



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

Sustainable Tourism through Networking and Collaboration



Módulo 2:

**Benefícios socioeconómicos do turismo sustentável
para as comunidades locais**

Índice

Unidade 2.1 Apoio à comunidade: emprego local, trabalho digno, igualdade de oportunidades para todos

Unidade 2.2 Apoio aos empreendedores: compras locais

Unidade 2.3 Melhoria da qualidade de vida nas comunidades locais através do turismo acessível

Palavras-chave

Emprego local; trabalho digno; compras locais; turismo acessível; acessibilidade universal.

<p>Objetivos de aprendizagem</p>	<p><i>Como resultado do envolvimento com os materiais deste módulo, os alunos devem alcançar os seguintes resultados de aprendizagem:</i></p> <p>Conhecimento: <i>Saber como as MPE de turismo podem promover a criação de trabalho local digno, com igualdade de oportunidades para todos, bem como podem promover a economia local através do apoio a empresas locais e favorecendo a aquisição de produtos e serviços locais. Finalmente, saber como ações e iniciativas de turismo acessível também podem ser promovidas pelas MPE de turismo.</i></p> <p>Aptidões: <i>melhorar a capacidade de identificar as principais características e ferramentas que podem ajudar as MPE de turismo a promover o trabalho local digno, apoiando as compras locais e promovendo negócios acessíveis tanto para turistas como para a população local.</i></p> <p>Competências: <i>Incentivar a promoção do trabalho local digno, o apoio às compras locais e a promoção de empresas acessíveis.</i></p>
<p>Métodos</p>	<p><i>Aprendizagem autónoma pela leitura e estudo dos materiais do curso bem como das fontes e links complementares, disponíveis nos materiais.</i></p>
<p>Horário</p>	<p><i>Tempo necessário para:</i></p> <p><i>Aprendizagem dos conteúdos (autoestudo): 1,5 horas</i></p> <p><i>Questões de autoavaliação: 5 minutos</i></p> <p><i>Necessário tempo adicional (dependendo dos alunos) para concluir as atividades de aprendizagem e rever fontes e links complementares.</i></p>

Introdução

Este módulo relaciona-se com benefícios socioeconómicos do turismo sustentável para as comunidades locais. Estrutura-se em três unidades, relativas a três aspetos-chave dos pilares económicos e sociais do turismo sustentável.

A primeira unidade refere-se ao apoio à comunidade pela promoção de emprego local, trabalho digno e igualdade de oportunidades para todos. Com o objetivo principal de promover a sustentabilidade do setor, as MPE de turismo devem priorizar fortemente a criação de empregos estáveis, permanentes e de tempo integral, que ofereçam salários e benefícios justos, sem qualquer discriminação, bem como oportunidades para os desfavorecidos. Além disso, se esses empregos são locais, a contribuição do turismo para a sustentabilidade do destino, no seu todo, é muito maior.

A segunda unidade complementa a anterior pela explicitação de como as MPE de turismo podem também apoiar empreendedores ao nível local/ de destino. Mais especificamente, lida com as compras locais, o apoio às empresas de propriedade local e o fortalecimento dos vínculos entre essas empresas. A compra local contribui para a sustentabilidade económica e ambiental do turismo e da comunidade anfitriã, porque não contribui apenas para a promoção de produtos e produtores locais, mas também ajuda a reduzir as importações para a área, bem como as emissões e poluição.

Finalmente, a terceira unidade fala sobre a melhoria da qualidade de vida nas comunidades locais através de turismo acessível. Aqui, define-se os conceitos de turismo acessível e acessibilidade universal, e explica-se como podem ser implementados por um MSE de turismo. A introdução de acessibilidade no setor do turismo oferece a possibilidade de expandir o público-alvo, sem a necessidade de especialização ou reorientação do negócio. O objetivo é criar uma oferta inclusiva baseada na oferta existente, uma vez que as pessoas com necessidades de acessibilidade (mais idosos, deficientes ou famílias com crianças pequenas) têm os mesmos desejos e necessidades de viagem que o resto da população.

Conteúdo

2.1 Apoio à comunidade: emprego local, trabalho digno, igualdade de oportunidades para todos

Proporcionar emprego é uma das principais formas de o turismo contribuir para a qualidade de vida das comunidades de acolhimento e para a sustentabilidade socioeconómica dos destinos. No entanto, apesar da importância dos recursos humanos no turismo e da contribuição do setor para a economia global, os empregos no turismo são geralmente muito mal pagos, com condições precárias e pouca segurança no emprego (UNEP & WTO, 2005). Isto deve-se em parte à fragmentação do setor que se caracteriza por empregos sazonais, a tempo parcial e muitas vezes familiares, mas também à ideia de que os empregos na indústria de serviços são trabalho não profissional ou casual. Há uma alta rotatividade de trabalhadores em alguns setores da indústria. Melhores condições para os trabalhadores podem levar a um melhor desempenho, maior retenção de pessoal e maior eficiência e produtividade.

Com o objetivo principal de promover a sustentabilidade do setor, as MPE de turismo devem dar alta prioridade à criação de empregos estáveis, permanentes e de tempo integral, e que proporcionem salários e benefícios justos. Além disso, se esses empregos forem locais, a contribuição do turismo para toda a sustentabilidade do destino é muito maior. Na verdade, isso pode ter um efeito significativo na prosperidade local.

“Melhorar a qualidade dos empregos no turismo” foi identificado como um dos principais desafios para a sustentabilidade do turismo europeu, de acordo com um grupo de especialistas, (*Tourism Sustainability Group*, 2007). Uma das principais razões pelas quais o setor de turismo não oferece empregos de qualidade é a significativa natureza sazonal da procura em muitos destinos. Por essa razão, não é por acaso que “a redução da sazonalidade da procura turística” também foi identificada como outro desafio-chave para a sustentabilidade do turismo europeu. Isso exige políticas claras para estender a temporada por meio de medidas como: segmentação de mercados com maior probabilidade de viajar fora da época alta; ofertas e incentivos sazonais com desconto; desenvolvimento de produtos inovadores; organização de eventos nos períodos menos ocupados do ano; atrações incentivadoras para ficar aberto por mais tempo.

Onde não se consegue ter emprego em tempo integral durante todo o ano, soluções alternativas podem ser possíveis. Por exemplo, o horário de trabalho poderia ser adaptado para se adequar aos padrões sazonais, mantendo os benefícios, ou aos trabalhadores sazonais poderiam ser assegurados empregos pelos mesmos empregadores, em cada temporada.

A fim de garantir um trabalho digno nas **MPE de turismo**, no mínimo, as “normas laborais básicas” da Organização Internacional do Trabalho (OIT), devem ser sempre observadas. Esses padrões que refletem os direitos humanos básicos, estipulam: o direito dos trabalhadores de se associarem e negociarem coletivamente; a proibição do trabalho forçado e da exploração do trabalho infantil; e a não discriminação no emprego.

As questões de equidade associadas ao desenvolvimento sustentável sugerem que as boas-praticas de emprego vão além desses padrões básicos, promovendo o bem-estar económico e social, levando à melhoria dos padrões de vida e à satisfação das necessidades básicas. Um conjunto de princípios, que refletem essas boas-praticas, e baseado na Declaração Tripartida de Princípios da OIT, é dado no quadro a seguir. As normas e regulamentos laborais nacionais devem ser atingidos, garantindo o máximo cumprimento por todas as empresas.

Princípios para boas-praticas no emprego

- *Promoção do emprego: promoção de emprego pleno, produtivo e livremente escolhido.*
- *Igualdade de oportunidades e tratamento: Eliminação de qualquer discriminação baseada na raça, cor, sexo, religião, opinião política, ascendência nacional ou origem social. Acolhimento dos costumes culturais, tradições e práticas dos empregados.*
- *Segurança do emprego: Oferta de contratos de trabalho formais e centrados no desenvolvimento a longo prazo das empresas de turismo.*
- *Formação: Incentivo à criação e desenvolvimento de competências, complementado por formação profissional e orientação estreitamente ligadas ao emprego.*
- *Condições de trabalho e vida: Oferta dos melhores salários, benefícios e condições de trabalho possíveis, dentro das políticas governamentais. Os benefícios dos empregados podem ser estendidos para incluir contribuições para cuidados de saúde, incapacidade, maternidade, educação e reforma, onde estes não são legalmente obrigatórios. Amenidades como residência, alimentação e cuidados médicos devem ser fornecidas quando necessário e devem ser de boa qualidade. A distribuição de taxa de serviço deve ser um processo bem documentado e transparente.*
- *Idade mínima: Respeito da idade mínima para admissão no emprego ou trabalho, a fim de garantir a abolição efetiva do trabalho infantil.*
- *Segurança e saúde: oferecimento de padrões e programas de segurança e saúde adequados para os empregados.*

Fonte: UNEP & WTO (2005).

Quando são criadas novas oportunidades de emprego, no campo do turismo, deve ter-se como uma das prioridades o encorajamento de práticas de emprego que proporcionem oportunidades para pessoas desfavorecidas (isto é, jovens desempregados, mulheres, pessoas pobres, etc.), se pensarmos em termos de sustentabilidade.

Além disso, os efeitos colaterais negativos do trabalho de baixa qualidade sobre os trabalhadores estão bem documentados, incluindo uma prevalência de *stress*, altas taxas de acidentes e fraca saúde mental para eles (Baum et al., 2016). Também deve ser levado em conta que o setor de turismo é particularmente vulnerável a muitos tipos de crise que podem ocorrer sem aviso prévio e ter um efeito imediato. Muitos trabalhadores, incluindo o elevado número de trabalhadores temporários ou a tempo parcial, podem não ter direito a benefícios ou apoios quando ficam sem emprego. Isso poderia ser superado através da introdução de contratos que exijam uma indicação adequada de tempo para o aviso prévio de cessação de contrato, pagamento de indemnização, etc. (UNEP & WTO, 2005).

Finalmente, a forma como as pessoas, que trabalham no turismo, realizam o seu trabalho e se relacionam com os visitantes faz uma grande diferença na qualidade da experiência do visitante. Além disso, a disponibilidade de conhecimentos e competências, em determinadas áreas específicas, é importante para a sustentabilidade do turismo, (Comissão Europeia, 2013). Assim, uma força de trabalho de alta qualidade e fidelidade, com saberes e competências suficientes, é um requisito fundamental para o sucesso das empresas turísticas, e muito importante também para a reputação de um destino. Ter empregos estáveis e seguros é muito importante para as empresas recrutarem e reterem satisfatoriamente pessoal qualificado e motivado no futuro. Isto pode ser conseguido através do investimento no desenvolvimento de competências e formação profissional, e reforçado pelo desenvolvimento profissional e oportunidades de promoção. Neste sentido, as **MPE de turismo** devem tentar oferecer, de forma continuada, formação e educação aos seus trabalhadores em todos os níveis, dando atenção especial às questões de sustentabilidade.



Atividade de aprendizagem 2.1:

Tenta promover o emprego local e o trabalho digno na sua empresa? Se sim, explique como o faz. Se não, indique os principais desafios.

2.2 Apoio aos empreendedores: compras locais

A garantia de que os benefícios económicos ficam no local onde os custos ocorrem é um princípio importante de desenvolvimento sustentável. Da mesma forma que (como explicado na unidade anterior) o apoio à comunidade local para a promoção do emprego local é importante. É também um aspeto fundamental que os *stakeholders* do turismo, e as **MPE de turismo** entre eles, procurem promover a prosperidade local, tentando maximizar os gastos dos visitantes *per capita* e reduzindo as perdas, e ainda desenvolvendo vínculos na economia local. Neste contexto, prosperidade local significa assegurar que o turismo esteja bem integrado na economia e seja desenvolvido ao lado de outros setores. (UNEP & WTO, 2005).

Perdas económicas podem ocorrer por meio do repatriamento de lucros por investidores ou proprietários externos; por compras feitas por turistas fora do destino (por exemplo, operadores turísticos internacionais); e por compras de bens importados por turistas e empresas. Outras perdas económicas podem ocorrer se rendimentos obtidos dentro de uma comunidade forem gastos fora dela. Para minimizar essas perdas, algumas ações podem ser desenvolvidas pelos *stakeholders* de turismo. Além de incentivar o emprego de mão-de-obra local, também podem apoiar as empresas locais. Quando as empresas são propriedade de alguém localmente, é provável que uma proporção maior dos lucros seja retida dentro da comunidade. Em muitas áreas, as empresas que são propriedade de alguém localmente tendem a ser **MPE**, e as políticas de apoio podem apontar para um aumento de capacidade e de apoio financeiro especificamente relacionados com as suas necessidades. Neste sentido, as **MPE do turismo** devem tentar colaborar mais com outras MPE locais (do setor de turismo, mas de outros setores também).

Outra ação, ligada ao apoio de empresas locais, poderia envolver o fortalecimento de vínculos entre essas empresas. Isto significa a abordagem da cadeia de fornecedores locais. As ações nesse sentido visam:

- *Incentivar e facilitar o abastecimento local.* Os operadores turísticos devem ser encorajados a recorrer a fornecedores locais de serviços e produtos, os que com maior probabilidade beneficiam as comunidades locais. Os fornecedores de serviços devem ser encorajados a realizar uma auditoria das fontes utilizadas (como os produtores de alimentos), e procurar maximizar a proporção de fornecedores locais. A utilização de produtos locais pode aumentar consideravelmente a autenticidade da oferta ao turista e o efeito multiplicador do turismo nas economias locais. Conseguir uma oferta consistente de bens locais de alta qualidade pode ser um desafio, mas é necessário para reduzir a necessidade de produtos importados e, assim, reduzir as perdas. Isto pode ser facilitado pela criação de mercados grossistas ou consórcios.
- *Incentivar clusters (agrupamentos) e redes de negócios.* Isso significa fazer com que as empresas trabalhem mais em conjunto, obtendo assim mais resultados para si e para a comunidade local. Isso pode ser alcançado através do planeamento de políticas que incentivem os agrupamentos geográficos e da capacitação ou *marketing* para apoiar associações comerciais. Redes de trabalho podem ser formadas entre fornecedores de serviços similares, para apoio mútuo partilha de custos e benefícios; entre fornecedores de diferentes tipos de serviços de turismo, para fortalecer os pacotes das ofertas; e entre empresas em diferentes setores, (por exemplo, entre operadores de alojamento e fornecedores de alimentos ou artesanato), para fortalecer a cadeia de fornecedores.
- *Reconhecer as necessidades de múltiplas ocupações, incluindo turismo.* Muitos destinos têm uma tradição de pessoas locais estarem envolvidas numa variedade de ocupações diferentes ao mesmo tempo, seja como empregados ou gerindo em conjunto várias empresas, às vezes na mesma propriedade. Isso pode ajustar-se bem à natureza sazonal do turismo, bem como ao carácter flexível e dinâmico das **MPE** de turismo e dos seus trabalhadores e gerentes. Apoiar essa atividade está em perfeita sintonia com os princípios holísticos do desenvolvimento sustentável.

Com o objetivo de obter maiores benefícios no nível da comunidade, as **MPE do turismo** e outros *stakeholders* locais devem tentar desenvolver ações que influenciem os níveis de gastos dos visitantes. Isto poderia ser conseguido ao tentar: a) atrair mercados de gastos mais elevados; b) aumentar o tempo de estadia, assim como a disponibilidade de oportunidades pagas e informar os visitantes sobre essas oportunidades; c) promover a compra de produtos locais. Esta última é uma opção muito interessante que está claramente ligada a algumas das ações explicadas anteriormente. Comprar produtos locais significa fortalecer todo o processo de retalho, bem como a qualidade, o preço, a distribuição e a exibição de produtos locais, como alimentos, bebidas e artesanatos.

No geral, 'compras locais' contribuem para a sustentabilidade económica e ambiental do turismo e da comunidade anfitriã, pois não contribui apenas para a promoção de produtos e produtores locais, mas também ajuda a reduzir as importações para a região, bem como as emissões e a poluição. No caso específico da alimentação, a promoção de 'comida local', mais localizada e menos processada antes da compra, é reconhecida no conceito de '*slow food*', um conceito que se baseia nos princípios de alta qualidade e bom gosto, sustentabilidade ambiental e justiça social. Isso significa que os produtos são mais saudáveis e ecológicos do que outros que tiveram que ser importados e, em muitos casos, também foram processados. Além disso, quanto mais próxima e mais natural for a produção do ponto de consumo, maior será a poupança de energia e a sustentabilidade. (Leslie, 2015). Deve-se acrescentar aqui que há um crescente interesse e procura por alimentos de qualidade e característicos por parte dos visitantes, e com a comida local a ser percebida como

comida de qualidade e autêntica. De fato, vários estudos destacam que um número significativo de turistas está disponível para pagar mais por alimentos e bebidas de qualidade.

Mas devemos ter em mente que a experiência da cultura local pelos turistas não é apenas sobre os alimentos locais, mas também sobre artes e ofícios. Nesse sentido, a promoção do artesanato, (em muitos casos comprados como lembranças turísticas), também pode levar a uma atividade económica significativa. Em qualquer caso, artesanato e produtos locais que contribuem para a experiência turística e incentivam os visitantes a consumir produtos locais, é agora ativamente encorajado, juntamente com a crescente atenção para promover e desenvolver o fornecimento de produtos locais.

A compra de produtos locais pode oferecer uma série de benefícios; em particular, a oportunidade de uma **MPE de turismo** oferecer produtos locais mais distintos, e ao mesmo tempo apoiar outras empresas locais.

No entanto, deve ter-se algum cuidado no uso e interpretação de "local", pois tal é uma questão de percepção e, especialmente, quando se trata de produção local e produtos locais. Isso levanta uma série de questões, nomeadamente a maneira como o local é definido / interpretado e com atenção às considerações espaciais sobre o que é local (Leslie, 2015). Uma solução possível para esta questão, poderia ser a referência mais geral a produtos regionais ou produtos de proximidade, sem limitar a área local em termos geográficos muito rigorosos (como produtos 0 km), já que em muitos casos não é possível obtê-los a uma distância tão curta da empresa que os oferece aos turistas.



Atividade de aprendizagem 2.2:

Tenta apoiar os empreendedores locais na promoção de compras locais e / ou estabelecimento de acordos com eles? Se sim, explique como o faz. Se não, indique os principais desafios.

2.3 Melhoria da qualidade de vida nas comunidades locais através do turismo acessível

Não há uma definição única e universalmente aceite para o termo "turismo acessível", também conhecido como *turismo para todos*, *turismo inclusivo* ou *turismo sem barreiras*. É reconhecido como um turismo que atende às necessidades de uma ampla gama de consumidores, incluindo pessoas com deficiência, idosos e famílias intergeracionais. Implica a eliminação de barreiras físicas e atitudinais na sociedade, e inclui acessibilidade em transporte, informação, comunicações e outras instalações e serviços. (UNESCAP, 2009).

A OMS estima que 15% da população mundial, aproximadamente um bilião de pessoas, tem algum tipo de deficiência (OMS, 2011). A estimativa para a Europa em 2020 é de 120 milhões de pessoas (Comissão Europeia, 2017). A isso devemos acrescentar o aumento das taxas de invalidez, em parte devido ao envelhecimento da população, e também ao aumento da prevalência de doenças crónicas.

O perfil do turista com necessidades de acessibilidade é diverso. Podemos encontrar pessoas com necessidades de mobilidade, enquanto outras podem ter necessidades sensoriais, cognitivas ou de comunicação. Segundo um estudo da Comissão Europeia (2003), As barreiras presentes no ambiente dificultam mais a participação social do que as próprias limitações funcionais das pessoas. Neste sentido, as **MPE de turismo** devem conhecer as principais barreiras, (física, cognitiva ou comunicacional), que os seus clientes podem encontrar, para lidar com elas, e ser capaz de oferecer um produto acessível.

A acessibilidade universal é a condição que ambientes, processos, bens, produtos e serviços devem cumprir, bem como objetos, instrumentos, ferramentas e dispositivos, para serem compreensíveis, utilizáveis e praticáveis por todas as pessoas em condições de segurança e de conforto, da forma mais autónoma e natural possível. É uma mudança de perspetiva na qual as **MPE de turismo** devem passar da criação dos seus produtos e/ou serviços para uma tipologia de pessoa padrão, que não existe porque não se ajusta à diversidade humana que nos rodeia, para levar em conta a diversidade existente e contemplá-la no desenvolvimento desses processos. Essa mudança, na qual a acessibilidade é abordada desde o estágio inicial de planeamento e criação do produto, é economicamente lucrativa.

De facto, acessibilidade é conforto para todos. A gestão, a conceção das instalações pelas **MPE de turismo** e a apresentação dos serviços turísticos que compõem a acessibilidade contribuem para melhorar a qualidade da oferta e isto é um valor acrescentado que beneficia todas as pessoas com ou sem deficiência, quer sejam turistas ou façam parte da comunidade local. O *design* universal oferece ambientes e serviços mais eficientes e seguros para todos os grupos de pessoas (Darcy & Dickson, 2009).

A abordagem de introduzir acessibilidade no setor de turismo oferece a possibilidade de expandir o público-alvo sem a necessidade de especialização ou reorientação do negócio. O objetivo é criar uma oferta inclusiva com base na oferta existente, já que as pessoas com necessidades de acessibilidade (idosos, deficientes, famílias com crianças pequenas, mulheres grávidas, etc.) têm os mesmos desejos e necessidades de viagem que o resto da população.

O turismo acessível também pode ser valorizado como uma oportunidade de mercado para as **MPE de turismo** por várias razões (Molina & Cànoves, 2010):

- Sazonalidade: Pessoas com deficiência ou idosos são grupos que viajam fora da temporada alta.
- Volume: Geralmente viajam em grupo ou em viagens individuais com um acompanhante, pelo que o público-alvo é potencialmente aumentado.
- Qualidade: A acessibilidade traduz-se num valor acrescentado ao produto turístico, que se traduz em maior conforto e melhor atendimento para toda a população.

Os produtos e serviços turísticos acessíveis fazem parte de uma oferta turística cada vez mais ampla. Das diferentes administrações públicas e privadas, esta oferta está disponível para todas as pessoas com necessidades de acessibilidade, sendo cada vez mais reconhecida e ativamente promovida.

Os regulamentos sobre deficiência e acessibilidade são amplos e abundantes, e são estabelecidos a nível nacional e internacional. A nível europeu, a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência força a UE e os Estados-Membros a tomar as medidas adequadas para

garantir acessibilidade. O compromisso para uma Europa sem barreiras foi renovado em 2010 na Estratégia Europeia para a Deficiência 2010-2020. O conjunto de iniciativas europeias visa consolidar a integração das pessoas com deficiência em todos os aspetos económicos e sociais da UE.

Os padrões ISSO, desenvolvidos por um comité técnico, estabelecem diretrizes e melhores práticas que promovem a acessibilidade universal no turismo e permitem que os prestadores de serviços do setor de viagens obtenham os benefícios comerciais daí decorrentes, através da norma “Turismo e serviços relacionados”. (ISO/TC 228). Normas específicas, como as relacionadas com “Escritórios de Informações Turísticas” (ISO 14785) incluem uma série de recomendações para tornar os postos de informação turística acessíveis a todos. Além de normas específicas, outras normas ISO, como ISO 17049 (focada em *design* acessível) abordam questões de acessibilidade e ajudam a colocar o turismo ao alcance de visitantes com necessidades especiais.

A aplicação de braille em sinalização, equipamentos e eletrodomésticos, por exemplo, permitem que pessoas cegas e com deficiência visual tenham acesso a informações por meio do uso padronizado de braille em diversas partes do mundo.

As **MPE de Turismo** têm a oportunidade de adaptar-se e criar produtos e serviços para incluir pessoas com necessidades especiais na sua procura. Existem duas premissas principais, a primeira é que qualquer melhoria feita nos seus negócios a favor da acessibilidade, mesmo que seja pequena, é significativa no caminho para a inclusão e a igualdade de oportunidades para todos. Neste sentido, é importante ter em mente que, na maioria dos casos, 100% de acessibilidade pode não ser possível, mas isso não deve ser uma razão para não incluir possíveis melhorias nos negócios. A segunda premissa baseia-se no conceito da cadeia do turismo de acessibilidade, segundo a qual o consumidor deve ter a garantia de acessibilidade em todos os serviços que o constituem, desde o planeamento até à realização da viagem. Assim sendo, as **MPE de turismo** devem ter vagas de estacionamento acessíveis, com acesso ao estabelecimento ou local de operação. Os edifícios devem ser acessíveis e ter rampas, elevadores, escadas com corrimão, relevos contrastantes, etc. Além de contemplar a acessibilidade física, aspetos como o contraste cromático das paredes, a acústica, a sinalização, os pictogramas, que facilitam a movimentação dos portadores de necessidades especiais, da maneira mais autónoma e segura, também devem ser considerados. Por fim, os espaços comuns, como recepção, sala de refeições, salões ou jardins, devem ser projetados a partir da perspetiva da inclusão e permitir que diferentes pessoas com diferentes necessidades possam utilizá-las em conjunto, a fim de alcançar acessibilidade universal.



Atividade de aprendizagem 2.3:

Até que ponto a sua empresa implementa o turismo acessível e / ou ações e iniciativas de acessibilidade universal? Consegue identificá-las?

Links Úteis	https://medium.com/@WTTC/5-ways-tourism-can-support-local-economies-8cc8ded47370 <i>5 formas para o turismo apoiar as economias locais: Artigo do World Travel & Tourism Council que fala sobre a importância de promover a economia local no turismo.</i>
	http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/moduleieng13022017.pdf <i>Manual sobre turismo acessível para todos: Princípios, Ferramentas e Boas-praticas.</i>
	http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/goodpracticesintheaccessibletourismsupplychain_en_2016_2_web_20160726122_revisado_vfinal_2_acessupdated_on_the_web.pdf <i>“Turismo para todos - promoção da acessibilidade universal” Boas-praticas na Cadeia de Abastecimento Acessível ao Turismo (Organização Mundial de Turismo da ONU).</i>
	http://www.accessibletourism.org <i>ENAT (European Network for Accessible Tourism) web site.</i>
	http://www.apptouryou.eu/ <i>Plataforma de autoformação em turismo acessível para MPE desenvolvida por um projeto Erasmus + (App Tour You).</i>

Boas-práticas

Boa prática 1: As férias que te fazem uma pessoa melhor

Nome e localização da MPE: Quinta Strázsa (empresa social) – Szabadszállás, município de Bács-Kiskun, Hungria

Objetivo da boa prática

A boa prática da Quinta Strázsa é um exemplo de como operar uma empresa economicamente sustentável, levando os valores sociais em consideração. Os empreendimentos sociais estão a tornar-se cada vez mais populares na União Europeia devido aos hábitos de consumo e sociais transformadores. Resolver problemas sociais globais e locais já não é apenas uma tarefa do Estado, comunidades locais e organizações podem implementar projetos relacionados com problemas relevantes.

Enquadramento

A atividade da Quinta Strázsa relaciona-se com a sustentabilidade sócio ambiental: ajudam na integração de pessoas desfavorecidas e deficientes. Por um lado, ajudam-nas a ser mais autossuficientes, por outro, organizam eventos especiais para tornar a sociedade mais inclusiva para as pessoas com deficiência. Os convidados podem conhecer-se uns aos outros, as tradições da vida na quinta e a natureza que rodeia a quinta.

Uma casa de hóspedes de propriedade familiar abriu em 2007 e nos anos seguintes começaram a exceder a lotação da casa devido à sua boa reputação. Em 2011, solicitaram uma subvenção e, graças

a essa ajuda financeira conseguiram abrir uma nova casa de hóspedes. Além do alojamento, também começaram a fornecer programas tradicionais, onde os hóspedes podem aprender sobre os costumes populares e a natureza.

Um dia, uma criança com deficiência mental participou no programa. As crianças saudáveis e a criança deficiente brincaram facilmente e ajudaram-se mutuamente. A gerência da pousada percebeu que a integração de pessoas com deficiência podia ser a sua nova missão e que os seus serviços de alojamento podiam ser personalizados para oferecer espaço comunitário para iniciativas de integração.

Ações realizadas:

1. Desafio Strázsa - Organização de eventos especiais para pessoas com deficiência

O Desafio Strázsa é um programa de aprendizagem para pessoas com deficiência, principalmente jovens. Os participantes aprendem a lidar com as tarefas diárias. Nos eventos públicos, os hóspedes e as pessoas locais obtêm informações sobre as suas vidas. O desafio ajuda a melhorar as suas habilidades em vários campos e as suas hipóteses de encontrar um emprego no mercado de trabalho são cada vez maiores.

O desafio está concentrado em cinco tópicos: atividades de estilo de vida, capacidades sociais, capacidades de trabalho, proteção ambiental e atividades ativas de lazer.

Encontros pessoais com estes jovens estão a contribuir para a aceitação de pessoas com deficiência pelos membros da comunidade. Ao verem o valor criado pelas atividades, não restam dúvidas sobre a importância igual de ambos os grupos para a sociedade. O “Caminho para a Vida Independente” tornou-se uma formação oficialmente credenciada, que é amplamente utilizada por visitantes de todo o país.

2. Zoológico de animais de estimação

No zoológico, os hóspedes podem aprender sobre animais e como cuidar de animais de estimação.

3. “ParaPark” – construção de um parque infantil para crianças com deficiência

O parque infantil “ParaPark” é um espaço comunitário onde crianças deficientes e saudáveis podem brincar juntas num ambiente seguro, onde a ênfase é colocada em conhecer e aceitar o outro. Para crianças pequenas a aceitação vem naturalmente, enquanto as crianças “grandes”, já percebendo as diferenças, são guiadas para porem em prática métodos pedagógicos dramáticos para aprender a capacidade de aceitação.

4. Emprego e alojamento de empregados com deficiência

A empresa emprega pessoas com deficiência e fornece alojamento onde as pessoas com deficiência podem viver juntas, como uma comunidade.

Resultados

- Reputação local, nacional e internacional
- Emprego de pessoas com deficiência
- Vários prémios ganhos

- Atração de mais e mais hóspedes
- Impacto positivo na sociedade local

Fatores de sucesso

- Integração no ecossistema local
- Identificação de um problema social relevante
- Adaptação e personalização da atividade de acordo com o problema
- Melhoria constante dos serviços e apresentação de ideias novas.
- Monitorização de chamadas nacionais e internacionais e oportunidades de apresentação para expandir sua reputação.

Constrangimentos

- Falta de força de trabalho qualificada e comprometida
- Falta de recursos financeiros

Referências

<http://www.strazsatanya.com>

<http://videkihalozat.eu/?p=10579%20Az%20%C3%89v%20legjobb%20t%C3%A1rsadalmi%20v%C3%A1llalkoz%C3%A1sa>

<https://www.baon.hu/bacs-kiskun/kozelet-bacs-kiskun/strazsasoknal-jart-a-francia-nagykovet-697876/>

<http://ofa.hu/hu/news/legjobb-kozossegfejleszto-tarsadalmi-vallalkozas>

Boa Prática 2: *Cap a Mar* - apoio a meios de subsistência tradicionais e mão-de-obra local através de atividades de turismo

Nome e localização da MPE (cidade, região, país): Cap a mar (Barcelona, Catalunha, Espanha)

Objetivo da boa prática

Cap a Mar é uma empresa familiar de pesca nascida na Barceloneta, o bairro de pesca de Barcelona. Seguindo a tradição, decidiram manter e disseminar o conhecimento cultural de seu trabalho. Eles reivindicam a sua origem, a emblemática zona costeira do mediterrâneo da Barceloneta, e propõem várias atividades para promover os valores e o conhecimento acumulado e a experiência da sua profissão. O objetivo desta boa prática é impulsionar as empresas de turismo com base nos meios de vida e nos serviços comunitários tradicionais.

Enquadramento

Uma das mensagens mais difundidas em Barcelona é que esta tem sido uma cidade que historicamente viveu atrás do mar, o que causou algum tipo de esquecimento sobre a cultura marítima da própria

cidade. Este nunca foi o caso da Barceloneta. Um bairro tradicionalmente ligado ao mar que sempre fez deste recurso natural o seu próprio desenvolvimento socioeconómico e específico, embora para a maioria das gerações, a maioria da vizinhança estivesse ligada ao trabalho em fábricas.

Cap a Mar quer reivindicar essa tradição, reabrindo as portas da Barceloneta à cidade e valorizando o único setor primário que é preservado na cidade: a pesca.

Cap a Mar está ativamente envolvido com a sua comunidade territorial na Barceloneta. Este tipo de iniciativa empreendedora, (recuperando uma profissão esquecida em áreas urbanas), poderia contribuir positivamente no sustento de sua comunidade. Neste sentido, *Cap a Mar* Inter-coopera e participa em diferentes espaços e iniciativas comunitárias do bairro (Centro Cívico de Barceloneta, *Graffiti Receptes*, Barceloneta Proa a la Mar, Mesa Plástica 0, Museu Marítimo de Barcelona, escolas...).

Cap a Mar realizou todo o tipo de atividades que promovem a disseminação de valores, o conhecimento centenário dos pescadores e as suas experiências, tornando-os, os próprios marinheiros, os verdadeiros personagens.

Promoveu a divulgação do património cultural e tradições dos pescadores de Barceloneta, como segue:

- O itinerário dos pescadores permite descobrir o trabalho tradicional e artesanal dos pescadores da cidade, bem como todos os segredos de uma profissão milenar.
- Tornar-se pescador por um dia: propõe-se uma viagem num barco durante um dia para poder experimentar a profissão de pescador.
- Oficinas de identificação de peixes são dirigidas às crianças, mas também aos adultos.
- O jantar do esquecido: este ciclo de jantares visa reivindicar o valor gastronómico de diferentes peixes de proximidade que, por diferentes razões, não costumam chegar aos nossos pratos diários.

Ações realizadas

- Transformação da profissão de pescador numa atividade turística e educativa. Renovação e conversão da atividade tradicional.
- Promoção de uma rede comunitária e um sentimento de identidade no bairro.
- Desenvolvimento de uma experiência turística.

Resultados

Os benefícios de desenvolver uma atividade de turismo através de meios de subsistência tradicionais são:

- Oferta de alternativas para o crescimento económico do bairro em equilíbrio com o desenvolvimento social e ambiental
- A melhoria do modo de vida da pesca adaptado a uma atividade turística
- O reconhecimento do valor acrescentado da profissão
- A estreita colaboração com a comunidade (setores público e privado)
- A geração de potencialidades sociais e económicas com base no mar

Fatores de sucesso

- Estabelecimento numa cidade costeira
- O interesse do empreendedor em promover a sua profissão e converter a sua atividade para diversificar a sua economia

- A oferta de uma experiência turística autêntica
- O apoio de outros setores importantes do bairro, iniciativas públicas e privadas

Constrangimentos

- A resistência para mudar o modo de proceder em profissões tradicionais
- O compromisso de apoio político

Referências

<https://capamarbcn.com/>

Boa prática 3: Melhoria do acesso da comunidade local aos locais religiosos: contribuição para a renovação da Igreja St. Nicholas the Wonderworker

Nome e localização da MPE: Bozhenski Chiflik, aldeia Sabotkovtsi, região Gabrovo, Bulgária

Objetivo da boa prática

O objetivo desta boa prática é melhorar a vida social e religiosa da comunidade. Uma pequena empresa de turismo, Bozhenski Chiflik, organizou uma campanha pública de angariação de fundos e conseguiu reunir doações suficientes para renovar uma igreja local. Além de atrair os fiéis de todo o condado mais uma vez, depois de recuperar o seu antigo esplendor, a igreja é agora um ímã para os turistas também.

Enquadramento

Sabotkovtsi é uma pequena aldeia na montanha com menos de 50 residentes permanentes, mas possui tradições e história centenárias. Dois dos edifícios mais proeminentes da aldeia são a antiga escola e a igreja, ambos construídos no século XIX. Bozhenski Chiflik é uma empresa familiar - uma herdade e uma casa de hóspedes - de propriedade de Eli Petrova e de Ilya Petrov. Foi criada em 1992. Hoje em dia, a quinta produz leite, carne, mel, legumes e frutas. A parte principal da produção é vendida para famílias locais na cidade vizinha de Gabrovo. Como a quinta cresceu, a família decidiu investir num estabelecimento de alojamento. Para este propósito, a família comprou a antiga escola e transformou-a numa pequena casa de hóspedes com 3 quartos e uma taverna, onde os anfitriões servem comida preparada com os seus próprios produtos agrícolas.

Enquanto Ilya Petrov se dedica ao seu trabalho na quinta, a sua esposa, Eli Petrova, é voluntária na biblioteca local "Izvor" ("Verão" em Port.). Ela envolve-se em vários eventos culturais na aldeia. Como parte dessas atividades, Eli Petrova iniciou o projeto para a renovação da igreja local.

Ações realizadas

A iniciativa para a renovação da igreja foi lançada em 2004, quando o prédio estava literalmente em colapso. A família de Petrov contratou trabalhadores de construção civil e montou um comitê para arrecadar fundos através de doações. Também se esforçaram para obter financiamento estatal, uma vez que a igreja fazia parte do património cultural da região. A ajuda pública foi mínima e tardia. Veio

em 2013, quando o telhado, o campanário, a iconóstase e o espaço interno da igreja já haviam sido restaurados através de doações. Doações também foram usadas para instalar novos sinos e vitrais. Entre os doadores estavam não apenas os moradores locais, mas também turistas estrangeiros que visitaram a vila e levaram a causa a sério.

Em 2014, quando as obras elétricas para a iluminação foram concluídas, a igreja abriu portas. Agora, ela oferece serviços de cultos em feriados cristãos, como também rituais de casamento e batismo. A igreja tornou-se a principal atração turística da região. Ela atrai turistas das cidades vizinhas e é visitada por praticamente todos os turistas que ficam na aldeia.

Após a renovação bem-sucedida da igreja, a família Petrov continua a desenvolver novas iniciativas de apoio à comunidade local e a atrair turistas para a aldeia.

Resultados

Os esforços de renovação resultaram em novas oportunidades para a população local, satisfação das suas necessidades religiosas e extensão da oferta turística da família Petrov com visitas guiadas na igreja. Além disso, a história sobre a reconstrução da igreja foi amplamente coberta pela mídia, e informações sobre a igreja e sobre a aldeia foram publicadas em vários sítios. Isso ajudou a promover Sabotkovtsi como um destino turístico, e espalhou a notícia sobre o negócio de alojamento de Petrov e sobre outras quatro casas de hóspedes na vila.

Fatores de sucesso

Os principais fatores de sucesso são o planeamento a longo prazo, a coordenação cuidadosa das ações de implementação e a execução cuidadosa das respetivas tarefas. O negócio da família Petrov consegue usar as possibilidades oferecidas pela sua aldeia para criar um produto turístico, que inclui produtos ecológicos, habitação num ambiente autêntico, visitas à igreja e participação em eventos culturais, regularmente realizados na biblioteca local.

Constrangimentos

A principal restrição, que impede o negócio da família, é financeira - falta de fundos. A aldeia é muito pequena. É administrada por um perfeito sénior, que também é responsável por outras 13 aldeias da região. Isso obrigou as pessoas a combinar esforços, reunir recursos e implementar iniciativas conjuntas.

Referências

Bozhenski Chiflik. Official website. URL: <http://bozhentski-chiflik.com/>. Accessed on September 20, 2018.

News from Gabrovo, Sevlievo, Dryanovo and Tryavna (in Bulgarian). URL: <https://www.stovesti.info/i-hramat-v-sabotkovtsi-otvaryava-vrati-za-velikden-gabrovo-stovestiinfo-9791.html>. Accessed on September 24, 2018.

Boa prática 4: Melhoria da qualidade de vida nas comunidades locais através do turismo acessível

Nome e localização da MPE: Hotel Severino José, Tondela, Portugal

Objetivo da boa prática

O objetivo principal é integrar pessoas com limitações e / ou deficiências na dinâmica de trabalho, e ao mesmo tempo melhorar a qualidade de vida da comunidade local, desenvolvendo uma política de trabalho aberta à comunidade e às associações.

Enquadramento

Margarida Azevedo, a gerente do hotel, tem uma grande sensibilidade para este tema, uma vez que tem experiência profissional com este tipo de público. Acrescentar as medidas do Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) são muito positivas para esta área de inserção social.

Em termos de desafios de equipa, não estava muito aberto a mudanças e a receber pessoas novas. Inicialmente a equipa rejeitou a mudança da sua rotina de trabalho e teve dificuldades em monitorizar o trabalho realizado por essas pessoas.

Foi um grande desejo da gerência do hotel trabalhar este tema, ajudar a comunidade local e lidar com essa diferença social. Acima de tudo, fazer a equipa acreditar no potencial das pessoas com deficiência. Hoje em dia, esse desafio foi claramente superado.

Ações realizadas

- Primeiras duas entradas de trabalhadores ocorreram em 2010;
- Protocolos formais estabelecidos com duas instituições locais de solidariedade social (Várias, Agrupamento de Escolas de Tondela - Cândido de Figueiredo e ASSOL Tondela);
- Subvenções ao abrigo de uma medida financiada pelo Instituto do Emprego e Formação Profissional;
- No final desta ação, uma das pessoas manteve sempre contato com o hotel e estabelecerá o seu primeiro contrato de emprego em setembro deste ano;
- Para além das parcerias estabelecidas com as duas Instituições Particulares de Solidariedade Social, em 2017 a gestão do hotel foi abordada por uma escola local em Tondela, com o intuito de acolher mais um estágio curricular integrado;
- A comunidade local conhece a disponibilidade do hotel para acolher pessoas com limitações / deficiências e entra em contato com o hotel sempre que existe uma nova oportunidade para tal;
- Para além da relação formal entre o hotel e o formando, esta relação torna-se ainda mais fiável e próxima, graças à ajuda que o hotel dá a estas pessoas em termos afetivos, familiares e até de alimentação.

Resultados

- Crescimento humano da equipa;
- Fortalecimento de redes de parcerias locais;
- Equipa sem preconceito e mais aberta à diferença;
- O hotel tornou-se uma referência positiva para a comunidade neste tema;
- Melhoria da qualidade de vida da população local;
- Fortalecimento dos laços entre a comunidade hoteleira, escolar e associações;
- Responsabilidade Social da unidade trabalhada e desenvolvida na íntegra;
- Notoriedade do hotel;
- Prémio "Boas Práticas" atribuído pela Instituição Particular de Solidariedade Social ASSOL.

Fatores de sucesso

Para replicação da Boa Prática são necessários alguns fatores de sucesso, ou seja, de acordo com o diretor deste hotel:

- Sensibilidade da gestão hoteleira a este tema;
- O profundo conhecimento da área tornou mais fácil ser uma empresa inclusiva;
- Maior foco no Institucional e Social, e um pouco mais de lado as questões financeiras;

Considera ainda, que também se alcança:

- Humanização e crescimento da equipa;
- Pequenas tarefas que são realizadas permitem uma maior concretização do todo "O trabalho de um rapaz não é suficiente, a pessoa que o desperdiça é louca".

Constrangimentos

- Resistência inicial da equipa;
- Aprender que é necessário lidar e administrar o conhecimento;
- Dificuldade inicial na atribuição de tarefas - falta de confiança no trabalho desenvolvido e dificuldade em monitorá-las;
- Falta de sensibilidade de alguns administradores / gerentes do hotel;
- Foco sobretudo na aprendizagem constante / diária - por toda a equipa. A questão monetária / resultados.

Referências

<http://www.sjhotel.pt/hotel-overview.html>

Resumo dos pontos principais

- Proporcionar emprego é uma das principais formas que o turismo tem para contribuir para a qualidade de vida das comunidades de acolhimento. No entanto, os empregos no turismo são geralmente muito mal pagos, com condições precárias e pouca segurança no emprego.
- Com o objetivo principal de promover a sustentabilidade do setor, as MPE de turismo devem dar alta prioridade à criação de empregos locais, estáveis, permanentes e de tempo integral, e que proporcionem salários e benefícios justos, e ofereçam oportunidades para pessoas desfavorecidas.
- Assegurar que os benefícios económicos permanecem no local onde os custos ocorrem é um princípio importante do desenvolvimento sustentável. Nesse sentido, é um aspeto fundamental que os *stakeholders* do turismo procurem promover a prosperidade local, tentando maximizar os gastos *per capita* dos visitantes e reduzindo as perdas, bem como desenvolvendo vínculos na economia local.
- A compra de produtos locais é uma forma de promover a economia local. Significa fortalecer todo o processo de retalho, bem como a qualidade, preço, distribuição e exibição de produtos locais, como alimentos, bebidas e artesanatos.

- O turismo acessível é definido como turismo e viagem acessível para todas as pessoas com ou sem deficiência, incluindo aquelas com deficiências de mobilidade, auditiva, visual, cognitiva ou intelectual e psicossocial, idosos e pessoas com deficiências temporárias. O *design* universal oferece ambientes e serviços mais eficientes e seguros para todos os grupos de pessoas.
- As MPE de Turismo têm um papel fundamental na implementação de medidas acessíveis em toda a cadeia do turismo, desde o transporte, alojamento e fornecimento de serviços. Na maioria dos casos, 100% de acessibilidade pode não ser possível, mas isso não deve ser uma razão para não incluir possíveis melhorias nos negócios.

Atividade de aprendizagem integrada para o módulo 2: *Position Paper*



Sistematize as reflexões feitas ao envolver-se com os materiais do módulo. Delineie os aspectos que a sua empresa necessita de ter em conta para melhorar o seu desempenho de sustentabilidade.

Estrutura indicativa:

1. Reconhecimento dos benefícios socioeconómicos do turismo sustentável para as comunidades locais e da forma como os aplica nas operações da sua empresa;
2. Pontos fortes da sua MPE no apoio ao emprego local, trabalho digno e compras locais;
3. Pontos fortes da sua MPE no apoio ao turismo acessível;
4. Fraquezas que dificultam o apoio da economia local;
5. Fraquezas que dificultam o apoio ao turismo acessível.

Perguntas de autoavaliação

Questão 1: A melhoria da qualidade dos empregos no turismo pode alcançar-se por...

Conteúdo da pergunta	
Resposta 1	... redução da sazonalidade do turismo
Resposta 2 formação contínua dos trabalhadores
Resposta 3 promoção do turismo acessível
Resposta 4 oferta de oportunidades para pessoas desfavorecidas
Resposta 5 Encorajamento à criação de <i>clusters</i> e de redes de empresas
Respostas corretas	1, 2, 4

Questão 2: Compra de produtos locais por MPE de turismo

Conteúdo da pergunta	
Resposta 1 baseia-se principalmente em alimentos e bebidas locais

Resposta 2 tem benefícios ambientais
Resposta 3 é uma das formas de influenciar os níveis de gastos dos visitantes
Resposta 4 é uma estratégia de <i>greenwashing</i>
Resposta 5 pode ajudar a reduzir a sazonalidade do turismo, porque eles podem ser oferecidos durante todo o ano
Respostas corretas	2, 3
Questão 3: Turismo Acessível	
Conteúdo da pergunta	
Resposta 1	... é um tipo de turismo especializado em pessoas com deficiência
Resposta 2	... é um conceito relacionado com viagens acessíveis
Resposta 3	... é reconhecido como um turismo que atende às necessidades de uma ampla gama de consumidores, incluindo pessoas com deficiências, idosos, famílias ou mulheres grávidas
Resposta 4	... também é conhecido como turismo para todos
Resposta 5	... é como o turismo tradicional, mas desenvolvido sob exigências de sustentabilidade
Respostas corretas	3, 4
Questão 4: O perfil do turista com necessidades de acessibilidade	
Conteúdo da pergunta	
Resposta 1	... é muito diverso
Resposta 2	... nunca se relaciona com pais que viajam com crianças pequenas
Resposta 3 pode integrar pessoas com necessidades de mobilidade, sensoriais, cognitivas ou de comunicação
Resposta 4	... costuma estar relacionado com pessoas idosas e utilizadores de cadeira de rodas
Resposta 5 podem ser pessoas com requisitos de acessibilidade permanentes ou temporários
Respostas corretas	1, 3, 5
Questão 5: O turismo acessível é uma oportunidade de mercado para as MPE	
Conteúdo da pergunta	
Resposta 1	... com base na criação de novos produtos especializados no segmento de mercado de pessoas com deficiência
Resposta 2	... ajuda a reduzir a sazonalidade porque a maioria do público prefere viajar fora da época alta. ...
Resposta 3	... o público-alvo é potencialmente aumentado porque costumam viajar em grupo ou em viagens individuais com um acompanhante

Resposta 4	... principalmente para empresas de alojamento, mas não para outros setores
Resposta 5 a acessibilidade traduz-se num valor acrescentado ao produto turístico que origina maior conforto e serviço para toda a população.
Respostas corretas	2, 3, 5

Bibliografia

1.	Baum, T. <i>et al.</i> (2016). Sustainability and the Tourism and Hospitality Workforce: A Thematic Analysis. <i>Sustainability</i> , 8, 809.
2.	European Commission (2013). <i>Sustainable Tourism for Development Guidebook</i> .
3.	European Commission (2017). <i>Final Resolution on the European Disability Strategy 2020-2030</i> .
4.	European Commission (2003). <i>Equal Opportunities for People with Disabilities: A European Action Plan</i> .
5.	Darcy, S., & Dickson, T. J. (2009). A Whole-of-Life Approach to Tourism: The Case for Accessible Tourism Experiences. <i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i> , 16(1), 32-44.
6.	Leslie, D. (2015). <i>Tourism Enterprise. Developments, Management and Sustainability</i> . Wallingford & Boston: CABI.
7.	Molina, M., & Cánoves, G. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: la situación en Cataluña y España. <i>Cuadernos de Turismo</i> , 25, 25-44.
8.	Tourism Sustainability Group (2007). <i>Action for More Sustainable European Tourism</i> . Brussels.
9.	United Nations, Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (2009). <i>Takayama Declaration on the Development of Communities-for-All in Asia and the Pacific</i> .
10.	UNEP & WTO (2005). <i>Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers</i> . Madrid: WTO.
11.	World Health Organization (2011). <i>World Report on Disability</i> .

Glossário

<i>Turismo Acessível</i>	Também conhecido como turismo para todos, turismo inclusivo ou turismo sem barreiras. É reconhecido como um turismo que atende às necessidades de uma ampla gama de consumidores, incluindo pessoas com deficiência, idosos e famílias intergeracionais. Implica a eliminação de barreiras físicas e atitudinais na sociedade, e inclui acessibilidade a transportes, informação, comunicações e outros serviços.
--------------------------	---

<i>Barreiras de acessibilidade</i>	Existem cinco barreiras identificadas à acessibilidade para pessoas com deficiência ou necessidades especiais. Essas barreiras são atitudinais, organizacionais ou sistêmicas, arquitetônicas ou físicas, informações ou comunicações e tecnológicas.
<i>Trabalho digno</i>	Trabalho digno resume as aspirações das pessoas nas suas vidas profissionais. Envolve oportunidades de trabalho que são produtivas e proporcionam um rendimento justo, segurança no trabalho e proteção social para as famílias, melhores perspectivas de desenvolvimento pessoal e integração social, liberdade para as pessoas expressarem as suas preocupações, organizar e participar nas decisões que afetam as suas vidas e igualdade de oportunidades e tratamento para todas as mulheres e homens.
<i>Perdas</i>	O conceito de perdas de turismo refere-se ao montante gasto na importação de bens e serviços para atender às necessidades dos turistas. As perdas ocorrem quando a economia local é incapaz de fornecer um fornecimento confiável, contínuo e com preços competitivos do produto ou serviço necessário e de uma qualidade consistente para responder à procura do mercado.
<i>Design universal</i>	É o <i>design</i> de um ambiente, edifício, produto ou serviço para que possa ser acedido, compreendido e usado ao máximo possível por todas as pessoas, independentemente de sua idade, tamanho, capacidade ou deficiência.



SUSTAIN-T

2017-1-ES01-KA202-038128

WWW.SUSTAIN-T.EU