmente conhecida pelas suas belas planícies e terrenos férteis. No entanto, estas sofreram impactos significativos devido à seca e às mudanças climáticas, e à elevação das temperaturas a nível mundial. Da mesma forma, foi importante definir medidas que contribuíssem para a redução da pegada de carbono do alojamento e que também contribuíssem positivamente para a consciencialização de todos os turistas que visitam o estabelecimento, inclusive para a redução do consumo de água, por se tratar de uma região afetada por secas severas todos os anos. Apesar da forte ligação às vinhas e aos animais, o foco das medidas desenvolvidas visa ajudar na conservação da biodiversidade.

Ações realizadas

A principal ação consistiu na implementação no hotel de um sistema de certificação de Turismo Responsável Biosphere. Trata-se de um sistema de referências normativas internacionais criado pelo Instituto de Turismo Responsável (ITR), aplicável a todos os tipos de empresas de turismo, e reconhecido mundialmente pelo Conselho Global de Turismo Sustentável e pela Organização Mundial do Turismo.

Especificamente, o padrão da Biosphere Hotel tem como objetivo traçar o caminho para a sustentabilidade de todos os tipos de acomodação, através de critérios e requisitos que cruzam todas as áreas da sustentabilidade do turismo, do meio ambiente, aos aspetos sociais e económicos:

1. *Instrumentos de uma política de turismo responsável:* Política de turismo responsável, plano de ação, motivação do pessoal e plano de formação, marketing responsável, requisitos legais e regulamentares, e ações corretivas;
2. *Conservação e melhoria do património cultural:* integração na realidade cultural do destino, participação na conservação de recursos culturais, e promoção do conhecimento dos

visitantes;

3. *Desenvolvimento económico e social do destino*: promoção do desenvolvimento económico e social da comunidade local, e atitude responsável com os funcionários;

4. *Conservação ambiental*: proteção da paisagem, proteção da biodiversidade, proteção do solo. Gestão e controle de energia, da água, de resíduos, do consumo de produtos e serviços, de emissões atmosféricas, do ruído, e da poluição luminosa;

5. *Satisfação do cliente e envolvimento no sistema de turismo responsável*: atendimento de qualidade, segurança do cliente, comportamento responsável do cliente no local. Serviços que fornecem informações e conhecimento sobre o destino, e acesso universal.

No caso do Hotel Torre de Palma, antes da realização das ações, foi necessário realizar um diagnóstico de sustentabilidade que determinasse quais as ações que poderiam ajudar a contribuir para a resolução dos problemas identificados. Após este diagnóstico, as medidas foram implementadas. A implementação requer avaliações regulares dos resultados, para agir em conformidade. As ações realizadas no Torre de Palma Wine Hotel foram as seguintes:

Meio Ambiente: Plantação de árvores de fruto: laranjeiras, figueiras, como medida de mitigação da pegada de carbono. Plantação de ciprestes também como medida de mitigação da pegada de carbono. Cavalos alimentados pelos olivais. Jardim biológico. Ninhos de cegonhas. Criação de falcoaria para controle natural de pragas no vinhedo.

Social: Parcerias e eventos, (mercado de vinhos), com produtores locais, para promover vinhos. Manual de boas-vindas aos fornecedores e certificação de fornecedores locais através de boas-práticas identificadas, em feiras de produtores locais. Observações astronómicas para a comunidade, em parceria com uma associação local. Disponibilidade dos espaços do hotel para exposições de universidades seniores da região. Capela aberta para celebrações religiosas da comunidade local. Loja com produtos regionais. Medidas para conciliar a vida pessoal e familiar com a vida profissional dos empregados.

Resultados

Estas medidas contribuíram positivamente para o desenvolvimento sustentável do Hotel e, além disso, ajudam a mitigar alguns dos problemas que existem na região onde o estabelecimento está localizado. Também serviram para contribuir para a manutenção da biodiversidade, como um fator chave para o equilíbrio da fauna e flora, e criar uma diferenciação para a sustentabilidade e atração de clientes que realmente valorizam essas questões.

Fatores de sucesso

O fator mais importante que possibilita a sustentabilidade é a vontade e o esforço dos empreendedores para levar a cabo ações sustentáveis e, ao mesmo tempo, influenciar os funcionários, a comunidade, os fornecedores e os turistas a agir. Além disso, a comunicação assume um aspeto bastante importante para o processo contínuo de conquista da sustentabilidade.

- O senso comunitário de pertencer a aldeias preservando e potencializando a herança cultural e patrimonial, a narrativa e as receitas locais são fundamentais para o desenvolvimento de uma cultura sustentável.
- De maior importância são os programas educacionais que incluem comportamento de sustentabilidade para as crianças, por exemplo, reciclagem, reutilização, agricultura, eficiência energética, mudança climática e conservação. Impactos esperados nas futuras práticas

responsáveis das crianças e o efeito de transbordo para as suas famílias, estimulando um comportamento de sustentabilidade.

- A maioria dos projetos e ações de sustentabilidade e a sua implementação é, na maioria das vezes, barata ou mesmo gratuita. Por um lado, a consciencialização não representa nenhum custo associado à implementação, e também a mudança dos métodos de produção agrícola livre de pesticidas pode levar à redução de custos. Por outro lado, a eficiência hídrica e energética pode significar investimentos, mas, a longo prazo, os benefícios económicos são em grande parte evidentes.
- O respeito e a promoção da biodiversidade local, ao salvar e permitir a fixação da cegonha-preta, garantem o bom funcionamento do ecossistema e aumentam a experiência turística de observação de aves. Além disso, a instalação da falcoaria para controle de pragas é uma excelente maneira alternativa de agregar valor à produção agrícola, preservando os ecossistemas e, por si só, constitui uma experiência turística agradável.
- A importância da parceria local com os produtores de vinho, a fim de promover produtos regionais, e ao mesmo tempo, são disseminados os valores de sustentabilidade através do desenvolvimento e partilha de um manual responsável com os fornecedores certificados.
- O envolvimento da comunidade com empresas locais de turismo sustentável é fundamental, especialmente porque pode aumentar o sentimento de pertença, e aumentar a parcela dos benefícios do turismo com os locais, influenciando e capacitando as comunidades.

Constrangimentos

Os principais aspetos que podem dificultar a implementação da sustentabilidade, relacionam-se com:

- A sazonalidade extrema das receitas do turismo pode afetar as relações comerciais e locais sustentáveis, devido a inconsistências comerciais, especialmente em territórios de baixa densidade.
- Planeamento rural: A mudança climática trouxe riscos adicionais para moradores e turistas. Por um lado, a necessidade de garantir que os recursos ainda estejam disponíveis e possam ser substituídos, especialmente a água, essencial para diversas atividades humanas e para a biodiversidade. Por outro lado, as áreas rurais estão a perder população e atividades essenciais para a manutenção do território que, ao mesmo tempo, prevenir e evitar incêndios florestais. O envolvimento das comunidades para o desenvolvimento rural é essencial, pois estimula a participação, aumenta o senso de responsabilidade e o valor acrescentado, e ao mesmo tempo preserva o território e todos os seus bens culturais e patrimoniais.

Referências

<https://www.torredepalma.com>

Boa-prática 3. Casa de hóspedes rural certificada com a Carta Europeia do Turismo Sustentável em Áreas Protegidas

Nome e localização do MPE: La Rectoria de Sant Miquel de Pineda - pousada rural (Sant Feliu de Pallerols, Catalunha, Espanha)

Objetivo da boa-prática

O objetivo desta boa-prática é permitir que as empresas de turismo localizadas em áreas protegidas desenvolvam o turismo de forma sustentável, protegendo o património natural, social e cultural. Esta boa-prática mostra uma pousada Catalã (Espanha), La Rectoria de Sant Miquel, localizada no Parque Natural da Zona Vulcânica de La Garrotxa, que fornece e promove o turismo, e tenta minimizar a sua pegada ambiental de acordo com a Carta Europeia para o Turismo Sustentável.

Enquadramento

A **Carta Europeia do Turismo Sustentável em Áreas Protegidas** é reconhecida internacionalmente como um modelo e uma ferramenta prática de gestão para a gestão sustentável do turismo. O elemento central da Carta é trabalhar em parceria com todas as partes interessadas relevantes para desenvolver uma estratégia comum de turismo sustentável e um plano de ação com base numa análise minuciosa da situação. O objetivo de todos os projetos e atividades da Carta é a proteção do património natural e cultural e a melhoria contínua do turismo em Áreas Protegidas em termos de meio ambiente, visitantes, população local e empresas.

A Carta inclui um conjunto de princípios que define e reconhece boas-práticas no desenvolvimento e gestão do turismo sustentável nas paisagens mais valorizadas da Europa. Os parques que completam o processo da Carta garantem que estruturas e processos eficazes de planeamento e gestão sejam implementados.

O envolvimento de empresas locais, como estabelecimentos hoteleiros, restaurantes, empresas agroalimentares ou artesanais com serviços ao visitante, operadores turísticos, empresas de turismo ativo, e a existência de guias e educação ambiental, são vitais para o desenvolvimento e gestão eficazes do turismo sustentável. Por conseguinte, as diversas áreas da Carta permitem encorajar as empresas de turismo a receber o reconhecimento individual ao abrigo da Parte II da Carta.

Este reconhecimento permite a posterior certificação das empresas locais de turismo que operam dentro da área. Enquanto a candidatura para se tornar um Destino Sustentável é processada e avaliada pela Federação EUROPARC, o desenvolvimento da Carta - Parte II, dirigida a empresas locais é desenvolvida a nível nacional pelas Secções EUROPARC. Atualmente, a Rede Europeia da Carta conta com 164 Destinos Sustentáveis de 20 países, envolvendo um número crescente de empresas locais de turismo, como parceiros fundadores.

Ações realizadas

O Parque Natural da Zona Vulcânica de La Garrotxa foi a primeira área protegida em Espanha que recebeu em 2001 a acreditação da Carta Europeia para o Turismo Sustentável em Áreas Protegidas. Este é o primeiro e necessário passo, uma vez que o reconhecimento individual de uma empresa de turismo deve corresponder a uma localização numa área protegida num país acreditado.

A Rectoria de Sant Miquel de Pineda foi remodelada com base em critérios ambientais e abriu as suas portas como *guesthouse* em 2011. Começou por preparar os requisitos necessários para ser reconhecido como parceiro, através:

- Do diagnóstico do impacto social e ambiental da sua atividade;
- Do cumprimento das condições estabelecidas pela área protegida;
- Da elaboração de um plano de ação de três anos com o objetivo de melhorar a sustentabilidade do negócio;
- Da assinatura de um acordo de parceria com a área protegida.

Em 2013, a La Rectoria de Sant Miquel de Pineda recebeu a certificação como parceiro fundador.

Resultados

O reconhecimento de estar sob a Parte II da Carta originou os seguintes benefícios:

- Maior envolvimento com a autoridade da área protegida e com a sua estratégia;
- Direito de utilizar o logótipo e a visibilidade da Carta nos *websites* da Carta;
- Tornar-se um ponto de informação local da área protegida;
- Ligação em rede com outras empresas reconhecidas pela Carta;
- Divulgar e promover junto dos visitantes a minimização da pegada ambiental.

Fatores de sucesso

- Estar localizado numa área natural protegida reconhecida na Europa;
- Estar diretamente envolvido no planeamento e desenvolvimento do turismo sustentável no território;
- Aumentar a visibilidade do negócio em conjunto com a comunicação da área protegida;
- Melhorar diretamente a qualidade da oferta turística da região, e a satisfação dos visitantes.

Restrições

Os requisitos gerais estabelecidos pela EUROPARC para a Parte II são interpretados e desenvolvidos por cada país de acordo com as suas circunstâncias locais. Os requisitos gerais para empresas de turismo são:

- Comprometer-se com a visão, missão e princípios da Carta;
- Relacionar-se com o fórum local de turismo sustentável e apoiar a implementação da estratégia de turismo sustentável e plano de ação;
- Demonstrar conformidade com critérios ou certificações relevantes de qualidade e sustentabilidade;
- Ter o seu próprio plano de gestão da sustentabilidade para os seus negócios, e que este seja acordado com a autoridade da área protegida;
- Manter relações estreitas com a autoridade da área protegida e com outras empresas e partes interessadas envolvidas na Carta.

A principal barreira que as empresas de turismo devem superar para se tornarem reconhecidas como parceiras da Parte II da Carta é o envolvimento real com a sustentabilidade e com os recursos humanos necessários para fazê-lo.

Referências

<https://www.europarc.org/sustainable-tourism/sustainable-partners-in-charter-areas/>

<https://www.larectoriadesantmiquel.com/ca/>

<http://parcsnaturals.gencat.cat/en/garrotxa/viure-hi/desenvolupament-local/turisme-sostenible/cets-garrotxa/empreses-cets-garrotxa/index.html>

Boa-prática 4. Primeiro operador turístico com certificado Travelife na Bulgária

Nome e localização do MSE: ODYSSEIA-IN, Sofia, Bulgária

Objetivo da boa-prática

O principal objetivo desta boa-prática é a melhoria dos impactos sociais e ambientais de uma empresa de turismo (mais precisamente, um operador turístico ou uma agência de viagens) através da implementação do programa de certificação Travelife¹. Esta boa-prática ilustra como uma operadora de turismo búlgara ODYSSEIA-IN conseguiu melhorar seu desempenho de sustentabilidade, através da implementação de uma nova política ambiental alinhada com os requisitos do padrão Travelife.

Enquadramento

Há alguns anos, não havia operadores turísticos na Bulgária certificados segundo padrões ambientais internacionalmente reconhecidos. Por essa altura, o interesse pelo turismo responsável e sustentável começou gradualmente a crescer. Num esforço para atender à crescente procura dos consumidores e empresas por produtos turísticos sustentáveis, a Associação dos Operadores Turísticos e Agentes de Viagens da Bulgária (ABTTA) lançou um projeto para certificação de operadores turísticos e agentes de viagens na Bulgária sob o Padrão de Certificação Travelife.

A Certificação Travelife oferece dois níveis de certificação - Travelife Partner e Travelife Certified. O primeiro nível inclui requisitos praticáveis. Pretende promover a cultura e a política ambiental visando reduzir a pegada ambiental das empresas de turismo. Em 2015, a ABTTA realizou duas sessões de formação e certificação Travelife para obter a certificação para o nível de parceiro. Foram formados dois representantes de cada operador turístico e agência de viagens participante. Um total de nove operadores turísticos e agências de viagens conseguiram obter o estatuto de parceiro.

Após a conclusão da formação, as empresas detentoras da certificação Travelife Partner deveriam avançar para o patamar seguinte da certificação. No entanto, apenas a ODYSSEIA-IN - uma operadora especializada em turismo ecológico, rural e de aventura - aceitou o desafio. A empresa demorou dois anos a obter o estatuto de Certified Travelife.

Ações realizadas

A ODYSSEIA-IN iniciou o processo de certificação, começando por implementar medidas elementares necessárias para estar de acordo com os requisitos do nível do Travelife Partner. O processo passou por definir a política ambiental e preparar recomendações para todos os utilizadores dos serviços com os quais a empresa estava a trabalhar. O passo seguinte foi avançar para o estatuto Certified Travelife.

De maio de 2015 a março de 2017, a ODYSSEIA-IN realizou a avaliação de conformidade com os requisitos do padrão Travelife Certified e identificou as suas áreas problemáticas. Implementaram várias práticas ambientais, como a substituição de 100% do papel usado por papel reciclado com certificação FSC, e a redução do consumo de eletricidade, água, aquecimento, etc. A maior parte dos materiais promocionais começou a ser produzida apenas em formato eletrónico, e as cópias impressas em papel reciclado. O conteúdo desses materiais incluía não apenas informações promocionais, mas também práticas para que os interessados, na Bulgária, pudessem manter estes

¹ O programa de certificação Travelife está alinhado com as normas e diretrizes internacionais, como o EMAS (Sistema Europeu de Gestão e Auditoria Ambiental), o sistema de gestão ambiental ISO 14001 e as diretrizes internacionais ISO 26000 de Responsabilidade Social Empresarial. Baseia-se numa série de critérios de sustentabilidade, incluindo práticas trabalhistas, direitos humanos, conservação de ecossistemas e biodiversidade, redução de resíduos, impactos culturais e práticas comerciais justas.

documentos nos seus arquivos/bibliotecas, por um período mais longo do que para uma única viagem.

A ODYSSEIA-IN incentivou a sua equipa a usarem meios de transporte ecológicos nas suas viagens de ida e volta para o escritório. A empresa mudou todos os aparelhos elétricos por outros mais responsáveis. O uso de plástico foi minimizado e, quando necessário, foi dada preferência a soluções reutilizáveis. Os grupos de turistas que tinham piqueniques planeados ao ar livre, foram contemplados com canecas de metal para as bebidas tomadas ao ar livre.

A política ambiental da empresa também foi direcionada para os parceiros que possuíam ou geriam estabelecimentos de alojamento e restauração. A ODYSSEIA-IN organizou eventos especiais para eles, dedicados à sua política ambiental. Como parte desses eventos, a empresa realizou seminários destinados a melhorar os produtos e serviços oferecidos. Apresentaram também boas-práticas ambientais, que poderiam ser facilmente implementadas na Bulgária. Como resultado, vários hotéis e restaurantes, que fizeram parceria com a ODYSSEIA-IN, pararam o uso de produtos descartáveis, instalaram dispensadores para sabão líquido, em vez de oferecer pequenos sabonetes em embalagens padronizadas de plástico, deixaram de oferecer porções individuais de mel, geleia, açúcar, manteiga, e aumentou a utilização de produtos locais. Um grande número de hotéis introduziu a prática de servir a água em jarros de vidro em vez de usarem garrafas de plástico.

A ODYSSEIA-IN realizou uma formação especial, de acordo com os requisitos da Travelife, para motoristas e guias turísticos, que acompanham os grupos de turistas. Os motoristas eram obrigados a parar os motores dos seus veículos enquanto esperavam pelos turistas. Os guias turísticos foram ensinados a promover e incentivar os seus turistas a terem comportamentos responsáveis.

A ODYSSEIA-IN deu os seguintes passos para obter o Certificado Travelife:

- ✓ Educar dois membros da sua equipa sobre os requisitos do padrão Travelife Certified;
- ✓ Desenvolver a política ambiental da empresa;
- ✓ Educar todos os funcionários sobre a nova política ambiental da empresa;
- ✓ Introduzir regras ecologicamente corretas para o trabalho de escritório;
- ✓ Divulgar a política ambiental da empresa junto de todos os seus parceiros: empresas no exterior que enviam turistas para a Bulgária, hotéis e restaurantes, guias turísticos, empresas de transporte e outros;
- ✓ Assinatura, neste âmbito, de anexos aos contratos celebrados com prestadores de serviços;
- ✓ Introduzir os princípios das viagens responsáveis nos contratos com clientes diretos e incentivar os clientes a seguir esses princípios;
- ✓ Aprofundar o processo e introduzir novas boas-práticas de comportamento responsável, como a criação de códigos de conduta em áreas protegidas, etc.
- ✓ Trabalhar com organizações não-governamentais de proteção do meio ambiente, criação de passeios que apoiem causas ambientais e desenvolvimento de um turismo responsável em destinos menos populares.

Resultados

Como resultado do processo de certificação, a ODYSSEIA-IN conseguiu incentivar os seus parceiros e prestadores de serviços a reduzir sua pegada e implementar algumas boas-práticas ambientais. A

etiqueta de certificação Travelife melhorou a imagem da empresa tornando-se pioneira das viagens responsáveis na Bulgária.

Fatores de sucesso

A seleção de fornecedores de serviços abertos a novas tendências ajudou a ODYSSEIA-IN a influenciar a sua atitude e desempenho ambiental. A política ambiental da empresa foi favorecida por um grande número de prestadores de serviços.

Constrangimentos

Na Bulgária, é muito difícil para uma empresa ou prestador de serviços introduzir práticas ambientais. Muitas pessoas são céticas e acham desnecessárias ou difíceis introduzir tais boas-práticas. A comunidade ainda não está preparada para separar lixo, usar e transportar pratos multiuso nas montanhas ou recusar sacos plásticos nas lojas. Hotéis e restaurantes consideram mais fácil usar pequenas embalagens de cosméticos e produtos alimentícios. O facto de apenas uma em cada nove empresas terem atingido o segundo nível de certificação da Travelife, demonstra a falta de incentivos para a introdução de políticas ambientais e para o cumprimento de regras com elas relacionadas.

Referências

Travelife para Operadores Turísticos e Agências de Viagens. Website oficial. URL: www.travelife.info.

ODYSSEIA-IN. Website oficial URL: www.hiking-bulgaria.com

Resumo dos pontos principais

- O turismo sustentável pode ser definido como o tipo de turismo que tem em conta os seus impactos económicos, sociais e ambientais atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs;
- As MPE do turismo têm um papel fundamental na promoção e implementação do turismo sustentável, entendido como um processo de melhoria contínua;
- A nível europeu, a política de turismo está focada principalmente em impulsionar a competitividade do setor a nível global. A Comissão Europeia emitiu um conjunto de Comunicados em que a promoção do turismo sustentável, responsável e de alta qualidade constitui uma das suas prioridades.
- Para ajudar a alcançar a sustentabilidade, as MPE do turismo têm à sua disposição um conjunto de diferentes orientações e recomendações que podem inspirá-las e ajudá-las a implementar ações que promovam um turismo mais sustentável.
- Os Critérios do Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC) são um conjunto de orientações ou recomendações para todos os tipos de empreendimentos turísticos, e que servem de orientação básica para as empresas tornarem-se mais sustentáveis e para ajudar empresas a optarem por programas de turismo sustentável.
- A certificação é usada principalmente para verificar as atividades e padrões das empresas de turismo. Sistemas de certificação para turismo sustentável são ferramentas que possibilitam

distinguir quais as empresas genuinamente responsáveis que implementam ações e programas de sustentabilidade.

- Existem dois tipos principais de certificação de sustentabilidade para empresas. Rótulos ecológicos ou rótulos de sustentabilidade (que consistem no cumprimento de um determinado número de critérios) e sistemas de gestão ambiental ou de sustentabilidade (que consistem num sistema de gestão com objetivos de sustentabilidade).

Atividade de aprendizagem integradora para o Módulo 1: *Position Paper*



Sistematize as suas reflexões, depois de conhecer os conteúdos do módulo. Delineie os aspetos que necessita considerar na sua empresa para melhorar o seu desempenho de sustentabilidade.

Estrutura indicativa:

1. Reconhecimento geral dos princípios de desenvolvimento sustentável no setor de turismo e a forma como os aplica nas operações do seu negócio;
2. Pontos fortes que ajudam no desempenho de sustentabilidade da sua empresa (considere os três pilares da sustentabilidade);
3. Fraquezas que dificultam a evolução na direção de um desempenho mais sustentável;
4. Valor dos processos de certificação e / ou sistemas de gestão ambiental / sustentabilidade para a sua empresa;
5. Definição dos objetivos que pode identificar para melhorar o desempenho de sustentabilidade da sua empresa.

Perguntas de autoavaliação

Questões de escolha múltipla com mais de uma resposta correta (min. 5).

Questão 1: Turismo Sustentável

Conteúdo da pergunta	Por favor, identifique todas as respostas que são verdadeiras
Resposta 1	... está relacionado com o conceito de desenvolvimento sustentável que integra economia, sociedade e meio ambiente.
Resposta 2	... só pode ser implementado em certos tipos de destinos turísticos e empresas.
Resposta 3	... visa apenas os benefícios económicos e ambientais.
Resposta 4	... e ecoturismo são conceitos equivalentes.
Resposta 5	... tem como um de seus principais desafios reduzir a sazonalidade da procura.
Respostas corretas	1, 5

Pergunta 2: Comunicados da UE sobre turismo

Conteúdo da pergunta	Por favor, identifique todas as respostas que são verdadeiras
Resposta 1	... pretende promover um turismo mais sustentável, competitivo e de alta qualidade na Europa.
Resposta 2	... quer promover um turismo ecológico, sustentável e de crescimento mais rápido na Europa.
Resposta 3	... quer promover o princípio da precaução, que significa tomar ações preventivas para evitar possíveis danos.
Resposta 4	... quer promover o princípio da precaução, que significa analisar os mercados antes de empreender uma campanha promocional.
Resposta 5	... não menciona o papel especial que as MPE do turismo podem desempenhar em relação ao desenvolvimento sustentável do turismo, embora esse papel seja um pressuposto.
Respostas corretas	1, 3
Questão 3: Critérios GSTC	
Conteúdo da pergunta	Por favor, identifique todas as respostas que são verdadeiras
Resposta 1	... são um conjunto de orientações elaboradas pela Comissão Europeia para ajudar a promover o turismo sustentável.
Resposta 2	... são conjuntos diferentes de orientações projetadas para ajudar a promover o turismo sustentável no destino e no nível empresarial.
Resposta 3	... são uma ferramenta útil para ajudar à certificação das MPE de turismo.
Resposta 4	... são organizados em torno das três principais dimensões da sustentabilidade (meio ambiente, sociedade, economia).
Resposta 5	... são organizados em torno de quatro temas principais (planeamento da sustentabilidade, benefícios sociais e económicos, património cultural e meio ambiente).
Respostas corretas	2, 3, 5
Questão 4: Sistemas de certificação para MPE de turismo	

Conteúdo da pergunta	Por favor, identifique todas as respostas que são verdadeiras
Resposta 1	... são ferramentas que ajudam a identificar as empresas que voluntariamente querem ser reconhecidas por um determinado aspeto (não apenas sustentabilidade).
Resposta 2	... são sistemas obrigatórios que as empresas que querem desenvolver ações de sustentabilidade precisam implementar.
Resposta 3	... um processo de auditoria e avaliação.
Resposta 4	... são focados principalmente na sustentabilidade.
Resposta 5	... estão principalmente relacionados com a qualidade, mas também cobrem a sustentabilidade.
Respostas corretas	1, 3, 5
Questão 5: Selos ecológicos (ecolabels) para as MPE de turismo	
Conteúdo da pergunta	Por favor, identifique todas as respostas que são verdadeiras
Resposta 1	... são uma ferramenta dinâmica que permite às empresas estabelecer objetivos diferentes, ano após ano.
Resposta 2	... cobrem geralmente as três principais dimensões da sustentabilidade, como é o caso do selo ecológico da UE.
Resposta 3	... são sistemas de certificação mais simples que o EMS, pois exigem menos documentação e consistem apenas no cumprimento de certos critérios.
Resposta 4	... têm certas semelhanças com o EMS (ou seja, ambos os sistemas são auditados externamente e um dos seus objetivos é mostrar o compromisso da empresa com a sustentabilidade).
Resposta 5	... EMAS e ISO 14001 são alguns dos mais reconhecidos no sector do turismo.
Respostas corretas	3, 4

Bibliografia	
1.	Battaglia, M. (2017). Sustainability in the Tourism Business. <i>Symphonya. Emerging Issues in Management</i> , 3, 122-134.
2.	European Commission (2007). <i>Agenda for a Sustainable and Competitive European Tourism /COM/2007/0621 final/</i> . Brussels.
3.	European Commission (2010). <i>Europe, The World's No 1 Tourist Destination – a new political framework for tourism in Europe /COM/2010/352 final/</i> . Brussels.
4.	European Commission (2016a). <i>The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management</i> . Luxembourg.
5.	European Commission (2016b). <i>EMAS sectoral reference document on best environmental management practice in the tourism sector</i> . Luxembourg.
6.	Giulietti, S., Romagosa, F., Fons, J., & Schröder, C. (2018). <i>Tourism and the Environment. Towards a reporting mechanism in Europe</i> . Bellaterra (Barcelona): ETC / ULS.
7.	Hall, C. M., Gössling, S., & Scott, D. (2015). Tourism and Sustainability. An Introduction In. C. M. Hall, S. Gössling, & D. Scott (Eds.) <i>The Routledge Handbook on Tourism and Sustainability</i> (pp. 1-11). London & New York: Routledge.
8.	Juul, M. (2015). <i>Tourism and the European Union - Recent Trends and Policy Developments</i> . European Parliamentary Research Service.
9.	Marinov, V. (2016). Tourism Enterprises Contribution to Sustainable Tourism Destination Development: The case of Sofia Municipality. <i>Annual of Sofia University "St. Kliment Ohridski"</i> , Faculty of Geology and Geography. Book 2 – Geography, Volume 109, 233-249.
10.	Plüss, C., Zotz, A., Monshausen, A., & Kühhas, C. (2014). <i>Sustainability in Tourism. A Guide Through the Label Jungle</i> . Nature Friends International. Arbeitskreis Tourismus & Entwicklung. ECOTRANS e.V. Bread for the World – Protestant Development Service.
11.	Rainforest Alliance (2013). <i>Guide for Sustainable Tourism Best Practices</i> . New York.
12.	Swarbrooke, J. (1999). <i>Sustainable Tourism Management</i> . Wallingford & New York: CABI.
13.	Tourism Sustainability Group (2007). <i>Action for more sustainable European tourism</i> . Brussels.
14.	TUI Travel PLC (2011). <i>Guidelines for Environmental Sustainability in Hotels</i> .

15.	UNEP & WTO (2005). <i>Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers</i> . Madrid: WTO.
16.	World Tourism Organization (1998). <i>Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism</i> . Madrid: WTO.
17.	UNWTO (2013). <i>Sustainable Tourism for Development Guidebook</i> . Madrid: UNWTO.

Glossário	
<i>Sustentabilidade</i>	<i>Embora não exista uma definição universalmente aceite de sustentabilidade, em muitas ocasiões ela é usada como sinónimo de desenvolvimento sustentável (aquele tipo de desenvolvimento que cumpre as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de obterem as suas próprias necessidades). Para ser mais preciso, porém, a sustentabilidade pode considerar-se um processo que leva ao desenvolvimento sustentável.</i>
<i>Turismo sustentável</i>	<i>A implementação dos princípios de desenvolvimento sustentável ou sustentabilidade no setor do turismo.</i>
<i>Micro e pequenas empresas (MPE)</i>	<i>Microempresa: Empresa que emprega menos de 10 pessoas e cujo volume de negócios anual e / ou receita total anual não exceda 2 milhões de euros. Pequena empresa: Uma empresa que emprega menos de 50 pessoas e cujo volume de negócios anual e / ou receita total anual não exceda 10 milhões de euros.</i>
<i>Greenwashing</i>	<i>Uma forma de rotação na qual o marketing verde é ilusoriamente usado para promover a perceção de que os produtos, objetivos ou políticas de uma organização são ecologicamente corretos ou estão promovendo a sustentabilidade, quando isso não é a realidade (ou isso é feito apenas parcialmente).</i>
<i>Selo ecológico (ecolabel)</i>	<i>Um selo de certificação de sustentabilidade ou ambiental para empresas ou organizações que consiste no cumprimento de um determinado número de critérios padrão. Se a empresa ou organização cumprir esses critérios, poderá usar o selo ou logotipo em termos de marketing.</i>
<i>Sistema de Gestão Ambiental (Sustainable Management System or Environmental Management System)</i>	<i>Um processo de certificação de sustentabilidade ou ambiental para empresas ou organizações que consiste num conjunto de métodos e práticas que permitem que uma organização reduza os seus impactos ambientais e aumente a sua eficiência operacional.</i>



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

WWW.SUSTAIN-T.EU