



ANA JOSÉ MANITA
VAZ DE
CARVALHO

**A ECONOMIA CIRCULAR COMO
FATOR DE SUSTENTABILIDADE DO
SETOR TURISMO.**

**UM ESTUDO APLICADO AO
ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO DO
CONCELHO DE SETÚBAL.**

Relatório de Dissertação do Mestrado em Ciências
Empresariais - Ramo Gestão de Pequenas e
Médias Empresas

ORIENTADORAS

Professora Doutora Luísa Cagica Carvalho
Professora Doutora Sandrina Berthault Moreira

Outubro/2023

ANA JOSÉ MANITA
VAZ DE
CARVALHO

**A ECONOMIA CIRCULAR COMO
FATOR DE SUSTENTABILIDADE DO
SETOR TURISMO.**

**UM ESTUDO APLICADO AO
ALOJAMENTO E RESTAURAÇÃO DO
CONCELHO DE SETÚBAL.**

JÚRI

Presidente: Professora Doutora, Ana Cristina
Rodrigues Rolo Alves, Instituto Politécnico de
Setúbal

Orientador: Professora Doutora, Sandrina Berthault
Moreira, Instituto Politécnico de Setúbal

Vogal: Professora Doutora, Susana Cristina Serrano
Fernandes Rodrigues, Instituto Politécnico de Leiria

“Não sou nada.

Nunca serei nada.

Não posso querer ser nada.

À parte isso, tenho em mim todos os sonhos do mundo.”

Álvaro de Campos

Agradecimentos

Obviamente que num percurso como este, mais ou menos atribulado, mais ou menos longo, mais ou menos dificultado, mas simultaneamente facilitado, existe sempre um conjunto de pessoas que constituem um suporte fundamental para nos manter orientados e equilibrados até conseguirmos chegar ao momento final, mesmo quando já não acreditamos que seja possível. E foram várias as vezes em que isso aconteceu, no meu caso.

É por este motivo que estou e estarei eternamente agradecida a quem mais me motivou e, mesmo de forma inadvertida ou sem saber, mais força me deu para continuar.

Assim, os meus agradecimentos dirigem-se, em especial:

- Ao meu bem maior, o meu filho Nuno Afonso, nascido a meio deste percurso;
- Ao meu companheiro de vida, que me incentiva e ajuda a tornar todos os meus sonhos possíveis e que me acompanha, todos os dias, na minha principal viagem, SB;
- Aos meus pais e ao meu irmão, os meus modelos e as minhas referências e os que mais acreditam nas minhas potencialidades;
- Aos meus avós e ao meu tio que estão sempre “comigo”;
- Às minhas professoras orientadoras da dissertação, que com uma enorme paciência e resiliência foram-me transmitindo confiança e apoiando incessantemente ao longo deste último ano;
- Aos professores e aos colegas do mestrado que souberam manter o espírito de união mesmo num período complicado como o do COVID;
- À Sandra e ao Nuno (SB), colegas de mestrado, de trabalhos, de trabalho, de tours vitorianas e de vida.

Resumo

Um dos maiores desafios das sociedades da atualidade é o problema da escassez dos recursos naturais. Uma vez que estes não acompanham o crescimento da população, torna-se imprescindível o desenvolvimento de estratégias de economia circular. Ao contrário do modelo tradicional (linear), o seu principal objetivo é manter os materiais que compõem um produto que chega ao fim de vida, no seio da economia, podendo ser usados várias vezes, e, assim, criando valor acrescido. A atividade turística é uma das principais atividades económicas do mundo de hoje e, como tal, não constitui exceção ao modelo de economia circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade.

Tendo por base o pressuposto da economia circular como fator de sustentabilidade do setor do turismo, foi definido como objetivo geral da presente investigação, analisar a existência e a concretização de políticas de Economia Circular nas empresas/organizações do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, no Concelho de Setúbal, e como objetivos específicos, identificar o perfil dos responsáveis por essas empresas/organizações; identificar o perfil dessas mesmas entidades; verificar se nestas existem práticas de economia circular; identificar as motivações que levam os seus responsáveis a adotar ou não estas práticas; e analisar o que podem as instituições de ensino superior, como o Instituto Politécnico de Setúbal (IPS), fazer para ajudar as empresas/organizações a ultrapassar estas dificuldades e obstáculos.

Para o desenvolvimento do presente estudo foi utilizada uma abordagem quantitativa, tendo a informação sido obtida através da aplicação do inquérito por questionário a uma amostra por conveniência, constituída por 200 empresas/organizações do setor, no concelho de Setúbal, com 45 respostas consideradas válidas para tratamento estatístico através do programa informático SPSS. Para a definição da metodologia e construção do próprio inquérito por questionário, foi determinante a fase de definição da problemática e da revisão de literatura, a qual incidiu sobre três conceitos fundamentais: o Turismo, a Sustentabilidade no Turismo e a Economia Circular.

Este estudo permitiu perceber que as empresas/organizações do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal, estão a orientar a sua atuação para a sustentabilidade, adotando políticas de economia circular, nomeadamente em alguns aspetos concretos como no que diz respeito à redução do plástico e à utilização de materiais reutilizáveis, considerando aspetos culturais, financeiros,

tecnológicos e humanos como os que mais influenciam a adoção destas práticas e olhando para o IPS como parceiro fundamental em termos de sensibilização e divulgação.

Extravasando para o universo nacional, conclui-se que, por um lado, já foi iniciado um caminho no sentido da sustentabilidade por parte das empresas/organizações do setor e segmentos considerados, através da adoção de práticas próprias da economia circular, mas, por outro, ainda existe um longo caminho a percorrer nesta matéria, sendo, para o efeito, fundamental um trabalho em parceria entre estas empresas/organizações, as instituições de ensino e os poderes local e nacional.

Palavras-chave: Economia Circular, Inquérito por Questionário, Sustentabilidade, Turismo

Abstract

One of the biggest challenges facing society today is the scarcity of natural resources. As these are not keeping pace with population growth, it is essential to develop circular economy strategies. In contrast to the traditional (linear) model, its main objective is to keep the materials that make up a product at the end of its life within the economy, so that they can be used several times and thus create added value. Tourism is one of the most important economic activities in the world today and as such is no exception to the circular economy model from a sustainability perspective.

Based on the assumption of the circular economy as a sustainability factor in the tourism sector, the general objective of this research was to analyse the existence and implementation of circular economy policies in companies/organisations in the accommodation, catering and similar activities segment in the Municipality of Setúbal, and as specific objectives, to identify the profile of the managers of these companies/organisations; to identify the profile of these same entities; to verify whether there are circular economy practices in these entities; to identify the motivations that lead their managers to adopt or not adopt these practices; and to analyse what higher education institutions, such as the Instituto Politécnico de Setúbal (IPS), can do to help companies/organisations to overcome these difficulties and obstacles.

For the development of this study, a quantitative approach was used, and the information was obtained through the application of a questionnaire survey to a convenience sample of 200 companies/organisations in the sector in the Municipality of Setúbal, with 45 responses considered valid for statistical treatment using SPSS software. For the definition of the methodology and the construction of the questionnaire survey itself, the problem definition and literature review phase were crucial, focusing on three fundamental concepts: Tourism, Sustainability in Tourism and Circular Economy.

This study has made it possible to observe that companies/organisations in the accommodation, catering and related activities segment of the tourism sector in the Municipality of Setúbal are orienting their actions towards sustainability, adopting circular economy policies, in some concrete aspects such as the reduction of plastic and the use of reusable materials, considering cultural, financial, technological and human aspects as the most influential in the adoption of these practices, and considering the IPS as a fundamental partner in terms of awareness and dissemination.

Extrapolated to the national universe, it can be concluded that, on the one hand, companies/organisations in the sectors and segments considered have already started down

the path of sustainability by adopting practices specific to the circular economy, but that, on the other hand, there is still a long way to go in this matter and that it is essential to work in partnership between these companies/organisations, educational institutions and local and national authorities.

Keywords: Circular Economy, Questionnaire Survey, Sustainability, Tourism

Índice

Agradecimentos	II
Resumo.....	III
Abstract.....	V
Introdução	1
Capítulo 1 – Revisão da Literatura	3
1.1. Turismo.....	3
1.1.1. Definições de turismo.....	3
1.1.2. Produtos turísticos	5
1.1.3. Turismo de Gastronomia e Enoturismo	6
1.1.4. Evolução do Turismo em Portugal.....	8
1.1.5. Segmento de Atividade: Alojamento, Restauração e Similares	12
1.2. Sustentabilidade no Turismo	14
1.2.1. Turismo Sustentável	14
1.2.2. O Turismo e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.....	16
1.2.3. Estratégias para a Sustentabilidade do Turismo em Portugal	18
1.2.4. Boas Práticas de Turismo Sustentável.....	20
1.3. Economia Circular.....	25
1.3.1. Definições de Economia Circular	25
1.3.2. Modelos de Negócio aplicados à Economia Circular.....	28
1.3.3. Vantagens e dificuldades na transição para uma Economia Circular	30
1.3.4. A Economia Circular e o Turismo	33
Capítulo 2 - Objetivos e Metodologia.....	37
2.1. Objetivos Gerais e Objetivos Específicos. A Questão de Partida.	38
2.2. Metodologia	39
2.3. Técnicas, Tratamento e Fontes de Recolha de Informação.....	40
Capítulo 3 - Análise e Discussão dos Resultados.....	43
3.1. Caracterização do Perfil do Inquirido.....	44

3.2.	Caracterização do Perfil da Empresa/Organização	48
3.3.	Modelo de Negócio da Empresa/Organização	52
3.3.1.	Vende e presta serviços com compromisso e preocupação ambiental.....	53
3.3.2.	Presta serviços numa ótica de maior otimização e eficiência dos recursos	54
3.3.3.	Recorre a plataformas de partilha e desmaterialização	55
3.3.4.	Privilegia/incentiva a partilha dos recursos materiais e/ou tecnológicos	56
3.3.5.	Certificação ISO 14001	57
3.4.	A Orientação da Empresa/Organização para a Sustentabilidade	58
3.4.1.	A organização procura a maximização da eficiência energética, hídrica e/ou na redução das emissões poluentes, através de.....	58
3.4.2.	A organização opta por processos renováveis e naturais... ..	63
3.4.3.	No que respeita à sociedade e meio ambiente... ..	70
3.4.4.	Quanto ao papel da liderança na sustentabilidade... ..	73
3.5.	Desafios e Oportunidades para as Empresas/Organizações.....	75
3.5.1.	Projetos de economia circular ou sustentabilidade em que a empresa/organização esteja envolvida e que valor podem estes ter para a organização, sociedade e ambiente.....	76
3.5.2.	Perante todos os desafios existentes na implementação de modelos de negócio sustentáveis ou de economia circular, indique aqueles em que a sua organização encontra maiores barreiras e como julga que o Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) poderá dar uma resposta assertiva e ajudar as empresas da região a ultrapassar as dificuldades observadas	77
	Conclusões	79
	Bibliografia	83
	Apêndices	i

Índice de Figuras

Figura 1 - Destinos com melhor desempenho em termos de receitas	10
Figura 2 - Proveitos totais dos alojamentos turísticos.....	11
Figura 3 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).....	17
Figura 4 - A importância da Economia Circular (evolução de recursos e resíduos)	26
Figura 5 - O modelo de Economia Circular.....	27

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Dimensão do Turismo	5
Tabela 2 - Turismo de Portugal em números (anos de 2015, 2019 e 2022)	9
Tabela 3 - Metas de Sustentabilidade definidas na ET27	19
Tabela 4 - Projeto “Turismo sustentável: um melhor futuro para [com] todos”	20
Tabela 5 - Tipos de Ações de uma cidade sustentável inteligente.....	21
Tabela 6 - Iniciativas e projetos que visam contribuir para a sustentabilidade no turismo – Resumo.....	23
Tabela 7 - Estratégia de incremento da circularidade: 10 R's	32
Tabela 8 - Estimular a Economia Circular no Turismo: Operacionalização.....	34
Tabela 9 - Perfil do Inquirido	47
Tabela 10 - Perfil da Empresa/Organização.....	52
Tabela 11 - Orientação das Empresas/Organizações inquiridas para a Sustentabilidade	75

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Função que ocupa atualmente.....	44
Gráfico 2 - Antiguidade na organização.....	45
Gráfico 3 - Antiguidade no setor	46
Gráfico 4 - Habilitações Acadêmicas	47
Gráfico 5 - CAE ou Tipo de atividade da Empresa/Organização	49
Gráfico 6 - Data da fundação da Empresa/Organização.....	50
Gráfico 7 - Número total de trabalhadores atualmente na Empresa/Organização	51
Gráfico 8 - Compromisso e Preocupação Ambiental	53
Gráfico 9 - Otimização e Eficiência dos Recursos	54
Gráfico 10 - Plataformas de Partilha e Desmaterialização.....	55
Gráfico 11 - Partilha dos Recursos Materiais e/ou Tecnológicos	56
Gráfico 12 - Certificação ISO 14001	57
Gráfico 13 - Práticas para melhorar a eficiência energética.....	59
Gráfico 14 - Práticas para melhorar a eficiência hídrica.....	60
Gráfico 15 - Práticas para reduzir as emissões poluentes da cadeia de valor	61
Gráfico 16 - Introdução de materiais biodegradáveis e/ou reciclados no processo produtivo	62
Gráfico 17 - Aposta na inovação dos produtos/serviços e/ou processos internos.....	63
Gráfico 18 - A organização incentiva a reciclagem	64
Gráfico 19 - A organização incentiva a reutilização de materiais	65
Gráfico 20 - A organização utiliza fontes de energia renovável no seu dia-a-dia laborativo ..	66
Gráfico 21 - A organização substitui materiais e processos por novos sustentáveis.....	67
Gráfico 22 - A organização opta pela substituição de serviços/produtos físicos por serviços/produtos virtuais	68
Gráfico 23 - A organização substitui materiais e processos internos físicos por novas tecnologias digitais	69
Gráfico 24 - A organização incentiva a criação de ligações com as comunidades locais e demais parceiros para a geração de benefícios sociais e ambientais.....	70

Gráfico 25 - A organização cria mecanismos para retirar os maiores benefícios possíveis da sustentabilidade	71
Gráfico 26 - A organização investe no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a sociedade e meio ambiente.....	72
Gráfico 27 - A organização incentiva práticas sustentáveis para garantir o bem-estar dos parceiros	73
Gráfico 28 - A organização desenvolve ações que encorajam o consumo sustentável pelos utilizadores finais, ou adoção de estilos de vida mais sustentáveis	74

Introdução

O Turismo é uma das atividades económicas que muito tem contribuído para o aumento do Produto Interno Bruto (PIB) a nível mundial. Esta atividade representava, em 2021, 6,1% da economia global, depois de já ter atingido os 10,3%, em 2019 (Turismo de Portugal, 2022c). Portugal não é uma exceção, pelo contrário, e tem mesmo apostado nesta que é uma das principais fontes de riqueza do país. No ano de 2022, é estimado que o consumo turístico tenha representado 15,8% do PIB português (Turismo de Portugal, 2023a).

Considerando a velocidade que se tem assistido no crescimento da atividade turística em termos globais, têm os países envidado os maiores esforços no sentido de controlar o chamado turismo de massas; em contrapartida, procuram direcionar a atividade de acordo com os seus recursos naturais, uma vez que não são infinitos, e que os impactos sejam o menos negativos possíveis para as comunidades locais. Desta forma, verifica-se que o turismo sustentável constitui um caminho imprescindível para o crescimento do setor de forma equilibrada, procurando uma estabilidade saudável entre as áreas do ambiente, da economia e do social. Neste contexto de sustentabilidade do sector, muitos países orientados para a atividade turística, como o caso de Portugal, definiram como modelo económico a adotar o da economia circular. Os recursos são finitos, pelo que o modelo de economia linear não poderá continuar a ser a solução, sob pena de não termos recursos suficientes para sustentar a população que continuará a crescer.

Atendendo a que Setúbal tem apostado na promoção turística dos seus produtos, direcionando-os para os mercados nacional e internacional, sobretudo no que à gastronomia diz respeito, considerou-se interessante perceber de que forma o segmento da restauração e do alojamento no concelho estão a funcionar de acordo com o modelo de economia circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade. Assim, foi definido como tema da presente investigação “A Economia Circular como fator de sustentabilidade do setor turismo. Um estudo aplicado ao alojamento e restauração do Concelho de Setúbal”, constituindo como pergunta de partida “Estão as empresas/organizações do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal, a orientar a sua atuação para a sustentabilidade, adotando políticas de economia circular?”.

O propósito principal da presente investigação é o de analisar a existência e a concretização de políticas de Economia Circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade, nas empresas do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal, constituindo os objetivos específicos os seguintes: identificar o perfil dos responsáveis pelas empresas/organizações do segmento de atividade

Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal; identificar o perfil dessas empresas/organizações; verificar a existência de práticas de economia circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade, nestas empresas/organizações; identificar as motivações que levam os responsáveis a adotar ou não estas práticas, ou seja, a sua perceção dos benefícios e das barreiras para a empresa/organização; analisar o que podem as instituições de ensino superior, no caso concreto o Instituto Politécnico de Setúbal, fazer para ajudar as empresas a ultrapassar estas dificuldades e obstáculos.

No que concerne à forma de abordagem do problema, este estudo pode ser classificado como quantitativo e idealizado para, a partir dos resultados obtidos com uma amostra representativa, ter como objetivo a sua generalização à população alvo. No caso da presente investigação será necessário constituir uma amostra por conveniência, ou seja, definir um conjunto de sujeitos a partir de uma população-alvo, na medida em que é essencial dispor dos contactos de email das empresas/organizações incluídas nas bases de dados fornecidas.

Antes da definição da metodologia a adotar e das técnicas de recolha de informação, será desenvolvida uma primeira fase de revisão da literatura, tendo como principal foco os conceitos de Turismo, Turismo Sustentável e/ou Sustentabilidade no Turismo e Economia Circular, baseando-se a mesma na pesquisa de artigos científicos, dissertações de mestrado, livros e documentos oficiais de entidades de turismo.

Para a recolha de informação o instrumento utilizado será o inquérito por questionário, uma vez que é constituído por questões que possibilitam a avaliação de atitudes e opiniões dos destinatários, bem como a recolha de outras informações consideradas pertinentes no âmbito do presente estudo.

A partir dos resultados obtidos com os questionários validados, será desenvolvida uma análise estatística com recurso ao software SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), a partir da qual serão elaboradas as conclusões.

A presente dissertação é constituída por um primeiro capítulo no qual é apresentada a revisão da literatura que se debruça sobre três conceitos essenciais, a saber, Turismo, Sustentabilidade no Turismo e Economia Circular. Para cada um destes conceitos é apresentado um conjunto de definições, dados relevantes no país, exemplos de boas práticas e outras informações consideradas relevantes. Num segundo capítulo, são apresentados a metodologia adotada, os objetivos gerais e específicos delineados, e as técnicas de recolha de informação preconizadas. O terceiro capítulo versa sobre a análise e discussão dos resultados com base na recolha de informação efetuada através dos questionários. A dissertação termina com as principais conclusões e propostas de investigação futura.

Capítulo 1 – Revisão da Literatura

Neste capítulo é apresentada a revisão de literatura estruturada em 3 pontos principais que pretendem fundamentar a sustentação teórica condutora da investigação, com as temáticas do Turismo, da Sustentabilidade no Turismo, e por último, da Economia Circular.

1.1. Turismo

No âmbito da temática do Turismo importa abordar as seguintes questões: as suas definições; os produtos turísticos; o turismo de gastronomia e o enoturismo; a evolução do turismo em Portugal e o segmento de atividade: alojamento, restauração e similares.

1.1.1. Definições de turismo

Remontando às origens do Turismo, se o associarmos, de forma simples e abrangente, ao mero “ato de viajar”, podemos considerar que sempre existiu turismo, uma vez que os povos nómadas poderão também eles ser designados de turistas, demonstrando um enorme desejo por conhecer novos povos e novas terras. Conforme refere Cunha (1997, p. 61), “por razões religiosas, comerciais, políticas, de expansão territorial, ou por simples curiosidade, a história do homem está profundamente ligada às deslocações e às viagens”. O que se foi alterando ao longo dos tempos foram a natureza, a duração, a forma e os objetivos das viagens. Enquanto atividade económica organizada, o Turismo surge em finais do século XIX.

Portugal foi um dos países pioneiros a criar um organismo para promover e organizar a atividade turística. A Repartição de Turismo de Portugal surgiu em 1911, depois da França e da Áustria terem implementado os seus. A atividade turística estava em crescendo, acabando por ficar suspensa até meados da década de 50, devido às duas guerras mundiais, entretanto ocorridas (Matias, 2007).

Como definir turismo, em termos conceptuais? É de salientar que esta atividade alcançou, de há uns anos a esta parte, uma dimensão internacional de tal forma relevante que se assumia, como refere Matias (2007, p. 21), como o “terceiro setor exportador mundial, logo a seguir às indústrias petrolífera e automóvel”, segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT). A própria necessidade de fazer turismo tem vindo a evoluir ao longo dos tempos, uma vez que ela era considerada uma espécie de privilégio das classes mais abastadas há alguns anos a esta parte. Hoje ela encontra-se “generalizada nos países desenvolvidos, onde (...)”

estará já longe de ser considerada como secundária em sentido puro”. O turismo só “se assumiu como um direito do homem, consagrado como tal na Declaração Universal dos Direitos do Homem” durante a segunda metade do século XX, ficando a par “de outras necessidades sociais (como a educação e saúde)” (Matias, 2007, p. 22).

Vários autores procuraram definir turismo sob múltiplas perspetivas. Numa perspetiva de análise económica, por exemplo, de acordo com Cunha (1997, p. 8), o turismo poderá ser entendido como “a atividade económica decorrente dos movimentos turísticos”. Outra definição bastante conhecida, até pela sua simplicidade, é a de Jafari (2000, p. 585), que “diz que o turismo é o estudo do homem (turista) fora do seu habitat usual.” Hunziker e Krapf (1942), citados por Valverde Roda (2018, p. 48), definem o turismo como “o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária”.

Em 1982, surge uma definição mais esclarecedora, por parte de Mathienson e Wall, e que apresenta o turismo como “o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades” (Mathienson & Wall, 1982, p. 43). Porém, esta definição traduz algumas fragilidades, desde logo o facto de não mencionar expressamente a exclusão da remuneração. De salientar ainda que as pessoas desenvolvem atividades não só durante a sua permanência nos destinos, como também antes e durante as deslocações, e que se encontram excluídas desta definição as atividades “não criadas” para satisfazer necessidades turísticas (Cunha & Abrantes, 2019).

De acordo com a definição de 1994 emanada pela OMT, turismo é o “conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros” (World Tourism Organization [UNWTO], 2021c, para. 1). Procurando colmatar a lacuna nesta definição, em relação à valorização da oferta, tal como faz para a procura, Cunha (2012, p. 111), define turismo como “o conjunto de atividades lícitas desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atrações e os meios que as originam, as facilidades criadas para a satisfação das suas necessidades e os fenómenos e relações resultantes de umas e de outras”.

1.1.2. Produtos turísticos

Tendo em consideração a oferta turística, e de acordo com a OMT, o produto turístico de uma determinada região é "uma combinação de elementos tangíveis e intangíveis, como recursos naturais, culturais e artificiais, atrações, instalações, serviços e atividades em torno de um centro de interesse específico que representa o núcleo do marketing mix do destino e cria uma experiência geral para o visitante, incluindo aspetos emocionais para os clientes potenciais" (UNWTO, 2021a, para. 1).

Existem vários tipos de turismo se considerarmos os motivos que levam as pessoas a viajar. Ou seja, "os tipos de turismo resultam dos motivos que levam as pessoas a decidir a realização de uma viagem e dependem de uma grande variedade de fatores pessoais (idade, sexo, personalidade, nível cultural e social)" (Cunha & Abrantes, 2019, p. 26). Neste sentido, considerando os diversos produtos turísticos que as diferentes regiões proporcionam e desenvolvem, face às principais motivações de quem decide viajar em turismo, podemos ter em atenção, atualmente, as seguintes dimensões descritas na Tabela 1.

Tabela 1 - Dimensão do Turismo

Turismo rural	Desenvolve-se, essencialmente, em áreas rurais, como o próprio nome indica, concretamente em zonas com pouca população, onde a paisagem é caracterizada pela prática da agricultura e silvicultura e onde o estilo de vida ainda se baseia em modos tradicionais.
Turismo desportivo	Aquele que se movimenta em torno de eventos desportivos, quer seja ao nível dos participantes, quer seja ao nível dos espetadores.
Turismo de montanha	Existe um número considerável de turistas que preferem zonas montanhosas, procurando áreas com paisagem, topografia, clima, biodiversidade e comunidades locais muito específicas e próprias dessas zonas, proporcionando atividades de lazer e desporto ao ar livre.
Turismo urbano	Concentra-se em espaços caracterizados por atividades industriais, comerciais e de serviços, tendo capacidade para oferecer experiências diversificadas de ordem cultural, arquitetónica, tecnológica, social e natural.
Turismo de compras	As compras têm vindo a assumir um lugar cada vez mais relevante na escolha do destino, tornando-se uma componente ou mesmo a principal motivação para uma viagem.

Turismo de gastronomia e enoturismo	Uma vez que a produção de alimentos e a produção de vinhos assumem uma parte relevante na história e na identidade de uma região, tornaram-se, para muitos destinos, a sua imagem de marca.
-------------------------------------	---

Fonte: UNWTO, 2021a, adaptado

1.1.3. Turismo de Gastronomia e Enoturismo

Interessa em particular para o estudo que aqui se desenvolve, conceder algum destaque a esta dimensão, dado o teor e o objetivo do mesmo, sendo que também a OMT lhe dedica uma especial atenção. Ao mesmo tempo que “o turismo global está em ascensão e a competição entre destinos aumenta, o património cultural intangível local e regional único torna-se cada vez mais o fator de discernimento para a atração de turistas.” Ora, numa determinada região ou país, a gastronomia e os vinhos, constituem “uma parte integrante de sua história e identidade” e “representam uma oportunidade para revitalizar e diversificar o turismo, promover o desenvolvimento económico local, envolver diversos setores profissionais e trazer novos usos para o setor primário”. São fatores decisivos em termos de “promoção e branding dos destinos, mantendo e preservando as tradições e diversidades locais, valorizando e premiando a autenticidade” (UNWTO, 2021b, para. 1-2).

Turismo e gastronomia têm vindo a intensificar a sua relação. A gastronomia como um produto turístico constitui uma tendência global (Shalini & Duggal, 2015).

Citado por Shalini e Duggal (2015), Wolf (2006) descreveu Turismo Gastronómico e Turismo Culinário como um turismo onde uma oportunidade para experiências memoráveis de comida e bebida contribui de forma decisiva para uma motivação no sentido de viajar. Ainda o mesmo autor (Wolf, 2002), refere que foi no ano de 1998 que o “Turismo Culinário” foi sugerido pela primeira vez, sendo este conceito entendido como a possibilidade de os turistas poderem experimentar a cultura de outros países ou mesmo culturas locais exóticas, através da degustação de cozinhas de qualidade únicas, que acabam por traduzir o sabor da cultura do país. A existência de uma motivação para a procura de experiências gastronómicas distingue o turismo gastronómico de outras formas de viajar.

Hall (2003) refere que as viagens de carácter turístico podem ser distinguidas de acordo com a intensidade e a extensão da influência da gastronomia na sua motivação:

- Quando a alimentação constitui o principal motivo para a viagem – turismo *gourmet*, turismo gastronómico ou turismo *cuisine*;
- Quando a alimentação constitui um motivo secundário para a viagem – turismo culinário;

- Outras formas de turismo onde o interesse pela alimentação e a degustação de alimentos está subordinada a outros interesses.

O Turismo de Gastronomia é entendido pela Comissão de Turismo e Competitividade (CTC) da OMT como “uma modalidade de atividade turística que se caracteriza pela experiência do visitante ligada à alimentação e produtos e atividades afins durante a viagem.” O Turismo Gastronómico pode procurar conciliar “experiências culinárias autênticas, tradicionais e / ou inovadoras” com “outras atividades afins, como visitar os produtores locais, participar em festivais gastronómicos e frequentar aulas de culinária”, por exemplo (UNWTO, 2021b, para. 3).

De acordo com Hall (2003), ao turismo gastronómico associam-se diversas vantagens, tais como:

- Ser reconhecido como parte integrante da cultura local e com interesse para os turistas;
- Constituir um elemento promocional do turismo regional;
- Assumir-se como um componente importante para o desenvolvimento da agricultura e da economia local;
- Afirmar-se como um fator diferenciador em termos de marketing de um destino turístico;
- Constituir-se como um indicador de globalização e localização;
- Revelar-se um produto e serviço consumido por turistas com preferências e padrões de consumo definidos.

Wolf (2006), citado por Cunha et al. (2019, p. 412), refere que, para o turista que procura a gastronomia e os vinhos, estes constituem em si mesmos um motivo para viajar. “Os turistas gastronómicos viajam para ver a performance de um *chef* de um restaurante importante; comer, beber, ir a inaugurações ou eventos em restaurantes ou bares famosos; comer ou beber em restaurantes e bares locais, difíceis de encontrar; participar em eventos e festivais de comida e bebida; procurar ingredientes únicos; fazer uma rota de vinhos; ir a aulas de cozinha”.

O Turismo Gastronómico é um fenómeno local de impacto universal, que se encontra em franca expansão e cujo impacto na economia de qualquer país é significativo. A influência sobre o emprego e património locais é uma realidade, uma vez que a maior parte dos turistas procuram conhecer não apenas a comida local, como também de onde é proveniente e produzida, tornando-a uma expressão de turismo cultural em crescendo. Tem um enorme potencial para expansão como principal motivação para viagens de turismo e embora este tipo de turismo ainda seja praticado por uma minoria de turistas, está de facto a atrair

determinado tipo de turistas com muito dinheiro para despende em produtos de qualidade, incluindo alimentos (Shalini & Duggal, 2015).

Tomar refeições em restaurantes é comum entre turistas e a alimentação começa a adquirir o mesmo nível de importância para os turistas como o clima, o alojamento e a paisagem, de acordo com Ladapha Pullphothong e Chiranut Sopha (2013).

1.1.4. Evolução do Turismo em Portugal

Considerando a realidade do turismo em Portugal, e de acordo com o documento Estratégia Turismo 2027, verificamos que o turismo é de facto um dos principais motores da economia na atualidade (Turismo de Portugal, 2017).

Alguns dados, entre os anos de 2005 e 2015, em termos de oferta, são os seguintes:

- Aumento da capacidade de alojamento em termos de quantidade e de qualidade;
- Crescimento de novas formas de alojamento, denominadas por unidades de alojamento local; o Decreto-Lei nº 39/2008 de 7 de março validou o novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos em Portugal e trouxe alterações relevantes como a eliminação da classificação de algumas tipologias de empreendimentos existentes (pensões, estalagens, hotéis e moradias turísticas, entre outras), e a introdução de um novo conceito denominado alojamento local, criado no sentido de ultrapassar o processo burocrático de implementação e exploração de estruturas de alojamento mais pequenas e mais modestas, de procurar acabar com as camas paralelas em Portugal e de garantir a exigência de padrões mínimos de qualidade e segurança (Marques & Santos, 2012);
- Aumento dos registos de atividades de animação turística;
- Oferta de recursos turísticos mais qualificados e melhores infraestruturas de suporte.

Em termos de procura e no mesmo período, destaque para:

- Crescimento nas receitas turísticas;
- Crescimento nas dormidas;
- Evolução dos mercados;
- Crescimento nos proveitos e no *RevPar (Revenue per Available Room)* das unidades hoteleiras;
- Evolução das taxas de ocupação;
- Crescimento dos fluxos de passageiros de voos internacionais;
- Aumento da taxa de sazonalidade.

Tendo em linha de conta alguns *rankings* internacionais no setor do Turismo, o posicionamento de Portugal, no ano de 2015, era o seguinte:

- 26.º nas receitas turísticas, em termos mundiais, de acordo com a OMT *Internacional Tourism Receipts*;
- 11.º nas receitas turísticas, na UE 28, através do Eurostat – Balança de Pagamentos Exportação em Viagens e Turismo;
- 11.º nas dormidas de estrangeiros em hotéis e similares, também na UE 28, através do Eurostat – Dormidas de residentes no estrangeiro em Hotéis e similares;
- Top 15 dos destinos mais competitivos no mundo, de acordo com o Fórum Económico Mundial/*World Economic Forum (WEF) – Travel & Tourism Competitiveness Index*. (Turismo de Portugal, 2017).

A Tabela 2 apresenta uma análise evolutiva de alguns indicadores considerados relevantes para este setor.

Tabela 2 - Turismo de Portugal em números (anos de 2015, 2019 e 2022)

Indicadores	Ano de 2015	Ano de 2019	Ano de 2022
Hóspedes (milhares)	17 358,5	27 142,4	26 529,1
Dormidas (milhares)	48 850,7	70 159,0	69 571, 3
Proveitos Globais (milhões €)	2 479,0	4 295,8	5 005,3
<i>RevPar</i> (€) (receita por quarto disponível)	37,6	49,4	56,2
Saldo da Balança Turística (milhões €)	7 839,0	13 130,9	15 573,9
Receitas do Turismo (milhões de €)	11 451,1	18 430,7	21 107,2

Fonte: Turismo de Portugal, (s.d.b, s.d.c, s.d.d), adaptado

Como se pode extrair da Tabela 2, entre os anos de 2015 e 2019, assistiu-se a um crescimento do turismo em Portugal em todos os indicadores aqui considerados; concretamente, a taxa de variação foi de 64,0% relativamente ao n.º de hóspedes, 69,6% no que diz respeito ao número de dormidas, 57,7% em relação aos proveitos globais, 76,1% quanto ao *RevPar*, 59,7% no que ao saldo da balança turística diz respeito e, por último, 62,1% relativamente às receitas provenientes do turismo.

Em 2020, com a pandemia do COVID-19, o turismo mundial foi profundamente afetado.

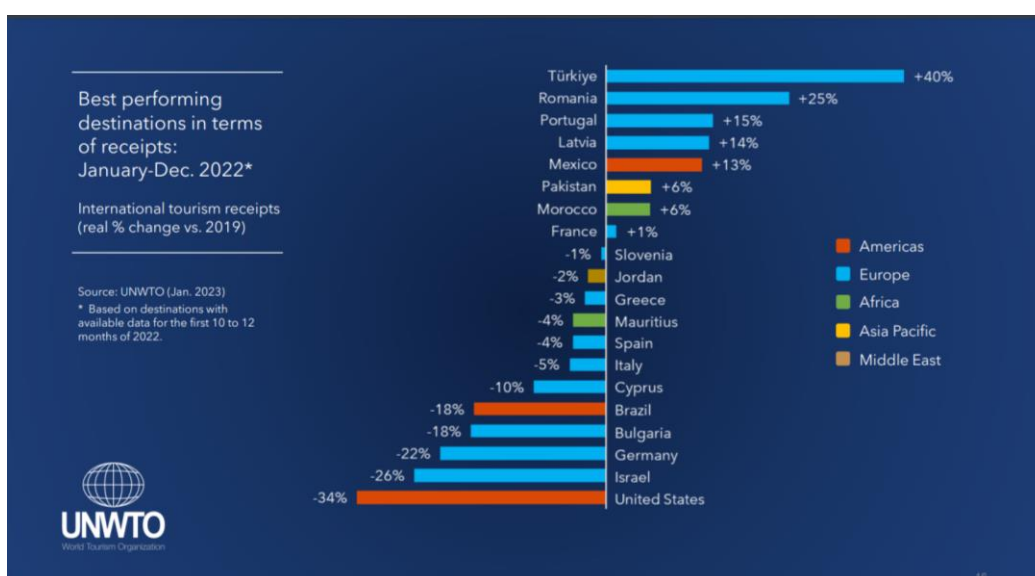
No ano de 2021, após a pandemia, mas ainda a sofrer os seus efeitos, Portugal acompanhando outros destinos mundiais, conseguiu registar uma ligeira recuperação na

procura de dormidas no alojamento turístico e nas receitas do turismo para a economia, face ao ano anterior.

Atendendo aos registos disponibilizados pela entidade Turismo de Portugal, no ano de 2022, conforme é possível atestar pelos dados constantes na Tabela 2, o número de hóspedes ainda diminuiu em relação ao ano de 2019, para 26 529,1 mil, com uma taxa de variação de -2,3%, e o número de dormidas também ainda se revelou menor em relação ao ano de 2019, representando uma taxa de variação de -0,84%, o que, mesmo assim, já significa uma retoma dos números muito próxima da realidade antes da pandemia. Onde se assistiu já a um crescimento relativamente ao ano de 2019, foi no indicador dos proveitos globais, que ascenderam a 5 005,3 milhões de euros, com uma taxa de variação de 16,5%, um *RevPar* (receita por quarto disponível) de 56,2 euros, em contraponto aos 49,4 euros de 2019, representando uma taxa de variação de 13,8%, um Saldo da Balança Turística na ordem dos 15 573,9 milhões de euros, face aos 13 130,9 milhões de euros em 2019, com uma taxa de variação de 18,6%, e por último, mas não menos importante, o indicador das receitas do turismo que, em 2022 correspondeu a 21 107,2 milhões de euros, contra os 18 430,7 milhões de euros, em 2019, o que equivale a uma taxa de variação de 14,2%.

Os dados fornecidos pela entidade Turismo de Portugal aqui espelhados nesta tabela, demonstram que o “setor do turismo é uma atividade económica fundamental para a geração de riqueza e emprego em Portugal” (Turismo de Portugal, 2023b, para. 1). Esta aposta no turismo parece estar a ter os seus resultados, tal como reflete a Figura 1, que inclui informação divulgada em janeiro de 2023.

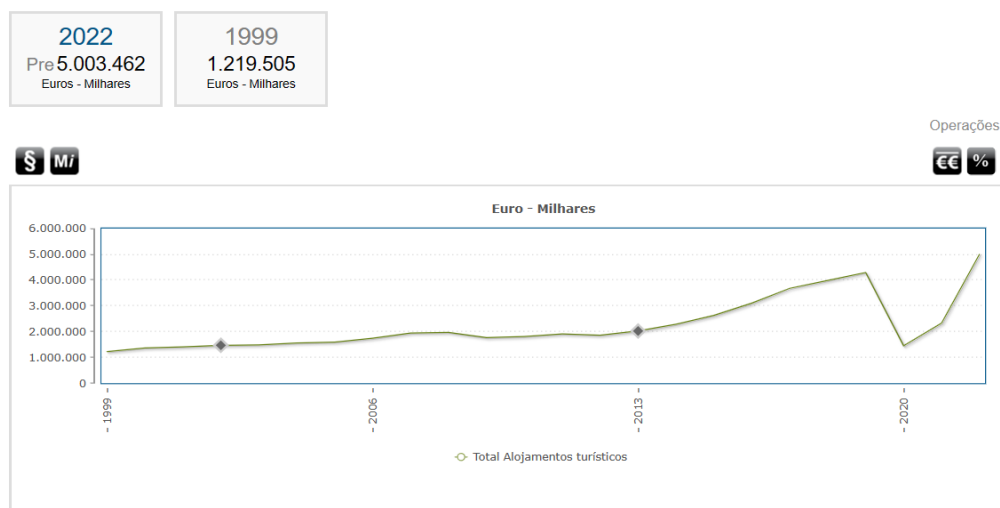
Figura 1- Destinos com melhor desempenho em termos de receitas



Fonte: UNWTO (2023, p. 16)

Dos países com dados disponíveis nos primeiros 10 meses do ano de 2022, Portugal foi o terceiro destino mundial com o maior crescimento em termos de performance nas receitas obtidas para a economia, comparando com 2019 (Figura 1).

Figura 2 - Proveitos totais dos alojamentos turísticos



Fonte: PORDATA (2023b)

Através da Figura 2, é possível ter uma perceção real da evolução da importância da atividade turística na economia portuguesa, de 1999 aos dias de hoje (2022), com uma taxa de variação na ordem dos 24,4%.

Para atingir as metas delineadas na área do Turismo para Portugal até 2027, foram definidos ativos estratégicos, com vista à sustentabilidade e à competitividade (no caso, As Pessoas), subdivididos em ativos diferenciadores, ativos qualificadores e ativos emergentes. Os ativos diferenciadores são a base do que o país tem para oferecer, características substanciais que identificam e distinguem o destino, não podem ser transferidos e motivam o aumento da procura (Clima e luz; História, cultura e identidade; Mar; Natureza; Água). Por sua vez, os qualificadores são enriquecedores e acrescentam valor aos destinos (Gastronomia e Vinhos; Eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio), enquanto os ativos emergentes valem pelo seu potencial de crescimento e reconhecimento internacional (Bem-Estar; *Living - Viver em Portugal*) (Turismo de Portugal, 2017).

É de particular interesse para o estudo que aqui se desenvolve, realçar o facto de a Gastronomia e os Vinhos terem sido considerados no âmbito da estratégia definida por Portugal para o turismo, até ao ano de 2027, como um ativo qualificador, dado que a “gastronomia tradicional está presente em todo o país. Portugal está entre os países com o melhor peixe do mundo; dispõe de *chefs* internacionalmente reconhecidos e de vários restaurantes agraciados com estrelas Michelin. Os prémios alcançados pelos vinhos

portugueses colocam o país entre os melhores do mundo, sendo um cartão de visita para potenciar o Enoturismo” (Turismo de Portugal, 2017, p. 48).

Henriques e Custódio (2010), citados por Cunha et al. (2019, p. 411), consideram que a “gastronomia constitui-se como importante atrativo turístico-cultural de um local, região ou país. Na realidade, Portugal está identificado como um dos melhores destinos de Gastronomia e Vinhos da Europa”.

1.1.5. Segmento de Atividade: Alojamento, Restauração e Similares

De acordo com a Classificação Portuguesa de Atividades Económicas, Revisão 3 (CAE-Rev. 3), o segmento do alojamento, restauração e similares compreende as Divisões 55 (Alojamento) e 56 (Restauração e similares) (Decreto-Lei n.º 381/2007, 2007).

A partir do momento em que a definição de turista pressupõe que o viajante passe, pelo menos, uma noite no local que visita, assumimos que a importância do alojamento turístico é significativa, em qualquer uma das suas modalidades. Poder-se-á afirmar que o alojamento “é, então, a base essencial dos destinos turísticos, sem o qual estes não existem” (Cunha & Abrantes, 2019, p. 153).

Existem diversas modalidades de alojamento turístico presentes em Portugal, as quais poderemos resumir da seguinte forma:

- Estabelecimentos Hoteleiros (hotéis; hotéis-apartamentos (aparthotéis); pousadas);
- Aldeamentos Turísticos;
- Apartamentos Turísticos;
- Conjuntos Turísticos;
- Turismo de Habitação;
- Turismo no Espaço Rural (casas de campo; agroturismo; hotéis rurais; turismo de aldeia);
- Parques de Campismo e Caravanismo;
- Outros (alojamento local; residências secundárias; colónias de férias; pousadas da juventude; alojamento paralelo (não reconhecido oficialmente) (Cunha & Abrantes, 2019).

Dada a sua relevância para o turismo, considera-se a restauração normalmente uma atividade turística. “Pelo critério da sua utilidade para o turismo, ou seja, da sua necessidade para os turistas, a restauração é considerada como fazendo parte da atividade turística. Embora, na maior parte dos casos, os restaurantes vendam grande parte da sua produção a residentes,

são considerados atividade turística por pertencerem ao grupo de produções sem as quais o turismo não pode existir” (Cunha & Abrantes, 2019, p. 210).

Atendendo à legislação portuguesa, existem vários tipos de estabelecimentos de restauração ou de bebidas:

- Restaurantes de tipo tradicional;
- Restaurantes com lugares ao balcão;
- Restaurantes típicos;
- Restaurantes com espaço de dança;
- Confeção de refeições prontas a levar para casa;
- Restaurantes não especificados (inclui atividades de restauração em meios móveis);
- Fornecimento de refeições para eventos;
- Outras atividades de serviços de refeições;
- Cafés;
- Bares;
- Pastelarias e casas de chá;
- Outros estabelecimentos de bebidas sem espetáculos;
- Estabelecimentos de bebidas com espaço de dança (Gabinete de Desenvolvimento Económico e Empresarial [GDEE], 2016).

A partir de uma análise setorial do alojamento, restauração e similares relativamente ao ano de 2021, recorrendo aos dados fornecidos pelo Banco de Portugal (2022), podemos efetuar uma caracterização geral do setor em Portugal, concretamente:

- O número de empresas aumentou de 49 624, em 2020, para 49 851, em 2021;
- As vendas e serviços prestados por essas empresas cresceu de 8.107,40 € milhões, em 2020, para 10.338,70 €, no ano seguinte;
- O número de pessoas ao serviço diminuiu de 274 526, no ano de 2020, para 272 105, no ano de 2021;
- Em termos de classes de dimensão, em 2021, as microempresas representavam 88,8%, as pequenas empresas, 10,12%, as médias empresas, 0,99%, e as grandes empresas, 0,1%; quanto ao volume de negócios são as microempresas e as pequenas empresas que concentram o maior bolo com 67,59%, as duas juntas, seguindo-se das médias empresas e das grandes empresas, com 17,62% e 14,78%, respetivamente; no que diz respeito ao número de pessoas ao serviço, são igualmente as microempresas que concentram a maior fatia (37,15%), seguidas das pequenas empresas (33%), das médias empresas (15,48%) e, por fim, as grandes empresas (14,38%);

- Quanto aos segmentos de atividade económica, a maior parte das empresas são de restauração e similares (73,23%), com apenas 26,77% a corresponder a alojamento; 67,93% do volume de negócios identificado, pertence a empresas de restauração e similares, contra 32,07%, de alojamento; relativamente ao número global de pessoas ao serviço, 74,03% está no segmento da restauração e similares, e apenas 25,97% em empresas do segmento de alojamento;
- Se considerarmos as classes de idade, verificamos que perto de metade (42,03%) das empresas possuem até 5 anos, 22,76% têm mais de 20 anos, 19,15%, entre 6 e 10 anos, e 16,05%, entre 11 e 20 anos; quanto ao volume de negócios, são as empresas com mais de 20 anos que detêm a maior fatia, seguidas das empresas com menos de 5 anos (21,03%), das que têm entre 11 e 20 anos (20,64%) e, finalmente, das que possuem entre 6 e 10 anos (17,49%).

1.2. Sustentabilidade no Turismo

Em termos de Sustentabilidade no Turismo encontram-se considerados o Turismo Sustentável; a relação entre o Turismo e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável; as estratégias delineadas para a sustentabilidade do Turismo em Portugal; e as boas práticas de Turismo Sustentável.

1.2.1. Turismo Sustentável

O Turismo pode ser interpretado de diferentes modos se atendermos a um contexto de desenvolvimento sustentável, entendido no Relatório Brundtland de 1987 «O Nosso Futuro Comum», emitido pela Comissão Mundial para o Ambiente e o Desenvolvimento, como o “desenvolvimento que responde às necessidades do presente sem comprometer a capacidade de resposta das gerações futuras às suas próprias necessidades” (União Europeia, s.d.).

Existem várias perspetivas que permitem entender e interpretar o turismo:

- A perspetiva do ambiente, dando ênfase à sua sustentabilidade ambiental;
- A perspetiva social, reportando à sustentabilidade das comunidades e da sua cultura;
- A perspetiva do próprio turismo, quanto à sua sustentabilidade;
- A perspetiva de encarar o turismo como fazendo parte de uma estratégia para o desenvolvimento sustentável;
- A perspetiva da sua viabilidade económica, considerando o longo prazo.

O turismo sustentável deve, em simultâneo, procurar a preservação dos recursos naturais e a formação de rendimento e de emprego, no fundo, promover a utilização e o desenvolvimento de recursos que visem a satisfação dos turistas, garantindo a sua preservação para uso das gerações futuras (Sathiendrakumar, 2013, citado por Cunha, 2017, p. 197). De acordo com a OMT, turismo sustentável é “o turismo que tem em consideração os seus impactos atuais e futuros de ordem económica, social e ambiental para satisfação das necessidades dos visitantes, das indústrias turísticas, do ambiente e das comunidades anfitriãs” (UNWTO, 2012, p. 1).

São vários os autores que entendem a sustentabilidade da atividade turística com base na combinação destas três dimensões - aspetos ambientais, económicos e socioculturais - devendo ser estabelecido um equilíbrio adequado entre elas “para garantir a sua sustentabilidade a longo prazo, podendo estes aspetos ser aplicáveis a todas as formas de turismo em todos os tipos de destinos” (Bailoa & Cravo, 2021, p. 34). Bank, M. e Bank, P. (2019), citados por Lima (2021, p. 17), “realçam que os interesses ambientais e económicos não devem ser vistos como estando em conflito, mas sim que a atividade económica deve ser lucrativa tentando manter uma sociedade sustentável”. Podemos, então, definir o turismo sustentável como a “atividade turística que tem em conta as repercussões económicas, ambientais e socioculturais dos países e zonas anfitriãs, que satisfazem as necessidades dos visitantes e permitem um equilíbrio adequado entre esses parâmetros para garantir a sustentabilidade ambiental a longo prazo da atividade turística” (Hornero, 2016, citado por Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021, p. 17).

Segundo Cunha (2017), para que o turismo sustentável se desenvolva, de acordo com a definição da OMT e outras que foram surgindo, existem algumas condições associadas, designadamente:

- Conservação dos recursos naturais, históricos e culturais, para que as gerações presentes e futuras usufruam deles;
- Respeito e valorização da cultura e tradições das comunidades anfitriãs;
- Adequada planificação e gestão do desenvolvimento turístico, tendo em consideração aspetos ecológicos e socioculturais de cada região;
- Contribuição para o desenvolvimento económico de cada região;
- Manutenção da atratividade e do potencial junto dos turistas;
- Garantia de vantagens para a comunidade.

O elevado e progressivo aumento do turismo em todo o mundo, no final do século XX e início do século XXI, apenas suspenso no período crítico do COVID-19, tem contribuído de forma significativa para as economias locais, mas, em contrapartida, obriga a uma crescente

preocupação com o seu desenvolvimento sustentável. Sharpley (2021, p. 96), refere que muitas “investigações ao longo das três últimas décadas têm apontado para a necessidade do turismo se desenvolver de acordo com os fundamentos da sustentabilidade, tendo o turismo sustentável subsistido enquanto paradigma dominante de desenvolvimento da atividade entre académicos e políticos”.

Holden (2008) sugere que o turismo só começa a ser entendido como um setor económico que necessita de se desenvolver de forma sustentável, a partir de 1997, na ‘*Earth Summit II*’ (Nova Iorque). O aumento da discussão em torno do desenvolvimento sustentável do turismo resultou, essencialmente, por um lado, dos impactos menos positivos e da insatisfação dos turistas devido à ausência notória de planeamento e aos excessos praticados em termos de exploração da economia, e por outro, da tentativa de combinar a rentabilização máxima desta atividade económica com a redução dos efeitos negativos de um turismo de massa.

Pese embora a consciência da necessidade da sustentabilidade no turismo por parte da comunidade académica, da comunidade política e da sociedade em geral, segundo Bailoa e Cravo (2021, pp. 34-35), “poucos progressos foram realizados no sentido de implementar o turismo sustentável na prática. (...) apesar do paradigma do turismo sustentável se ter popularizado nas últimas décadas pouco tem sido feito na prática para a sua implementação, representando o contexto da pandemia uma oportunidade para a adoção de níveis sustentáveis (reduzidos) de consumo.”

1.2.2. O Turismo e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Vários foram os eventos dinamizados sob a temática do desenvolvimento sustentável desde os anos 90, sendo de destacar a Cimeira das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável de 2015, da qual surgiu a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável (United Nations, 2023). A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável contém 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) – assinalados na Figura 3 – e 169 metas, tendo sido assinada pelos chefes de estado e de governo dos 193 Estados-Membros da Organização das Nações Unidas (ONU) a 25 de setembro de 2015, e entrado em vigor em janeiro de 2016.

Figura 3 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)



Fonte: Direção-Geral da Educação (DGE), 2023

2017 foi determinado pela ONU como o Ano Internacional do Turismo. Por seu turno, o Turismo de Portugal, I.P., destaca os objetivos 8 (Trabalho Digno e Crescimento Económico: Promover o crescimento económico sustentado, inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos), 12 (Produção e Consumo Sustentáveis: Garantir padrões de produção e de consumo sustentáveis) e 14 (Proteger a Vida Marinha: Conservar e utilizar de forma sustentável os oceanos, os mares e os recursos marinhos, para o desenvolvimento sustentável) como os mais diretamente relacionados com a indústria do turismo (Dicionário do Desenvolvimento, s.d.).

Depois da definição dos Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), dando origem a uma agenda que norteou os trabalhos para o desenvolvimento entre os anos de 2000 e 2015, e contribuiu para a melhoria das condições de vida de muitos milhares de pessoas, surgiram os novos Objetivos, os ODS. Apenas falhou o facto de esses progressos não terem sido partilhados por todos, deixando um número considerável de pessoas de fora, inclusive, milhões de crianças. Estes ODS resultam de um trabalho conjunto de Governos e Cidadãos de todo o mundo com vista à criação de um modelo global de governança, cuja principal finalidade é acabar com a pobreza, proteger o ambiente e promover a prosperidade e o bem-estar de todos até 2030 (Direção-Geral da Educação (DGE), 2023).

A Agenda 2030 é constituída por um conjunto de objetivos que comandam o desenvolvimento das sociedades. São 17 novos objetivos que centram a sua atuação nas pessoas, nos direitos humanos, na necessidade de combater as desigualdades sociais cada vez mais profundas, na paz, na segurança e nas alterações climáticas. Para que se concretizem não basta a garantia dos governos, é essencial o envolvimento dos cidadãos. É, em particular, fundamental contar com a participação das escolas no envolvimento de crianças e jovens. Segundo a DGE (2023, para. 4), as escolas “são centrais neste apelo global de participação

e a escola é essencial para dar a conhecer a nova agenda global, inspirar e incentivar as pessoas a participarem no desenvolvimento das comunidades”.

A concretização da Agenda 2030 constitui uma das estratégias que mobilizam a União Europeia (UE), em coordenação com os seus Estados Membros, no sentido de trabalhar num futuro sustentável para todos. Os indicadores que a UE segue, neste domínio, encontram-se orientados pelos indicadores apontados pela ONU, ainda que não sendo exatamente os mesmos.

No sentido de conferir maior modernidade, eficiência e competitividade à economia da União Europeia no que diz respeito ao aproveitamento de recursos, foi lançado o *European Green Deal* (Pacto Ecológico Europeu), no final de 2019, e que visa eliminar, até 2050, a emissão de gases com efeito de estufa. Para o seu sucesso é fundamental o envolvimento e comprometimento de todos os setores de atividade, inclusive, do Turismo (Turismo de Portugal, s.d.a).

1.2.3. Estratégias para a Sustentabilidade do Turismo em Portugal

Em Portugal, entre os anos de 2006 e 2015, foi o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), cuja primeira versão foi aprovada em abril de 2007, que constituiu a grande referência para o desenvolvimento do setor do turismo. A estratégia adotada para os anos de 2013 a 2015 seguiu a linha do que havia sido definido no PENT, reforçando a relevância da estabilidade da oferta na forma como o destino é entendido. Já neste documento conseguimos detetar uma preocupação evidente com o desenvolvimento sustentável, referido em termos de visão: “Portugal deve ser um dos destinos na Europa com crescimento mais alinhado com os princípios do desenvolvimento sustentável, alavancado numa proposta de valor suportada em características distintivas e inovadoras do país” (Turismo de Portugal, 2013, p. 9). Contudo, não são definidas ainda metas para atingir esse objetivo, o que significa que a intenção não passou da teorização (Bailoa & Cravo, 2021, pp. 37-38).

É na Estratégia Turismo 2027 (ET27) que a visão assumida identifica a posição de Portugal “como um dos destinos mais competitivos e sustentáveis do mundo” (Turismo de Portugal, 2017, p. 6), num forte compromisso com o papel que o setor do turismo pode e deve assumir na concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definidos pelas Nações Unidas. No Plano Turismo +Sustentável 20-23, elaborado de acordo com as orientações emanadas pela ET27, foram definidas mais de 70 iniciativas e projetos cujo principal objetivo está relacionado com a garantia do desempenho sustentável do setor turístico, sobretudo no que diz respeito à economia circular e às alterações climáticas, tendo por base os prementes

desafios da sustentabilidade (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021a, p. 3). Este plano visa dar um forte contributo para a implementação da economia circular no Turismo, ou seja, promover a transição para um modelo económico baseado na prevenção, redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais, água e energia (Turismo de Portugal, 2021b, p. 9).

A ET27 assume-se como fortemente comprometida com a questão da sustentabilidade do turismo, tendo definido as metas descritas na Tabela 3.

Tabela 3 - Metas de Sustentabilidade definidas na ET27

Metas de sustentabilidade económica	Relacionadas com o aumento da procura em todo o território e com o crescimento das receitas
Metas de sustentabilidade social	Incidem sobre a redução do índice de sazonalidade, o aumento significativo do nível de habilitações no turismo e o reforço do impacto positivo nas populações residentes
Metas de sustentabilidade ambiental	Dizem respeito ao crescimento acentuado de empresas do turismo que assumam uma eficiente utilização de água e energia e o desenvolvimento de ações de gestão ambiental dos resíduos.

Fonte: Turismo de Portugal, 2017, adaptado

Ações como a elaboração do Plano Turismo +Sustentável 2020-2023 e a adesão do Turismo de Portugal ao *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC), ao Pacto Português para os Plásticos e à Declaração de Glasgow para a Ação Climática no Turismo, assumem-se como compromissos fortes no que diz respeito a estratégias orientadas para a sustentabilidade no turismo (Turismo de Portugal, s.d.a).

O setor do turismo em Portugal tem vindo, assim, a procurar dar respostas concretas à urgência dos desafios que a sustentabilidade impõe. O Turismo de Portugal e o Fundo Ambiental em matérias de economia circular e sustentabilidade ambiental celebraram um protocolo para o desenvolvimento de um projeto, intitulado “Turismo sustentável: um melhor futuro para [com] todos”, que envolve vários parceiros, de acordo com as ações que se apresentam na Tabela 4.

Tabela 4 - Projeto “Turismo sustentável: um melhor futuro para [com] todos”

Ações	Parceiros
Reeducar para uma restauração circular e sustentável	AHRESP e Escolas do Turismo de Portugal
As práticas da economia circular nos destinos turísticos do litoral	AHRESP
Neutralidade carbónica nos empreendimentos turísticos	Universidade Nova de Lisboa
Construção sustentável em empreendimentos turísticos	Universidade Nova de Lisboa
Eficiência hídrica nos campos de golfe em Portugal	Federação Portuguesa de Golfe e o Conselho Nacional da Indústria do Golfe (CNIG)
Redução do plástico na Hotelaria - Turismo sem plástico	<i>Travel Without Plastic</i>

Fonte: Turismo de Portugal, 2021c, adaptado

1.2.4. Boas Práticas de Turismo Sustentável

As cidades inteligentes (*smart cities*) e sustentáveis podem facilitar as transições para a sustentabilidade um pouco por todo o mundo. Deste modo, devem os decisores políticos e as partes interessadas locais ter em consideração este tipo de iniciativas nas suas próprias áreas locais.

Mas será que o conceito de cidade inteligente é coincidente com o conceito de cidade sustentável? Segundo Ahvenniemi et al. (2017, citado por Clement, 2021, para. 3), “existem algumas semelhanças, mas também algumas diferenças importantes a salientar. Estudos realizados mostram que as cidades sustentáveis estão mais focadas em aspetos ambientais e sociais, ao passo que as *smart cities* dão mais destaque aos aspetos económicos e sociais de uma cidade”.

Apesar da proximidade cada vez maior dos dois conceitos surgiu, em simultâneo, o conceito de “cidade sustentável inteligente”, ou seja, “uma cidade que utiliza tecnologia para melhorar a sustentabilidade de uma área local” (Clement, 2021, para. 7) e fá-lo de diversas formas, conforme expresso na Tabela 5.

Tabela 5 - Tipos de Ações de uma cidade sustentável inteligente

Ações
Acompanhamento e medição de indicadores ambientais para perceber o grau de influência junto dos resultados de sustentabilidade na cidade.
Utilização de dados em tempo real, como fluxos de energia e de materiais, reunidos a partir de soluções das TIC, no sentido de fornecer elementos para a formulação de políticas baseadas em provas que apoiam a sustentabilidade.
Planeamento de uma utilização de soluções a longo prazo (sensores, telemóveis, novos métodos de transporte como um programa público de bicicletas partilhadas, etc.), garantindo que os materiais são aproveitados ao máximo para evitar resíduos desnecessários.
Construção pensada numa sociedade equitativa, com soluções inteligentes e sustentáveis que sirvam a maioria da população, como Wi-Fi público gratuito em toda a cidade, por exemplo.

Fonte: Clement, 2021, adaptado

Existem, atualmente, inúmeros exemplos de iniciativas e projetos que visam contribuir para a sustentabilidade no turismo.

Gotemburgo, na Suécia, constitui um excelente exemplo de cidade com boas práticas no que a sustentabilidade diz respeito; “é uma das cidades hoteleiras mais ecológicas do mundo, com 95% dos quartos de hotéis da cidade certificados ambientalmente. (...) Eles têm um uso estritamente regulado de fontes de energia fóssil, a sua quantidade de resíduos é medida e verificada perante parâmetros específicos, o uso de produtos químicos, como detergentes, é limitado e as equipas dos hotéis da cidade de Gotemburgo recebem formação regular em áreas chave ambientais” (European Commission, 2020, p. 42).

Um outro exemplo a considerar, a nível europeu, é o rótulo ecológico *Green Key*, um “rótulo ecológico voluntário concedido a mais de 2.500 hotéis e outros estabelecimentos em mais de 50 países. (...) Requisitos importantes que devem ser atendidos pelos proprietários dos estabelecimentos com rótulo ecológico *Green Key* incluem água, limpeza, resíduos, energia, bem como alimentação e manutenção da paisagem – ou seja, água da torneira oferecida aos visitantes, casas de banho com água da chuva para descarga, não são usados pesticidas na propriedade, triagem de resíduos, não são aquecidos quartos vazios, etc.” (European Commission, 2020, p. 44).

O Rótulo Ecológico da União Europeia (REUE) é um sistema que certifica produtos e serviços ambientalmente sustentáveis, contribuindo para que seja alcançado o ODS 12 (Produção e Consumo Sustentáveis) da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável da ONU. Visa ainda contribuir para a transição verde prevista no Pacto Ecológico Europeu e para o objetivo

da UE de neutralidade climática até 2050. Através da Decisão da UE que assume os critérios do REUE para os alojamentos turísticos, torna-se possível oferecer serviços de alojamento turístico com uma certificação ambiental de excelência reconhecida no Espaço Económico Europeu e algumas vantagens competitivas (Turismo de Portugal, 2022b).

Existem ainda medidas específicas e direcionadas para a eficiência energética das unidades hoteleiras, em concreto. Mas existe para além destas, um conjunto de normas de carácter internacional aplicáveis a entidades de qualquer setor de atividade e que visam a melhoria progressiva da atuação de cada organização. Neste contexto, assinala-se o regulamento europeu EMAS (Sistema Comunitário de Gestão e Auditoria) baseado na norma ISO 14001 – Sistemas de Gestão Ambiental (ENA - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida, 2020, p. 34). A norma ISO 14001 reflete “o compromisso assumido por dada empresa com a proteção do ambiente - e notoriamente com a redução e contenção de eventuais danos - através da gestão dos riscos ambientais associados à atividade da organização certificada (Simões, 2022, para. 2).

Tendo em consideração a gestão energética, são ainda de destacar as normas ISO 50001 – Sistemas de Gestão de Energia e ISO 50002 – Auditorias Energéticas “que permitem uma melhoria contínua do comportamento energético das unidades hoteleiras” (ENA - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida, 2020, p. 34).

Em Portugal têm surgido algumas iniciativas no setor do turismo que visam a adoção de estratégias em prol da sustentabilidade. A plataforma “Por um Turismo Sustentável” foi criada em 2017 pela Agência de Energia e Ambiente da Arrábida (ENA), em parceria com a Associação da Hotelaria de Portugal (AHP), tendo como principal objetivo o aumento da eficiência energética no setor da hotelaria portuguesa (Raposo, 2020). Com esta plataforma “pretende-se que o resultado das medidas a implementar (utilização mais racional de energia) tenha um carácter duradouro e cada vez sejam mais os hotéis aderentes. (...) pretende-se também valorizar as unidades hoteleiras e os próprios hóspedes que adotem comportamentos mais racionais do ponto de vista energético” (ENA - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida, 2020, p. 2).

No que diz respeito à gestão da água e como forma de apoio ao setor do turismo, a ADENE - Agência para a Energia, lançou o AQUA+ Hotéis, “um instrumento de apoio à gestão eficiente da água através do acompanhamento e da implementação de um plano de ação para a eficiência hídrica” (ADENE – Agência para a Energia, 2022, para. 5).

Um sistema inovador foi desenvolvido pela empresa SCIVEN, juntamente com uma equipa de investigadores da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra, o qual “permite que os seus utilizadores reduzam até 70% os custos com o consumo de energia

(térmica e eléctrica), ao mesmo tempo que minimizam a sua pegada ecológica em emissões de CO2 associadas”. Este sistema permite que, nos empreendimentos turísticos, toda a energia térmica que os clientes precisam seja utilizada em vários processos, como água quente sanitária, aquecimento de piscinas e SPAs e climatização de espaços” (Turismo de Portugal, 2021a, para. 1).

O Programa *Hotel Recycling* da Fundação *Clean the World* “promove a recolha e reciclagem dos sabonetes e *amenities* líquidos que já não são necessários no alojamento turístico sendo-lhes dada uma segunda vida através da produção de novos kits de higiene (...) distribuídos em comunidades de países em desenvolvimento, evitando assim milhares de doenças e mortes causadas por questões de higiene” (Turismo de Portugal, 2020, para. 2).

Desde o seu início, em 2009, o programa já conta com mais de 9 mil hotéis, tendo o *Conrad Algarve*, da cadeia *Hilton Hotels & Resorts*, aderido, em 2018. Com este nível de adesão, “foi evitado o envio de 16 toneladas de resíduos para aterros e foram distribuídos mais de 50 milhões de barras de sabonetes em 127 países, mas o mais importante impacte foi o decréscimo de 35% das doenças relacionadas com higiene em todo o mundo” (Turismo de Portugal, 2020, para. 4).

Diariamente usamos cartões bancários para procedermos a pagamentos, cartões de acesso, de fidelização de lojas, estações de serviço ou supermercados. Estes cartões, assim como os que utilizamos nos alojamentos turísticos para podermos aceder aos quartos, não podem ser reciclados de uma forma normal, como habitualmente fazemos com as embalagens de plástico que colocamos no respetivo ecoponto. Estima-se que todos os anos deixam de estar operacionais mais de 12 milhões de cartões, o que corresponde a cerca de 75 toneladas de resíduos por ano. “Foram estes números que levaram à criação do Movimento Merece pela *Contisystems*, uma das maiores empresas fornecedoras deste tipo de cartões. (...) e o seu objetivo é reunir o maior número possível de emissores de cartões para transformar os resíduos dos seus cartões em matéria-prima para a construção de mobiliário urbano, e compensar a sua pegada de carbono” (Turismo de Portugal, 2022a, para. 3).

Tabela 6 - Iniciativas e projetos que visam contribuir para a sustentabilidade no turismo – Resumo

<p>Gotemburgo: um excelente exemplo de cidade com boas práticas</p>	<p>Uma das cidades hoteleiras mais ecológicas do mundo, com 95% dos quartos de hotéis da cidade certificados ambientalmente. (...) Uso estritamente regulado de fontes de energia fóssil, a sua quantidade de resíduos é medida e verificada perante parâmetros específicos, o uso de produtos químicos, como detergentes, é</p>
---	--

	limitado e as equipas dos hotéis recebem formação regular em áreas chave ambientais.
Rótulo ecológico europeu <i>Green Key</i>	Rótulo ecológico voluntário concedido a mais de 2.500 hotéis e outros estabelecimentos em mais de 50 países. Água da torneira oferecida aos visitantes, casas de banho com água da chuva para descarga, não são usados pesticidas na propriedade, triagem de resíduos, não são aquecidos quartos vazios, etc.
Plataforma “Por um Turismo Sustentável”, de 2017 - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida (ENA), em parceria com a Associação da Hotelaria de Portugal (AHP)	Objetivo do aumento da eficiência energética no setor da hotelaria portuguesa. Pretende-se valorizar as unidades hoteleiras e os próprios hóspedes que adotem comportamentos mais racionais do ponto de vista energético.
AQUA+ Hotéis, lançado por ADENE - Agência para a Energia	Instrumento de apoio à gestão eficiente da água através do acompanhamento e da implementação de um plano de ação para a eficiência hídrica.
Sistema inovador desenvolvido pela empresa SCIVEN, juntamente com uma equipa de investigadores da Faculdade de Ciências e Tecnologia, da Universidade de Coimbra	Este sistema permite que, nos empreendimentos turísticos, toda a energia térmica que os clientes precisam seja utilizada em vários processos, como água quente sanitária, aquecimento de piscinas e SPAs e climatização de espaços.
Programa Hotel <i>Recycling</i> da Fundação <i>Clean the World</i>	Promove a recolha e reciclagem dos sabonetes e <i>amenities</i> líquidos que já não são necessários no alojamento turístico sendo-lhes dada uma segunda vida através da produção de novos kits de higiene distribuídos em comunidades de países em desenvolvimento.
Movimento Merece pela <i>Contisystems</i> , uma das maiores empresas fornecedoras dos cartões tipo bancários para procedermos a pagamentos, cartões de acesso, de fidelização de	O objetivo é reunir o maior número possível de emissores de cartões para transformar os resíduos dos seus cartões em matéria-prima para a construção de mobiliário urbano, e compensar a sua pegada de carbono.

lojas, estações de serviço ou supermercados	
---	--

Fonte: Elaboração própria

1.3. Economia Circular

No seio da temática da Economia Circular apresentam-se as seguintes questões: as suas definições; os modelos de negócio a si aplicados; as vantagens e as dificuldades inerentes à sua transição; e a Economia Circular e o Turismo.

1.3.1. Definições de Economia Circular

Se o desenvolvimento sustentável é uma meta a atingir por parte das sociedades desenvolvidas, a economia circular apresenta-se como um meio para que isso possa acontecer (Lima, 2021).

Podemos mesmo dizer que estes dois conceitos se sobrepõem, dado que “ambos remetem para a busca da forma mais favorável de equilíbrio entre três dimensões: “pessoas, planeta e prosperidade”. De qualquer modo, a economia circular acaba por se centrar mais na dimensão ambiental, nomeadamente, no esforço que deverá ser feito na diminuição do uso de recursos tendo em vista o reforço do capital natural. “Desta forma, as práticas circulares contribuem para gerar novas oportunidades económicas e bem-estar social” (Circular Economy Portugal, 2022, para. 9).

A economia circular, indo ao encontro de uma grande parte das aspirações do desenvolvimento sustentável, visa redirecionar a nossa crescente perspetiva linear para uma lógica circular, e transformar resíduos em recursos, proporcionando a sua circulação de forma regenerativa e restauradora. A ideia é alterar a nossa perspetiva e usar a tecnologia indicada a fim de transformar o lixo num produto com valor (Borràs, 2018).

Digamos que o nosso maior problema consiste na escassez de matérias-primas, uma vez que a taxa de utilização dos recursos naturais passou a ser superior à capacidade de renovação pelo Planeta Terra, havendo a possibilidade de chegarmos a um ponto em que não temos matéria-prima suficiente. Assim, em termos de eficiência, devem os recursos naturais ser substituídos pelo capital tecnológico (Borràs, 2018). Num relatório produzido pela Comissão Europeia consta que “a este ritmo de consumo, no ano 2050 a população do planeta estará a consumir como se tivéssemos três planetas” (Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021, p. 16).

No sentido de abrandarmos ou mesmo travarmos esta descontrolada caminhada em direção à escassez de recursos, urge avançar para uma economia circular, dado que a população mundial não para de aumentar (Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021) – Figura 4.

Figura 4 - A importância da Economia Circular (evolução de recursos e resíduos)



Fonte: World Resources Institute 2017 (citado por Reis, 2021, p. 11)

Na economia circular, ao contrário do que acontece no modelo tradicional em vigor, a economia linear, o foco está na redução do desperdício, uma vez que o objetivo é manter os materiais que compõem um produto que chega ao fim de vida, no seio da economia, podendo ser usados várias vezes, e, desta forma, criando mais valor. No modelo económico linear confrontamo-nos com o princípio basilar de “produzir, utilizar e por fim deitar fora”, o que se traduz na necessidade de enormes quantidades de materiais a baixo valor e facilmente acessíveis, bem como de maiores consumos de energia (Reis, 2021).

Não existe grande consenso relativamente à origem do conceito de economia circular, ou economia em ciclos, mas tudo indica que remonta aos anos 70 do século XX, ou pelo menos, foi nesta altura que ganhou maior relevância, no período em que se deu o 1º choque petrolífero, demonstrando a urgência de ser encontrado um outro modelo produtivo, em alternativa, caracterizado por consumir um menor número de recursos não-renováveis e menos desperdício (Matos & Silvestre, 2018).

Cooper (1999), indica que a economia circular engloba todas as atividades cuja preocupação constitua a redução de materiais nos processos de produção, distribuição e consumo.

De acordo com a Fundação Ellen MacArthur, que se assume como uma entidade focada na transição da economia linear para a economia circular, a “economia circular é baseada em três princípios, orientados pelo design: eliminar resíduos e poluição; circular produtos e materiais (no seu valor mais alto); regenerar a natureza” (Ellen MacArthur Foundation, s.d.).

Este modelo económico é fundamentado pela utilização definitiva de energias e materiais renováveis, provocando a rutura da atividade económica com o consumo de recursos finitos.

Kirchherr et al. (2017), citados por Silva et al. (2019), analisaram 114 definições de Economia Circular (EC), constatando diferentes perceções relativamente a este conceito. Conforme refere Silva et al. (2019, p. 241), “esses autores definem EC como: um sistema económico que substitui o conceito de “*end-of-life*” (fim de vida do produto, utilizado na Economia Linear) por redução, reutilização, reciclagem e recuperação de materiais nos processos de extração, produção, distribuição e consumo destes”.

Foram várias as escolas de pensamento que desenvolveram o princípio base que se encontra na origem da economia circular, complementando-se umas às outras, concretamente: Design Regenerativo, Economia de Desempenho, *Cradle to Cradle*, Ecologia Industrial, Biomimética, Economia Azul, Permacultura, Capitalismo Natural, Metabolismo Industrial e Simbiose Industrial (Lewandowski, 2016).

No fundo, a diversidade de conceitos inerentes a cada uma destas escolas de pensamento, acaba por se traduzir numa complementaridade e em características que definem a Economia Circular: o desenho para a reutilização; a resiliência através da diversidade; a dependência de energia oriunda de fontes renováveis; o pensamento em sistema; o pensamento em cascata/partilha de valores (simbiose) (Lewandowski, 2016).

Figura 5 - O modelo de Economia Circular



Fonte: Parlamento Europeu, 2015

Como se pode observar na Figura 5, para que a economia circular possa avançar é necessário o envolvimento e empenhamento das empresas, através da adoção de estratégias que considerem os seus cinco princípios fundamentais, concretamente:

- Conceção/design – desenho de produtos e serviços idealizados para diversos ciclos de vida, viáveis do ponto de vista económico, e eficientes do ponto de vista ecológico;
- Produção – opção por processos de produção limpos de resíduos, eficientes do ponto de vista energético e com soluções de novas utilizações para subprodutos;
- Distribuição – análise e implementação de formas de distribuição conjunta e em rede, sustentáveis;
- Utilização – rentabilização do produto, conferindo primazia à reparação e reutilização;
- Reentrada no ciclo – revitalização de redes de retoma, reuso, remanufactura (João, 2018).

1.3.2. Modelos de Negócio aplicados à Economia Circular

Podemos definir modelos de negócio como “(...) representações simplificadas de propostas de valor, de criação e entrega desse mesmo valor, elementos de captura de valor e as interações entre esses elementos dentro de uma unidade organizacional” (Geissdoerfer et al., 2018, citados por Travassos, 2022, p. 17). Linder e Williander (2015) definem um modelo de negócios circular como “um modelo de negócios no qual a lógica conceitual para criação de valor é baseada na utilização do valor económico retido nos produtos, após o uso, na produção de novas ofertas” (Lewandowski, 2016, p. 5).

Os modelos de negócio circular, ou seja, a forma como a “empresa cria, entrega e captura valor (Evans et al., 2017, citados por Travassos, 2022, p. 17) numa lógica de economia circular, baseiam a sua essência nos princípios fundamentais da economia circular, representados pela estrutura ReSOLVE – regenerar, partilhar, otimizar, repetir, virtualizar, trocar. Regenerar porque se entende a mudança para a energia e materiais renováveis; partilhar, porque se pretende potenciar a utilização máxima dos produtos, compartilhando-os por utilizadores; otimizar no sentido de visar o crescimento do desempenho e eficiência de um produto e anulação do desperdício quer no processo produtivo, quer na cadeia de abastecimento; repetir significa manter os componentes e materiais em circuitos fechados; virtualizar dado que se assume conferir utilidade particular de forma virtual, ao invés de materialmente; trocar, porque se está focado na substituição de materiais antigos por materiais avançados não renováveis e/ou com a aplicação de novas tecnologias (por exemplo, impressão 3D) (Lewandowski, 2016). Segundo este autor, a adaptação de um modelo de negócio aos princípios da economia circular está relacionada com fatores internos e externos. No que concerne aos fatores internos, refere-se a capacidades organizacionais que requerem recursos como a motivação da equipa e cultura organizacional, conhecimento e

procedimentos de transição. Os fatores externos estão relacionados com questões tecnológicas, políticas, socioculturais e económicas.

Para Geissdoerfer et al. (2018), existem algumas estratégias fundamentais relativamente às quais os modelos de negócio sustentáveis devem estar atentos, designadamente, maximização da utilização de recursos e com maior eficiência; prevalência por ciclos fechados de recursos; introdução de processos direcionados para materiais renováveis; entrega de funcionalidade em substituição de produtos proprietários; adoção de um modelo de serventia; promoção do pensamento de suficiência; reaproveitamento de materiais com vista à criação de valor para a sociedade e para o ambiente; e desenvolvimento de soluções sustentáveis de grande alcance.

Existem quatro tipos de modelo de negócio inovativos, de acordo com Geissdoerfer et al. (2018):

- As *start-ups* sustentáveis – novas organizações que inovam no mercado e que criam, assim, novos modelos de negócio;
- A transformação de modelos de negócio sustentáveis – quando o modelo de negócio da empresa sofre enormes alterações para responder a objetivos de sustentabilidade, como no caso de fusão de empresas, por exemplo;
- A diversificação de modelos de negócio sustentáveis – quando não se verificam grandes alterações no modelo de negócio, mas sim, ênfase na aplicação de um modelo de negócio sustentável;
- E, por fim, a aquisição de modelos de negócio sustentáveis – no caso da identificação de um determinado modelo de negócio que é adquirido e incorporado na organização, como no caso da compra de uma empresa, por exemplo.

Se tivermos em consideração uma visão integradora e global, a inovação de um modelo de negócio de economia circular poderá ser entendida como evidenciando maior eficiência e maior eficácia na utilização dos recursos, fechando os ciclos/fluxos de energia e recursos, conferindo uma nova interpretação aos produtos e ao seu valor económico (Pieroni et al., 2019).

Assim, determinada organização pode adotar um modelo de economia circular que, segundo Esposito et al. (2018) e Lacy e Rutqvist (2015), citados por Travassos (2022), podem ser de cinco tipos:

- Cadeia de fornecimento circular – Cadeia onde apenas são usadas fontes de materiais sustentáveis (p.e. através da reciclagem), constituindo uma alternativa sustentável;

- Recuperação e reciclagem – Fornecimento de produtos reciclados e recuperação de produtos em fim de vida, regressando ao sistema e assim sucessivamente;
- Extensão da vida útil do produto – Prolongamento do ciclo de vida dos produtos, gerando a receita através da longevidade e não dos curtos ciclos de vida dos produtos;
- Plataforma de partilha – Este tipo de plataforma estabelece um determinado fluxo de receita, através da combinação da oferta com a procura de recursos finitos;
- *PaaS (Product as a Service)* – Manutenção da propriedade de um produto, o qual é disponibilizado a vários indivíduos, assumindo a responsabilidade pelo design, uso, manutenção, reutilização, remanufactura e reciclagem deste mesmo produto; o pagamento pode ser feito com base no uso, através de leasing, aluguer ou a partir de um acordo de desempenho.

1.3.3. Vantagens e dificuldades na transição para uma Economia Circular

Segundo Lewandowski (2016, p. 15), no que diz respeito ao impacto da economia circular, podemos considerar três grandes vencedores: as economias, as empresas e os utilizadores/consumidores. Existem algumas vantagens da economia circular que se encontram relacionadas com “o impacto sobre o crescimento económico, economia de custos de materiais, mitigação da volatilidade de preços e riscos de abastecimento, crescimento do emprego nos serviços, resiliência do mercado de trabalho.” Laubscher e Marinelli (2014), citados por Lewandowski (2016), consideram que as empresas podem ganhar desta forma algum valor financeiro e alguma reputação. Firnkorn et al. (2012); Beuren et al. (2013); Laubscher et al. (2014), citados por Reis (2021), indicam que as vantagens podem traduzir-se ainda em inovação e vantagem competitiva, fluxos de receita adicionais, contratos de longo prazo, fidelidade e *feedback* do cliente, vários benefícios de gestão de recursos internos e parcerias benéficas em toda a cadeia de valor. Relativamente aos consumidores/utilizadores, os benefícios da economia circular representam um maior leque de escolhas a um custo reduzido (Lewandowski, 2016).

São ainda identificados outros benefícios, tais como, a decrescente exploração de recursos naturais, a promoção da imagem corporativa, a afirmação de novos modelos de negócio geradores de riqueza, o aumento da qualidade e do valor dos produtos (Morseletto, 2020).

Quanto a barreiras apontadas ao desenvolvimento da economia circular, Murray et al. (2017) citados por João (2018), identificam a ausência da dimensão social nos conceitos que a definem, um dos fatores estruturantes da Sustentabilidade, a par das dimensões económica e ambiental; Andersen, (2007) realça o facto de a análise das vantagens da implementação

da economia circular ainda estar muito associada a uma ideia de avaliação de vantagens ao nível de fluxos físicos ao invés de monetários; o mesmo autor aborda ainda a questão da limitação dos benefícios da reciclagem de materiais, podendo tornar-se muito cara em termos ambientais e económicos; a ausência de familiaridade das empresas e dos investidores com a Economia Circular; há também a considerar a associação dos modelos de negócio circulares à durabilidade o que se traduz numa redução da atratividade financeira (Cornelia, 2017, citado por João, 2018).

Identificar os desafios para o enraizamento dos princípios da economia circular ocuparam Ritzén e Sandstrom (2017), por exemplo, que os subdividiram em:

- Financeiros - relacionados com a medição dos benefícios financeiros e rentabilidade financeira;
- Estruturais - pela ausência da troca de informações e falta de clareza da distribuição das responsabilidades;
- Operacionais - relacionados com a infraestrutura e gestão da cadeia de fornecimento;
- Atitude – pela perceção de sustentabilidade e aversão ao risco;
- Tecnológicos - pelo design dos produtos e integração em processos de produção.

Kirchherr et al. (2018), citados por Reis (2021), consideram as barreiras culturais (ausência de interesse e de consciência por parte do consumidor e cultura de empresa hesitante), como os principais obstáculos enfrentados pelas empresas na economia circular.

Ferrón Vílchez (2017) e Todaro et al. (2019), citados por Travassos (2022), apontam ainda como uma das principais críticas à economia circular, o efeito associado às reais intenções que estão na base da sua implementação. Ou seja, aquilo que se ganha ao nível do negócio por seguir esta opção, como a entrada em novos mercados, o acesso a recursos melhores e conhecimento, contribuindo para catapultar o negócio em si, *versus* um verdadeiro comportamento ambiental centrado nas preocupações associadas a estratégias de sustentabilidade.

A transição de uma economia linear para uma economia circular implica algumas estratégias de incremento da circularidade, genericamente abreviadas pelos 10 R's, incorporadas em três grandes linhas de atuação, como se pode constatar na Tabela 7: produção e utilização inteligentes (1); prolongamento da vida útil do produto e dos seus componentes (2); aplicação útil de materiais (3) (Morsetto, 2020).

Tabela 7 - Estratégia de incremento da circularidade: 10 R's

Produção e utilização inteligentes (1)	R0/Recusar	Fazer com que o produto seja acessório, abandonando a sua função ou oferecendo a mesma função com um produto efetivamente diferente
	R1/Repensar	Intensificar a utilização do produto
	R2/Reduzir	Potenciar a eficiência na fabricação ou na utilização do produto, através do consumo com menos recursos naturais e materiais
Prolongamento da vida útil do produto e dos seus componentes (2)	R3/Reutilizar	Reutilização por outro consumidor de produto inutilizado que ainda está em boas condições e cumpre a sua função original
	R4/Reparar	Reparação e manutenção de produto com defeito para que possa voltar a ser usado com a sua função original
	R5/Reformar	Restaurar um produto antigo, atualizando-o
	R6/Remanufaturar	Utilizar partes de produto inutilizado num novo produto com a mesma função
	R7/Reaproveitar	Usar o produto inutilizado ou as suas partes num novo produto com uma função diferente
Aplicação útil de materiais (3)	R8/Reciclar	Processamento de materiais para obter a mesma qualidade (grau alto) ou qualidade inferior (grau baixo)
	R9/Recuperar	Incineração de material com recuperação de energia

Fonte: Kirchherr (2019), adaptado

Numa perspetiva de lucro e eficiência, deve o ciclo dos produtos ser tendencialmente menor, concretamente, só se vai “reparar” o que está avariado ou danificado, só se vai “refabricar” o que não está em condições de se reparado, só se vai “reciclar” o que não pode ser remanufaturado, pelo que se deve ter em consideração a produção local no sentido de evitar custos de embalagem e transporte (Stahel, 2013, 2016, citado por Reis, 2021).

No que diz respeito às políticas adotadas em prol da economia circular, foi em 2015 que se implementou na UE o primeiro plano de ação com vista à transição da Europa para uma economia circular, adotando-a como modelo a suportar e estabelecendo metas até 2050 (European Commission, 2015; Berardi e Dias, 2018). A Comissão Europeia assumiu um novo Plano de Ação para a Economia Circular no dia 11 de março de 2020, o qual constitui um dos principais pilares do Pacto Ecológico Europeu, o novo roteiro da Europa para o crescimento sustentável, já mencionado anteriormente (Direção-Geral das Atividades Económicas, 2023).

Frans Timmermans, vice-presidente executivo responsável pelo *European Green Deal*, afirmou que só com uma economia totalmente circular na UE, será possível pensar em alcançar a neutralidade climática até 2050, preservar o meio ambiente e fortalecer a competitividade económica da UE (Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021).

Neste momento, sabe-se que apenas 12% do valor original de materiais e recursos retorna para a economia novamente, pelo que existe um enorme potencial de melhoria tanto para as empresas quanto para os próprios consumidores. A redução da dependência das importações, por exemplo, uma das consequências vantajosas da economia circular, é um fator relevante a considerar, estimando-se que possam ser criados até 580.000 postos de trabalho na União Europeia, até 2030 (Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021).

1.3.4. A Economia Circular e o Turismo

Estabelecendo agora a ligação entre a economia circular e o turismo, sabe-se que, em termos globais, a indústria do turismo chegou a representar 10,4% do PIB mundial em 2019, segundo dados do Banco Mundial. Porém, também é verdade que o setor do turismo acarreta uma pegada ecológica global significativa, passando de 3,9 bilhões de toneladas de CO₂ em 2009 para mais de 4,5 bilhões de toneladas em 2013, o que representou quatro vezes mais do que o esperado, e totalizou 8% das emissões globais de gases de efeito estufa (Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021).

Na indústria do turismo, o setor hoteleiro constitui um dos mais poluentes, sendo, com base em relatórios da OMT e dados do Banco Mundial, responsável por cerca de 21% de todas as emissões de dióxido de carbono relacionadas com o turismo. Não nos podemos esquecer que a atividade hoteleira é responsável pelo consumo de uma enorme quantidade de recursos, como água, alimentos, energia, produtos não recicláveis, recursos naturais, etc. Além disso, gera um forte impacto na biodiversidade do local onde se instala, pela produção significativa de erosão do solo, esgotamento dos recursos naturais, forte poluição, seja ela aérea, terrestre ou acústica, podendo inclusive causar uma redução na diversidade de espécies, favorecendo a entrada de algumas espécies invasoras, o que poderá afetar os ecossistemas locais (Martín & Carrillo-Hermosilla, 2021).

Refere a OMT (2020) que a crise provocada pelo COVID-19 veio reforçar a relevância das cadeias de abastecimento locais e proporcionar uma maior reflexão sobre a forma como se produzem e consomem bens e serviços, e que o setor do turismo deve encarar esta oportunidade para alinhar numa perspetiva de sustentabilidade, através da integração na circularidade e da defesa cada vez maior da eficiência de recursos na cadeia de valor.

Um dos eixos/objetivos estratégicos definidos para o desenvolvimento do Turismo em Portugal – tendo em consideração a Visão “Afirmar o Turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo” – consiste em impulsionar a economia, constituindo-se como uma das linhas de atuação “estimular a economia circular no turismo” (Turismo de Portugal, 2017, p. 52). A sua operacionalização passa por um conjunto de projetos prioritários (Tabela 8).

Tabela 8 - Estimular a Economia Circular no Turismo: Operacionalização

Definir orientações para a sustentabilidade do turismo nas dimensões económica, ambiental, social e <i>governance</i> , através de fluxos circulares de reutilização, restauração e renovação, de modo integrado.
Desenvolver iniciativas de promoção da sustentabilidade dos destinos e dos agentes do turismo, a começar pela sua comunicação e pela inclusão das variáveis não financeiras (ambientais, sociais e <i>governance</i>) nos projetos de investimento em turismo.
Incentivar projetos que estimulem a eficiência energética na cadeia de valor do turismo e a integração da economia circular naquela, nomeadamente na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia.
Incluir a dimensão sustentabilidade como elemento valorizador no sistema de classificação dos empreendimentos turísticos.

Fonte: Turismo de Portugal (2017), adaptado

Também neste sentido, a Economia Circular aparece com destaque no Plano Turismo + Sustentável 20-23, do Turismo de Portugal (2021, p. 29), num dos eixos de atuação, com a seguinte ação: “Estimular a economia circular no Turismo, fomentando a transição para um modelo económico assente na prevenção, redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais, água e energia, é uma necessidade urgente para um setor que assume promover a sustentabilidade das suas atividades”.

No âmbito de um alojamento turístico ou da restauração, um modelo de negócio circular será aquele que é orientado para o combate às alterações climáticas, procurando eliminar todo o tipo de resíduos e potenciando a um expoente máximo todos os recursos que utiliza, conferindo-lhes valor acrescentado. O benefício económico e a transição para uma economia circular, com base na sustentabilidade, são perfeitamente compatíveis (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b).

De uma forma geral, tendo em consideração a atividade desenvolvida pelo segmento turístico alojamento e restauração, numa perspetiva de direcionar o negócio de acordo com as linhas da economia circular, há que ter em atenção várias ações e medidas que podem ser seguidas

e tomadas, em diversas áreas, designadamente (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b):

(1) Energia: optar por fontes de energia renovável; monitorizar consumos; instalar dispositivos e tecnologias mais eficientes e automáticas, como sensores; manter alguns equipamentos desligados; substituir por iluminação *led*; etc.

(2) Água: utilização eficiente no sentido de minimizar o seu consumo como por exemplo através de sensores ou pedais; instalação de redutores de caudal; sistema de dupla carga; etc.

(3) Alimentação e Bebidas: criação de menus sazonais; redução da dependência da carne e laticínios; cultivo dos próprios alimentos; evitar os buffets; reutilização de ingredientes; redução do desperdício alimentar; encaminhamento dos alimentos em sobra para instituições de solidariedade social; entre outras.

(4) Embalagens: optando por embalagens reutilizáveis, por exemplo.

(5) Consumíveis: ter em atenção tecidos reciclados ou feitos de fibras sustentáveis; adesão a faturas eletrónicas; valorização dos produtos de limpeza com o rótulo ecológico da UE *EcoLabel* – certificação ecológica atribuída a todos os produtos e serviços que garantem um impacto ambiental reduzido durante o seu ciclo de vida.

(6) Gestão de Resíduos: evitar o desperdício dos excedentes, redistribuindo ou criando ofertas personalizadas, por exemplo; ter em atenção a possibilidade de recuperação de alguns resíduos para a incorporação de determinados materiais em novos equipamentos, reduzindo a necessidade de consumir mais recursos. Enquanto exemplos de boas práticas neste âmbito, estão, por um lado, as rolhas de cortiça (resíduo) que, apesar de não poderem ser recicladas na produção de novas rolhas para vinhos, podem ser aproveitados para outras aplicações nomeadamente na produção de bases de copos, de pavimentos, de materiais de isolamento, de componentes para a indústria automóvel, entre outros; por outro, a *WasteApp* que é uma aplicação, para PC ou telemóvel, desenvolvida pela Quercus para informar o cidadão dos destinos de vários resíduos que não podem ser colocados nos ecopontos.

(7) Gestão de infraestruturas: móveis, tapetes e até a tinta para decoração do espaço deve ser pensada e trabalhada com antecedência; privilegiar a aquisição de equipamentos usados; renovação e reutilização de móveis, utensílios e acessórios.

(8) Transporte e Fornecedores: dinamização de iniciativas de lazer, sem carros; incentivar os colaboradores à mobilidade por meios elétricos; opção por fornecedores com frota elétrica de distribuição; entre outras.

Por último, é ainda de realçar que existem várias iniciativas a nível mundial, europeu, nacional, que visam, em determinadas matérias, uma orientação das sociedades para a sustentabilidade das economias, dando como exemplo, a Iniciativa Global sobre Turismo e Plástico, constituída por mais de 100 organizações e que une o setor do turismo em torno de uma única visão para abordar e combater as causas profundas da poluição plástica, até 2025, através de compromissos relacionados com a eliminação de plásticos desnecessários de uso único, a transição para modelos de reutilização e o uso de embalagens e artigos plásticos reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis. É de realçar que, anualmente, mais de oito milhões de toneladas de plástico acabam nos oceanos do mundo e que, com 80% de todo o turismo a ocorrer em áreas costeiras, o plástico do setor pode ser um dos grandes responsáveis por isso, sendo que a continuar assim, os oceanos do Planeta poderão conter mais plástico do que peixes até 2050 (UNWTO, s.d.).

Capítulo 2 - Objetivos e Metodologia

No presente capítulo são apresentados quer a metodologia utilizada, quer os objetivos gerais e específicos da investigação, bem como as técnicas, tratamento e fontes de recolha de informação preconizadas.

Entendeu-se pertinente o desenvolvimento do presente estudo, dada a necessidade de perceber se existe a adoção de práticas relacionadas com a economia circular na área do Turismo, concretamente na restauração e no alojamento. No caso específico do Concelho de Setúbal, existe uma enorme escassez de estudos desta natureza particularmente aplicados ao setor, inclusive, uma escassez de dados relativamente à caracterização dos alojamentos e da restauração existentes na área geográfica em questão. Para o efeito foi considerada a relevância atual do fenómeno em causa no que concerne à temática da sustentabilidade, como igualmente a sua exequibilidade, uma vez que se verifica um acesso facilitado para obter a informação necessária ao desenvolvimento da investigação.

A aposta no produto turístico da gastronomia em Setúbal, encontra-se bem patente através da criação de alguns projetos e, nomeadamente da marca “Setúbal Terra de Peixe”. No ano de 2012, o Município de Setúbal implementou um plano concertado de promoção e valorização das atividades relacionadas com o mar, designando-o com esse nome, e com os objetivos de apoiar o setor da restauração, valorizar cientificamente o pescado da costa sadina e divulgar a identidade setubalense. No âmbito deste plano são realizadas várias ações de promoção turística, como festivais gastronómicos, *workshops*, *livecookings* e palestras (Município de Setúbal, s.d.). Na página eletrónica da Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa (ERT-RL, para. 2), a região da Arrábida aparece descrita como “paisagem marítima, simultaneamente imponente e delicada, é berço de uma gastronomia rica em peixes e mariscos degustados nas esplanadas solarengas das cidades e vilas. Uma costa azul. Uma relação mútua de entrega e fascínio, e acima de tudo a descoberta de que o mar se oferece em plenitude para que o desfrutemos, convite próximo de intimidade”.

De acordo com Chevrier (2003), o investigador é confrontado com um problema quando sente que existe a necessidade de preencher o desvio entre uma situação de origem insatisfatória e uma situação de chegada desejável. A situação de chegada constitui o objetivo a alcançar com a investigação. Através de um problema, o investigador tenta anular o desvio entre o que sabe, e que é insatisfatório, e o que pretende saber e que espera ser o desejável.

No entanto, e ainda segundo Chevrier (2003), o investigador não consegue desprender-se da influência que os seus próprios valores e os da sociedade em que vive exercem no interesse

e escolha do tema para o seu estudo. Neste caso em concreto, a experiência profissional, nos últimos anos, na área do Turismo, consubstancia o interesse que suscita ao investigador o tema e todas as particularidades que lhe estão associadas.

Ao pretendermos estudar um determinado fenómeno devemos considerar a opção por métodos científicos que tenham como objetivo “chegar à veracidade dos fatos. (...) O que torna, porém, o conhecimento científico distinto dos demais é que tem como característica fundamental a sua verificabilidade”, defende Gil (2008, p. 8).

2.1. Objetivos Gerais e Objetivos Específicos. A Questão de Partida.

Foi definido como objetivo geral do presente trabalho analisar a existência e a concretização de políticas de Economia Circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade, nas empresas do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal.

Como objetivos específicos foram delineados os seguintes:

- (i) identificar o perfil dos responsáveis pelas empresas/organizações do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal;
- (ii) identificar o perfil dessas empresas/organizações;
- (iii) verificar a existência de práticas de economia circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade, nestas empresas/organizações;
- (iv) identificar as motivações que levam os responsáveis a adotar ou não estas práticas, ou seja, a sua perceção dos benefícios e das barreiras para a empresa/organização;
- (v) analisar o que podem as instituições de ensino superior, no caso concreto o Instituto Politécnico de Setúbal, fazer para ajudar as empresas a ultrapassar estas dificuldades e obstáculos.

Procurando ir ao encontro dos objetivos estabelecidos, a questão de partida configura-se a seguinte: “Estão as empresas/organizações do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, no Concelho de Setúbal, a orientar a sua atuação para a sustentabilidade, adotando políticas de economia circular?”

Segundo Quivy e Campenhoudt (2005), a problemática do estudo traduz o que o investigador pretende estudar e que é formulado numa pergunta de partida. Esta acaba por orientar o investigador na exposição do estudo, pois nela está implícito o que se pretende com a investigação. Em termos de qualidades, a pergunta deve ser clara e precisa, o que

corresponde a não ser vaga e/ou dúbia no que diz respeito ao que se pretende saber – princípio da clareza; deve ser realista, o que significa que pode ser respondida considerando os recursos existentes e ao dispor – princípio da exequibilidade; e deve versar uma problemática relevante, pela qual exista um verdadeiro interesse pela sua compreensão – princípio da pertinência.

2.2. Metodologia

De acordo com Freixo (2010, p. 177), a “fase metodológica inclui todos os elementos que ajudam a conferir à investigação um caminho ou direção”. Também Fortin et al. (2009), assumindo uma linha de pensamento similar, afirmam que é no decorrer desta fase que o investigador determina o melhor procedimento para obter as respostas às questões de investigação formuladas ou verificar as hipóteses identificadas.

Os métodos de investigação acabam por estar relacionados e por refletir os diferentes fundamentos filosóficos que estão na base das preocupações e das orientações de uma investigação. De acordo com a questão levantada, as investigações podem distinguir-se, por um lado, por uma descrição dos fenómenos em estudo, por outro lado, por uma explicação sobre a existência de relações entre fenómenos, e outras ainda, pela predição ou o controlo dos fenómenos. Existem dois métodos de investigação possíveis para a procura deste tipo de respostas: o método quantitativo e o método qualitativo (Freixo, 2010).

O estudo desenvolvido e aqui apresentado pode ser classificado, no que diz respeito à forma de abordagem do problema, como quantitativo. De acordo com Fortin et al. (2009) e Freixo (2010), a investigação quantitativa surge associada ao paradigma positivista, com origem nas ciências físicas, ou seja, aquele que entende a realidade como uma só e estática, de acordo com o qual os factos são objetivos, permitindo o seu isolamento independentemente do investigador e dos contextos histórico e social. Por outro lado, a investigação através do método qualitativo está relacionada com o paradigma naturalista. Este paradigma concebe a realidade como múltipla, sendo progressivamente conhecida, através de um processo dinâmico de interação com os indivíduos no seu próprio meio, resultando num conhecimento parcial ou contextual. Na abordagem quantitativa, ainda segundo Fortin et al. (2009), a estratégia do método de investigação passa por: seleção de uma amostra representativa da população e determinação do tamanho da amostra antes da recolha dos dados; as ferramentas utilizadas para os recolher são definidas e aplicadas aos participantes; o controlo é exercido através do exame das variáveis estranhas; através do tratamento dos dados resultam valores numéricos, que possibilitam ao investigador confirmar ou não a hipótese. O seu objetivo é, no fundo, confirmar (ou não) factos, evidenciar relações entre variáveis por

meio da verificação de hipóteses, anunciar resultados de causa e efeito ou confirmar (ou não) teorias ou proposições teóricas. Ela visa a generalização a populações alvo a partir dos resultados obtidos com amostras representativas. Fortin et al. (2009, p. 34) referem que “a investigação descritiva visa descobrir novos conhecimentos, descrever fenómenos existentes, determinar a frequência da ocorrência de um fenómeno numa dada população ou categorizar a informação”. Constata-se, desta forma, que para os autores o método quantitativo constitui o melhor procedimento com vista a anular potenciais interferências do investigador no processo de recolha dos dados para posterior análise estatística.

Assim, a investigação quantitativa confere uma descrição numérica de tendências, atitudes ou opiniões da amostra de uma população, constituindo-se como um processo sistemático de recolha de dados observáveis e quantificáveis, e realizando os investigadores interpretações de resultados estatísticos ou dos temas/padrões que emergem a partir dos dados (Creswell, J. W. e Creswell, J. D., 2018; Freixo, 2010).

2.3. Técnicas, Tratamento e Fontes de Recolha de Informação

A revisão da literatura baseou-se na pesquisa de artigos científicos, dissertações de mestrado, livros, publicações e documentos oficiais de entidades de turismo.

De acordo com Fortin et al. (2009, p. 35), “para colher dados junto dos participantes num estudo descritivo, recorre-se à observação, à entrevista ou a um questionário” tendo como principal objetivo “definir as características de uma população ou de um fenómeno”.

O questionário foi o instrumento utilizado para a recolha de informação, na medida em que é constituído por questões que possibilitam a avaliação de atitudes e opiniões dos destinatários, bem como a recolha de outras informações consideradas pertinentes. Trata-se de um instrumento de medida que reflete os objetivos de um estudo com variáveis mensuráveis, permitindo a sua recolha de forma rigorosa (Freixo, 2010).

No caso da presente investigação foi necessário constituir uma amostra por conveniência, ou seja, definir um conjunto de sujeitos a partir de uma população, uma vez que a população em referência é vasta, impossibilitando o seu estudo na íntegra (Freixo, 2010; Quivy & Campenhoudt, 2005).

Após disponibilização das bases de dados dos alojamentos turísticos e dos equipamentos de restauração existentes na Câmara Municipal de Setúbal, constituídas por um total de 817

estabelecimentos¹ à data em que foram obtidas para o presente estudo (março de 2022), foi definida uma amostra por conveniência. Esta técnica de amostragem não probabilística e não aleatória usada para criar amostras, foi utilizada tendo por base a facilidade de acesso, pelo que foi constituída uma amostra com 200 empresas/organizações, concretamente, as que tinham associado um email de contacto.

Neste sentido, procedeu-se ao envio de um questionário elaborado no *Google Forms*, através de email, para uma base de dados composta por 200 empresas/organizações que desenvolvem a sua atividade na área do turismo, ao nível da restauração e/ou ao nível da hotelaria, no Concelho de Setúbal. Previamente, procedeu-se a um teste junto de uma reduzida amostra de 10 sujeitos, o que permitiu efetuar alguns ajustes de forma a retificar algumas questões, dadas as dúvidas suscitadas. Segundo Freixo (2010), o questionário deve ser submetido a um pré-teste junto de uma pequena amostra da população, constituída por 10 ou 12 indivíduos, para se poder aferi-lo e corrigi-lo, se for caso disso.

O envio do questionário foi efetuado duas vezes, entre o final do mês de abril e meados do mês de junho de 2022, tendo sido registado o início de preenchimento de 82 questionários, e, no final, submetidos e validados 45 questionários, dando, assim, origem a uma taxa de resposta de 23%.

O questionário, constituído por perguntas selecionadas de acordo com os conceitos abordados na revisão da literatura, pretendia, num primeiro momento (Bloco I), determinar o Perfil do Inquirido, num segundo momento (Bloco II), identificar o Perfil da Empresa/Organização, num terceiro momento (Bloco III), conhecer a orientação da Empresa/Organização para a sustentabilidade, e num quarto e último momento (Bloco IV), designar os seus desafios e oportunidades, conferindo a preferência por questões fechadas nos três primeiros blocos, com exceção de uma questão no Bloco III, e depois duas questões abertas no último Bloco. Apresentava questões de múltipla escolha e de pesquisa na escala de *Likert*, em que os inquiridos podiam avaliar um conjunto de itens com o recurso a escalas de cinco pontos (de 1-discordo totalmente a 5-concordo totalmente).

Os dados recolhidos através dos 45 questionários validados foram alvo de tratamento pelo programa de análise estatística SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), programa

¹ Alojamento mobilado para turistas; bares; cafés; colónias e campos de férias; confeção de refeições prontas a levar para casa; estabelecimentos de bebidas com espaço de dança; fornecimento de refeições para eventos; hotéis com restaurantes; hotéis sem restaurantes; outras atividades de bebidas sem espetadores; outros estabelecimentos hoteleiros com restaurante; outros estabelecimentos hoteleiros sem restaurante; outros locais de alojamento; parques de campismo e caravanismo; pastelarias e casas de chá; restaurantes com espaço de dança; restaurantes com lugares ao balcão; restaurantes sem serviço de mesa; restaurantes típicos; restaurantes tipo tradicional; restaurantes n.e. (inclui atividade de restauração em meios móveis); turismo no espaço rural.

informático que disponibiliza um conjunto de ferramentas, as quais permitem uma análise estatística através da apresentação de médias, modas e medianas.

Capítulo 3 - Análise e Discussão dos Resultados

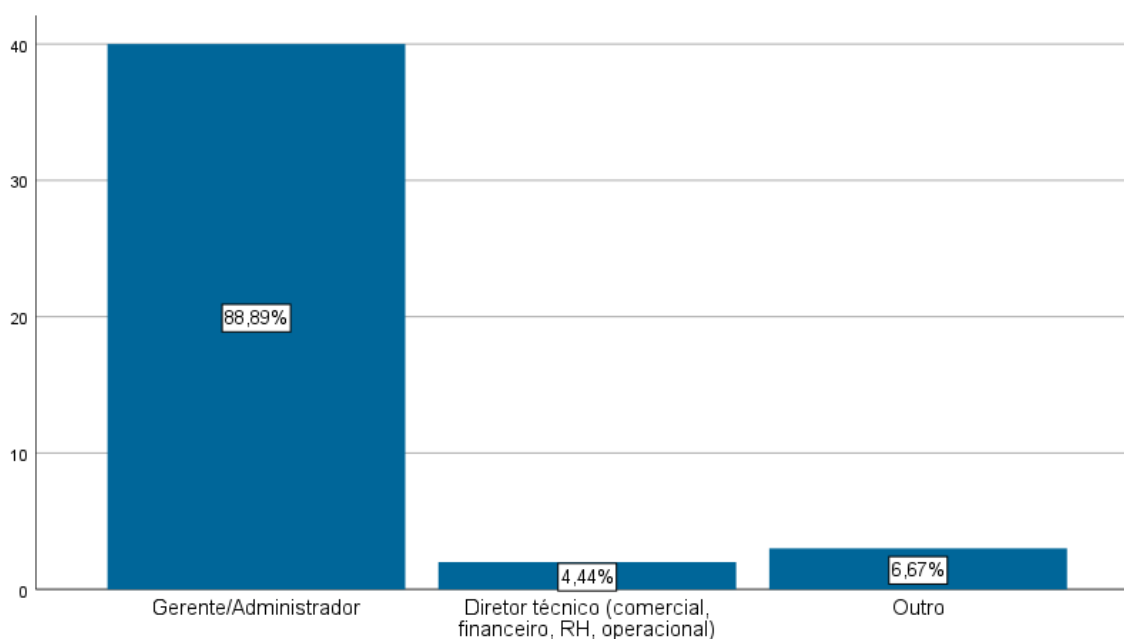
Este capítulo pretende apresentar e analisar os dados resultantes da investigação desenvolvida e que visam, no fundo, responder aos objetivos previamente definidos para o presente estudo; designadamente, perceber se existem (ou não) políticas que promovam a economia circular no seio das empresas do setor do turismo (segmento do alojamento, restauração e similares) no Concelho de Setúbal, que motivações poderão estar na origem da prática (ou não) dessas mesmas políticas e de que forma podem as instituições de ensino superior, no caso concreto o Instituto Politécnico de Setúbal, colaborar com estas empresas no sentido de ultrapassar dificuldades e obstáculos, constituindo uma efetiva base de apoio e de iniciativa.

3.1. Caracterização do Perfil do Inquirido

Foram colocadas algumas questões com vista à caracterização do indivíduo respondente, como sejam, a função que ocupa na empresa ou organização, a sua antiguidade quer na empresa, quer no próprio setor de atividade, bem como as suas habilitações literárias.

40 dos respondentes são os gerentes/administradores do estabelecimento (de alojamento ou restauração), enquanto dois desempenham funções de direção técnica (comercial, financeiro, recursos humanos, ou operacional) e três outras funções (concretamente, proprietário e serviço de lavandaria). Ou seja, 88,9% das pessoas que responderam e enviaram as respostas ao questionário são gerentes ou administradores no setor de alojamento ou restauração.

Gráfico 1 - Função que ocupa atualmente

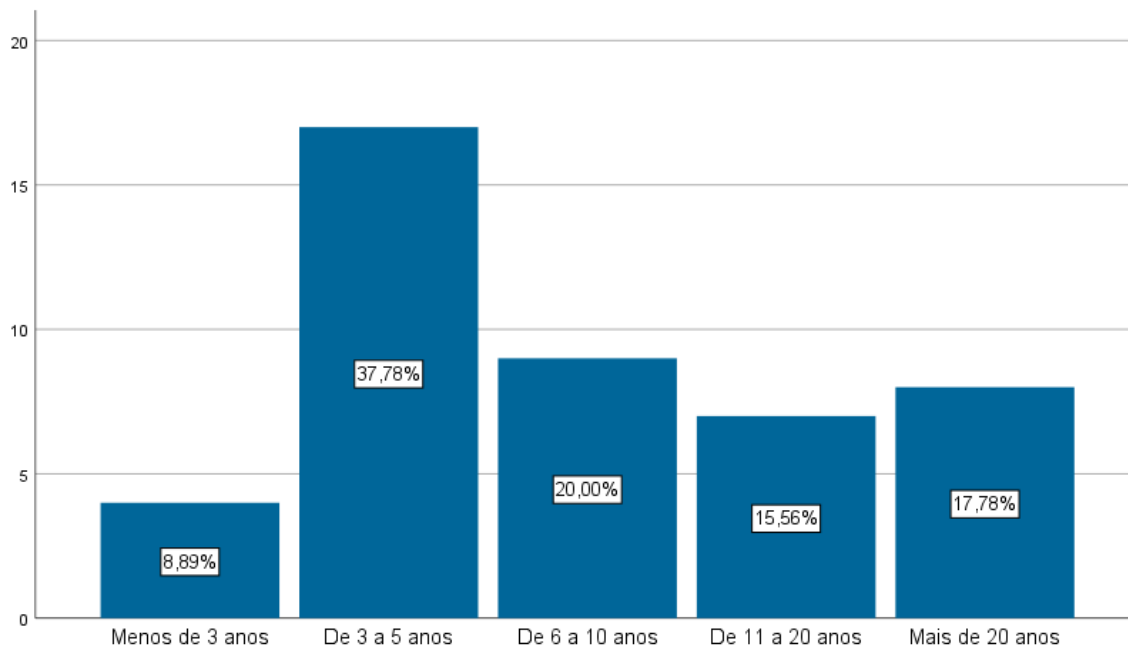


Fonte: Elaboração própria

A grande fatia dos respondentes trabalha na empresa ou organização que representa atualmente, há 3 a 5 anos, com 37,8%, e logo em seguida há 6 a 10 anos, com 20,0%.

Apenas quatro pessoas, o que corresponde a 8,9% dos casos, está na organização há menos de 3 anos.

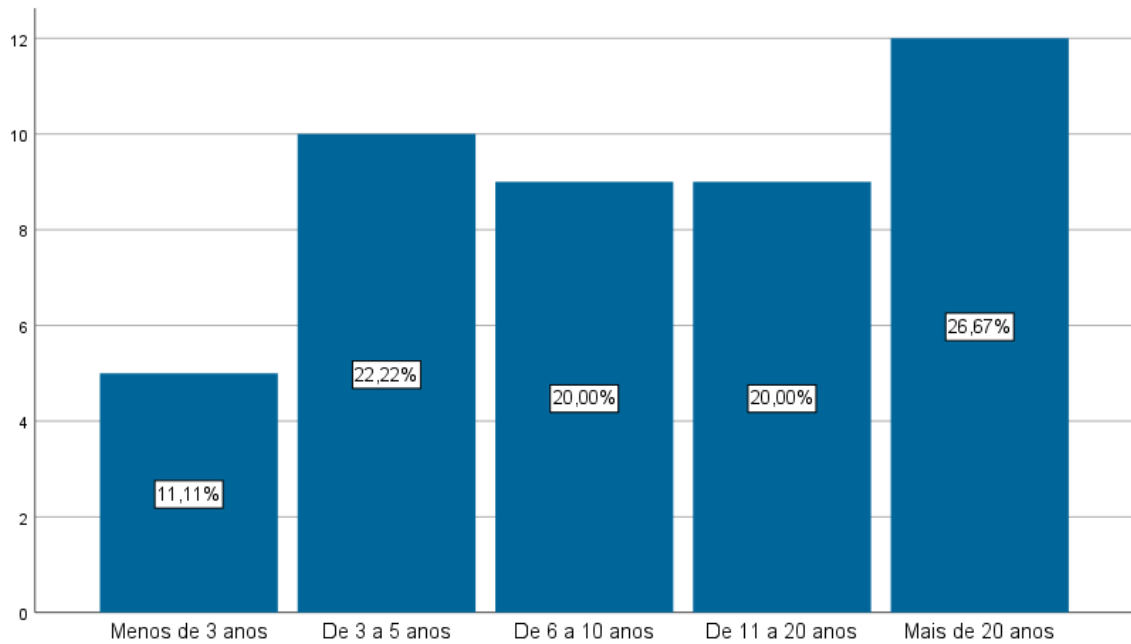
Gráfico 2 - Antiguidade na organização



Fonte: Elaboração própria

É interessante perceber, com base nas respostas obtidas, que uma importante fatia dos respondentes (26,7%) já se encontra a trabalhar no setor do turismo há mais de 20 anos, pese embora não muito distante dos que estão no setor há 11 a 20 anos (20,0%), ou há 6 a 10 anos (20,0%).

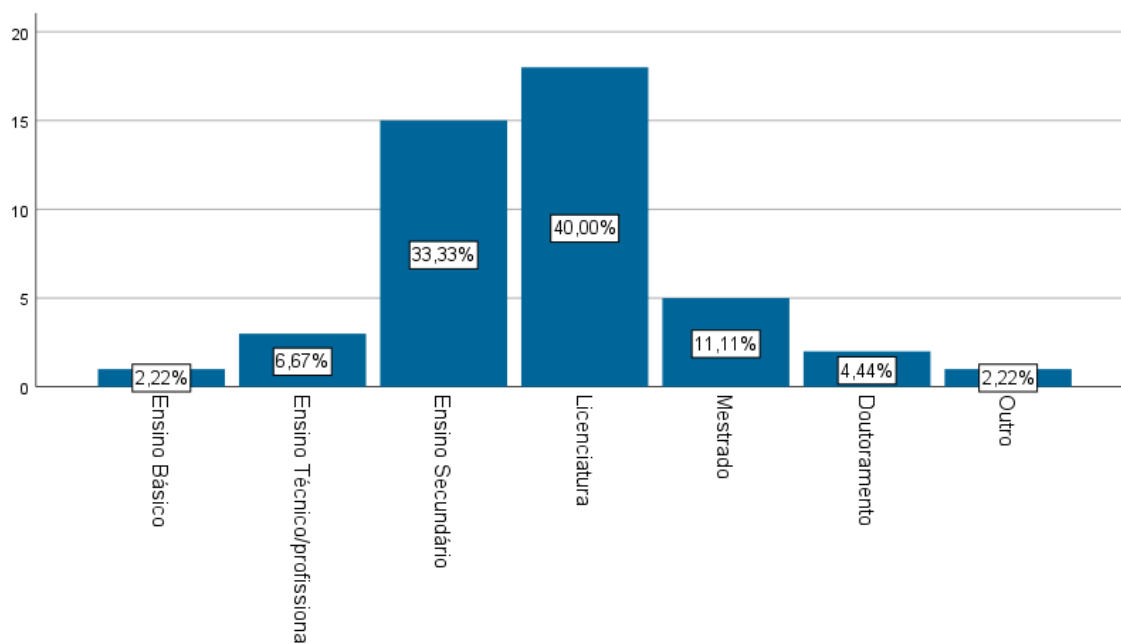
Gráfico 3 - Antiguidade no setor



Fonte: Elaboração própria

Dos 45 respondentes, 18 são detentores de licenciatura e 15 possuem o ensino secundário, o que corresponde a 40,0% e a 33,3%, respetivamente. De salientar ainda que existem duas pessoas (4,4%) com o grau máximo de habilitações académicas definido, ou seja, o doutoramento. Uma pessoa (2,2%) escolheu outro, uma vez que possui o bacharelato.

Gráfico 4 - Habilitações Académicas



Fonte: Elaboração própria

Com base nos dados apurados a partir das questões anteriores, é possível traçar um perfil do Inquirido, conforme a tabela abaixo (Tabela 9). Trata-se do gerente/administrador, em termos de função ocupada, que trabalha na empresa/organização há cerca de 3 a 5 anos, e no setor de atividade do turismo, há mais de 20 anos. O grau académico que detém é a licenciatura.

Tabela 9 - Perfil do Inquirido

Função Ocupada	Antiguidade na Organização	Antiguidade no Setor (Turismo)	Habilitações Académicas
Gerente/Administrador	Entre 3 a 5 anos	Há mais de 20 anos	Licenciatura

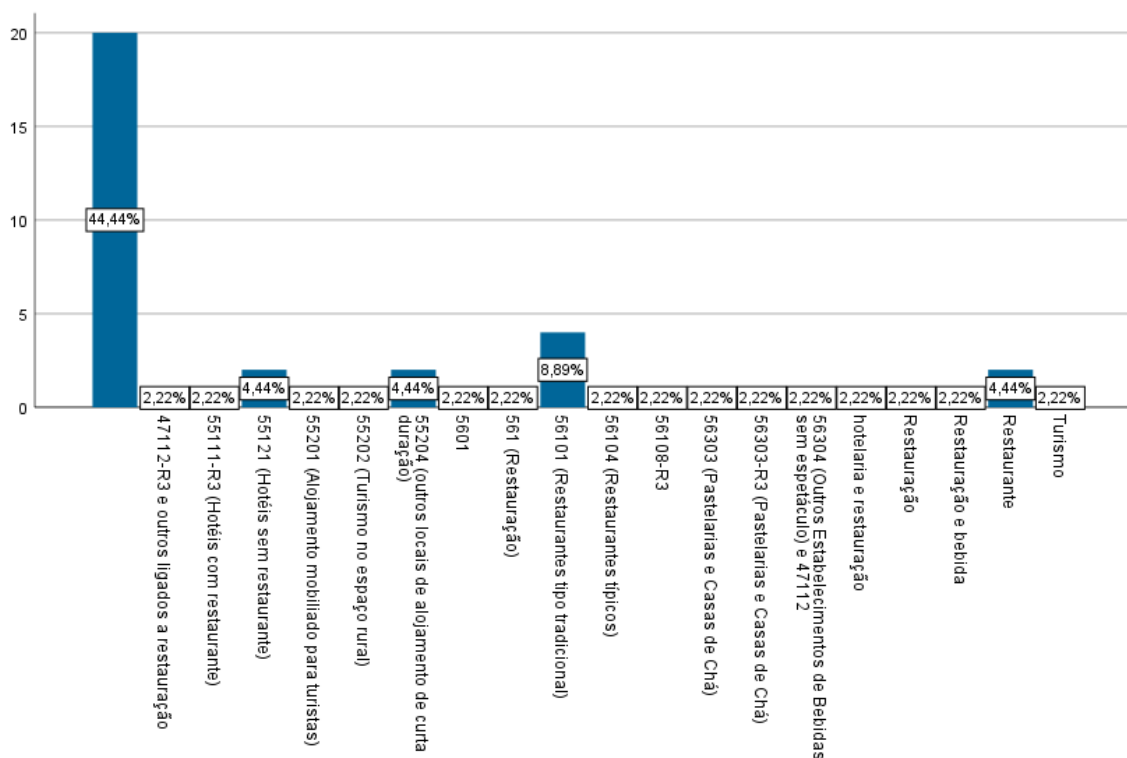
Fonte: Elaboração própria

3.2. Caracterização do Perfil da Empresa/Organização

Passando agora para um bloco de questões relacionadas com o Perfil Organizacional e tendo em consideração que se trata de empresas ou organizações do setor terciário (serviços), procurou-se aprofundar dados relacionados com as mesmas, desde o seu Código de Atividade Económica (CAE), a data de fundação e o número de trabalhadores.

Apesar de um elevado número de pessoas não ter respondido ou ter respondido em branco (20/44,4%) e de se verificar uma grande dispersão em termos de respostas, alguns indicando o CAE abrangente, outros especificando o CAE, outros ainda identificando apenas o setor, consegue-se perceber que as organizações se dividem pela restauração e pelo alojamento. O maior número de respostas idênticas equivale apenas a quatro (8,9%) e diz respeito ao CAE 56101 (Restaurantes tipo tradicional). No entanto, sabendo que, tal como referido anteriormente, este segmento de alojamento, restauração e similares compreende as Divisões 55 (Alojamento) e 56 (Restauração e similares) da CAE-Rev.3, contabilizámos um maior número de respostas (17/37,8%) na divisão da restauração e similares. Atenda-se ainda a que no Concelho de Setúbal, de acordo com os Censos 21, se sabe que existem 41 alojamentos turísticos, para uma realidade de 6.271, em Portugal (Pordata, 2023a). Relativamente ao número de restaurantes e similares, no Concelho de Setúbal, não foi possível apurar dados concretos.

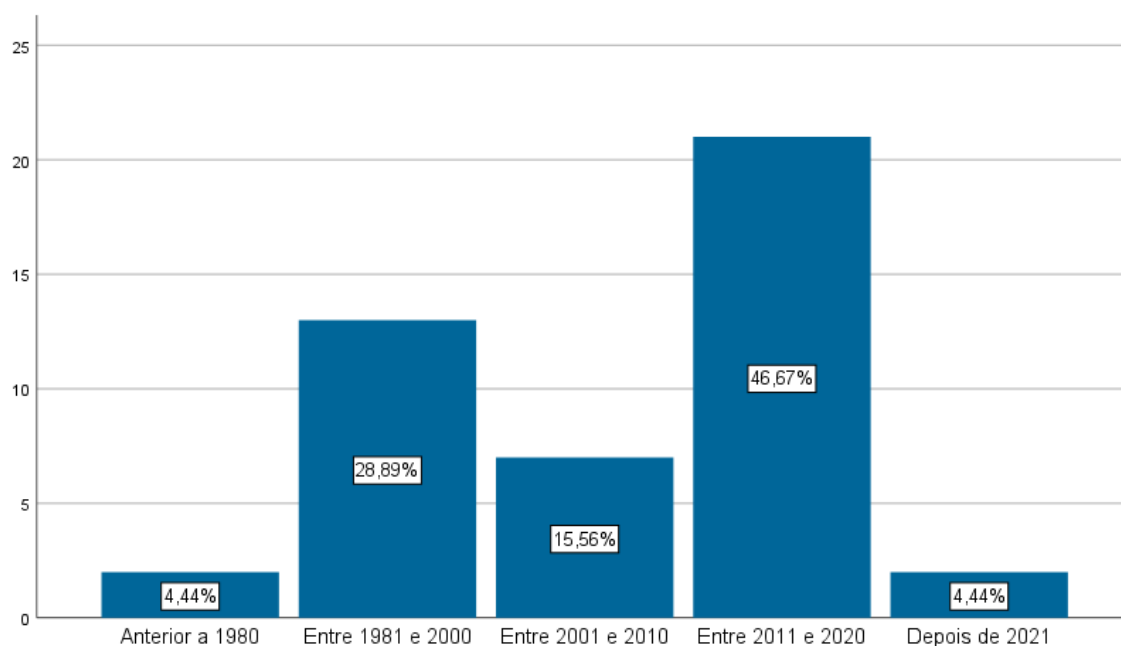
Gráfico 5 - CAE ou Tipo de atividade da Empresa/Organização



Fonte: Elaboração própria

Pela análise das respostas no que diz respeito à data de fundação, facilmente se constata que a maior parte das organizações ou empresas aqui representadas foram criadas entre 2011 e 2020, com 21 respostas (46,7%) a indicarem, portanto, até cerca de uma década de antiguidade. Só duas (4,4%) são anteriores a 1980, e outras duas (4,4%), posteriores a 2021. A segunda opção mais escolhida foi com a data de fundação entre 1981 e 2000, com 13 respostas (28,9%).

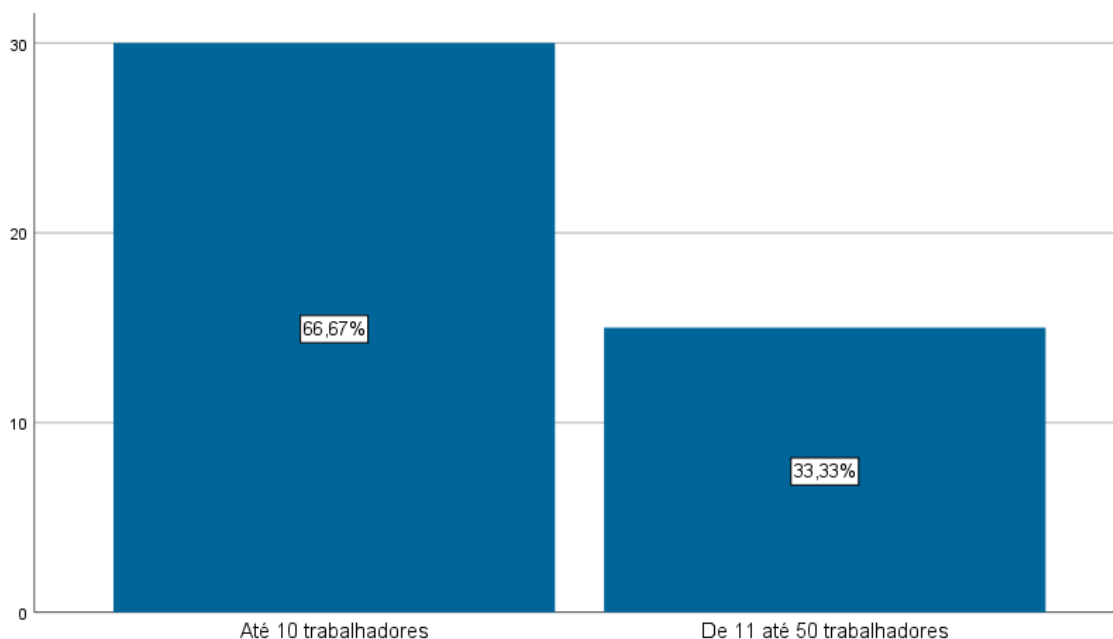
Gráfico 6 - Data da fundação da Empresa/Organização



Fonte: Elaboração própria

Quanto ao número de trabalhadores, não tendo havido nenhuma seleção das duas últimas opções (51 a 250 trabalhadores e/ou 251 ou mais trabalhadores), constata-se que uma grande parte das empresas aqui consideradas são microempresas segundo o número atual de trabalhadores que possuem; concretamente 30 dessas empresas possuem menos de 10 trabalhadores, atualmente (66,7%). As restantes 15 (33,3%) são pequenas empresas à luz desse indicador, possuindo entre 11 e 50 trabalhadores.

Gráfico 7 - Número total de trabalhadores atualmente na Empresa/Organização



Fonte: Elaboração própria

A partir das respostas obtidas às questões supramencionadas, consegue-se traçar um perfil da Empresa/Organização, conforme a tabela abaixo (Tabela 10). A maioria tem um código de atividade económica no segmento da restauração e similares, com data de fundação entre 2011 e 2020, ou seja, fundada há cerca de 3 a 12 anos, e com um número de trabalhadores que não ultrapassa as 10 pessoas (micro/pequena empresa).

Tabela 10 - Perfil da Empresa/Organização

Código de Atividade Económica (CAE)	Data de Fundação	Número de Trabalhadores
Restauração e similares	Entre 2011 e 2020	Até 10 trabalhadores

Fonte: Elaboração própria

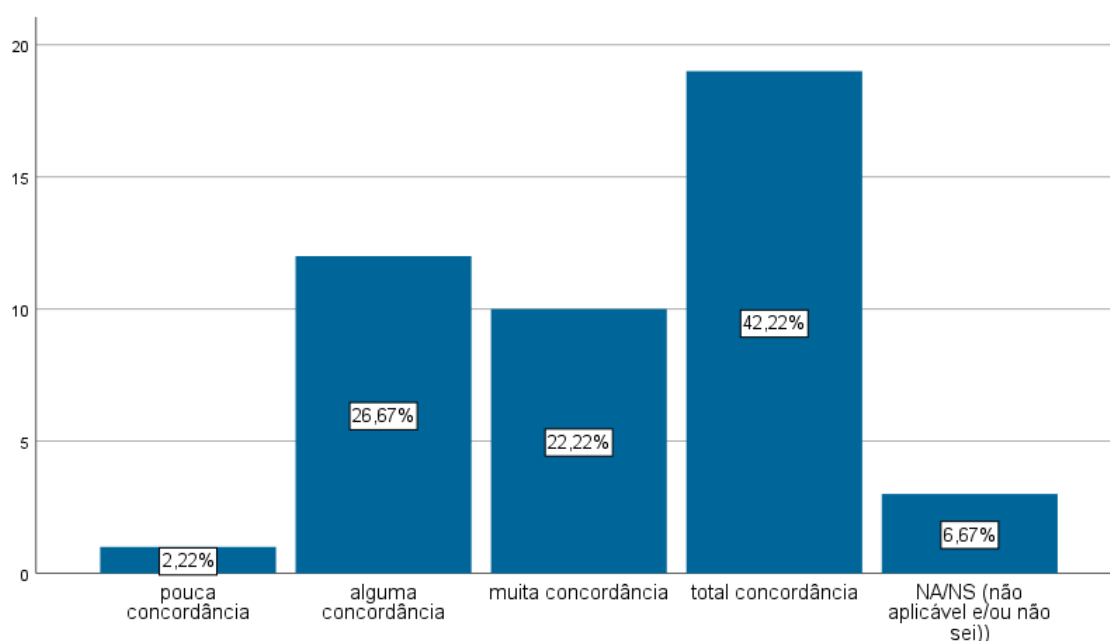
3.3. Modelo de Negócio da Empresa/Organização

Na presente secção, procura-se aferir do modelo de negócio da empresa/organização adotado nos últimos cinco anos e sobre a questão de possuir (ou não) a certificação ISO 14001, apesar de, no âmbito do questionário, essa informação ter sido incluída no Perfil da Empresa/Organização. O modelo de negócio foi identificado pelo respondente, de acordo com um conjunto de parâmetros, no sentido de perceber se a empresa/organização está posicionada numa lógica de economia circular, de acordo com os seus princípios basilares representados pela estrutura ReSOLVE – regenerar, partilhar, otimizar, repetir, virtualizar, trocar (Lewandowski, 2016).

3.3.1. Vende e presta serviços com compromisso e preocupação ambiental

Uma parte significativa dos respondentes revela a sua total concordância com esta premissa. Em 45 respostas, 19 optaram pelo valor máximo na escala de concordância (escala 5), isto é, 42,2% considera que o modelo de negócio da empresa está comprometido com as questões ambientais, enquanto ninguém manifestou nenhuma concordância relativamente à questão colocada. Porém, regista-se que a segunda opção mais escolhida foi a 3 (valor médio na escala de concordância), com 12 respostas (26,7%).

Gráfico 8 - Compromisso e Preocupação Ambiental

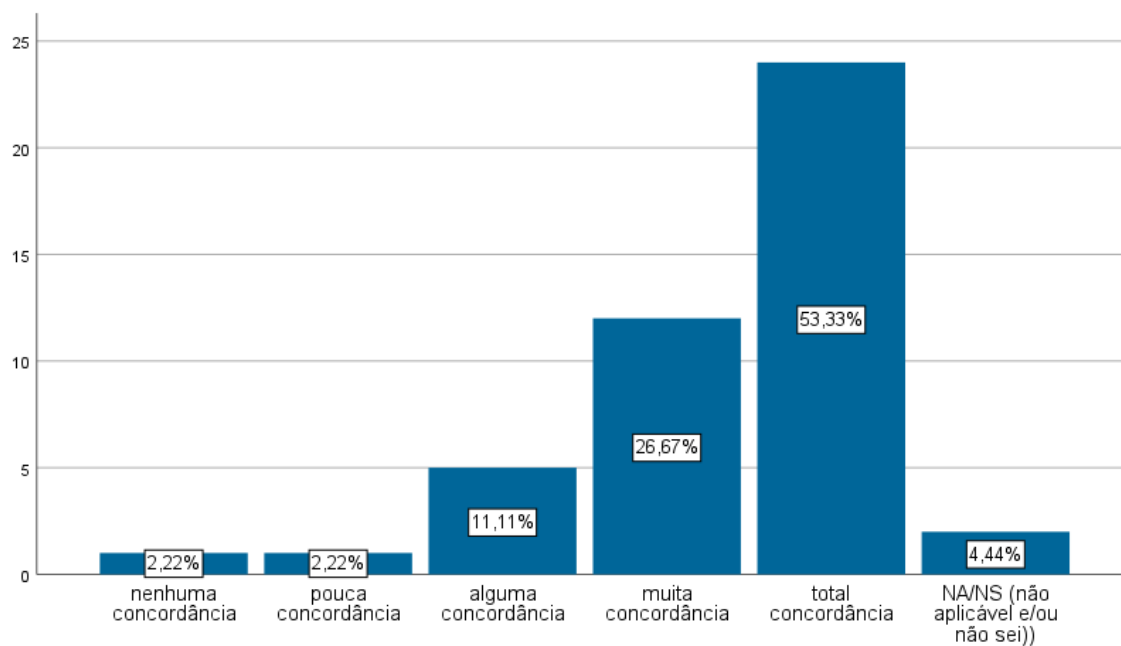


Fonte: Elaboração própria

3.3.2. Presta serviços numa ótica de maior otimização e eficiência dos recursos

Aqui sai ainda mais reforçada a total concordância, com 24 respostas (53,3%) sobre os serviços serem prestados numa ótica de maior otimização e eficiência dos recursos, e 12 (26,7%) logo a seguir na escala. Apenas uma pessoa (2,2%) manifestou nenhuma concordância.

Gráfico 9 - Otimização e Eficiência dos Recursos

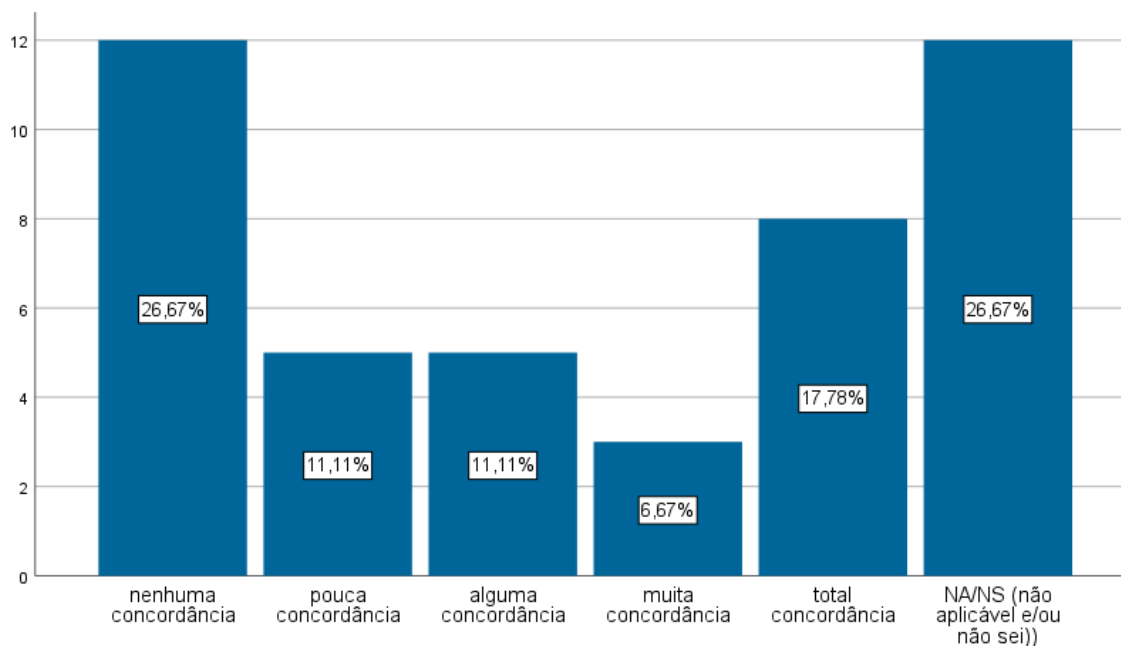


Fonte: Elaboração própria

3.3.3. Recorre a plataformas de partilha e desmaterialização

Pouco acima de metade dos inquiridos revelou nenhuma concordância (12 respostas, 26,7%) ou optou por NA/NS (não aplicável e/ou não sei) (12 respostas, 26,7%) relativamente à questão colocada.

Gráfico 10 - Plataformas de Partilha e Desmaterialização

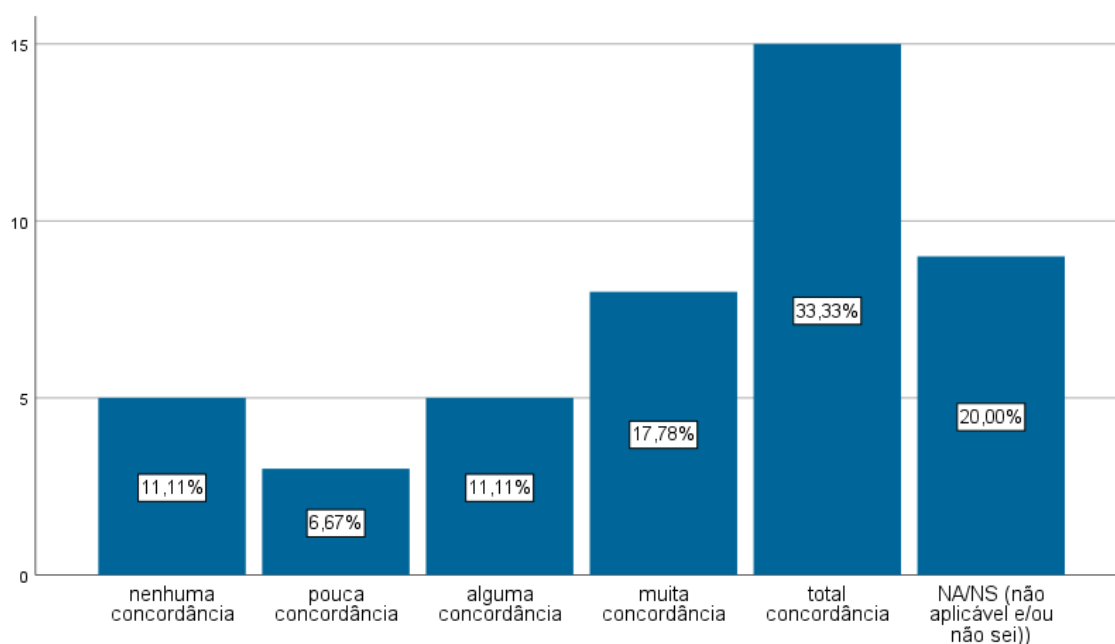


Fonte: Elaboração própria

3.3.4. Privilégia/incentiva a partilha dos recursos materiais e/ou tecnológicos

Já de forma não tão significativa como nos primeiros casos, mas ainda com um terço das respostas (15/33,3%) a indicar a total concordância e nove a optar por NA/NS (não aplicável e/ou não sei) (9/20,0%), apresenta-se esta questão ainda relacionada com o modelo de negócio.

Gráfico 11 - Partilha dos Recursos Materiais e/ou Tecnológicos



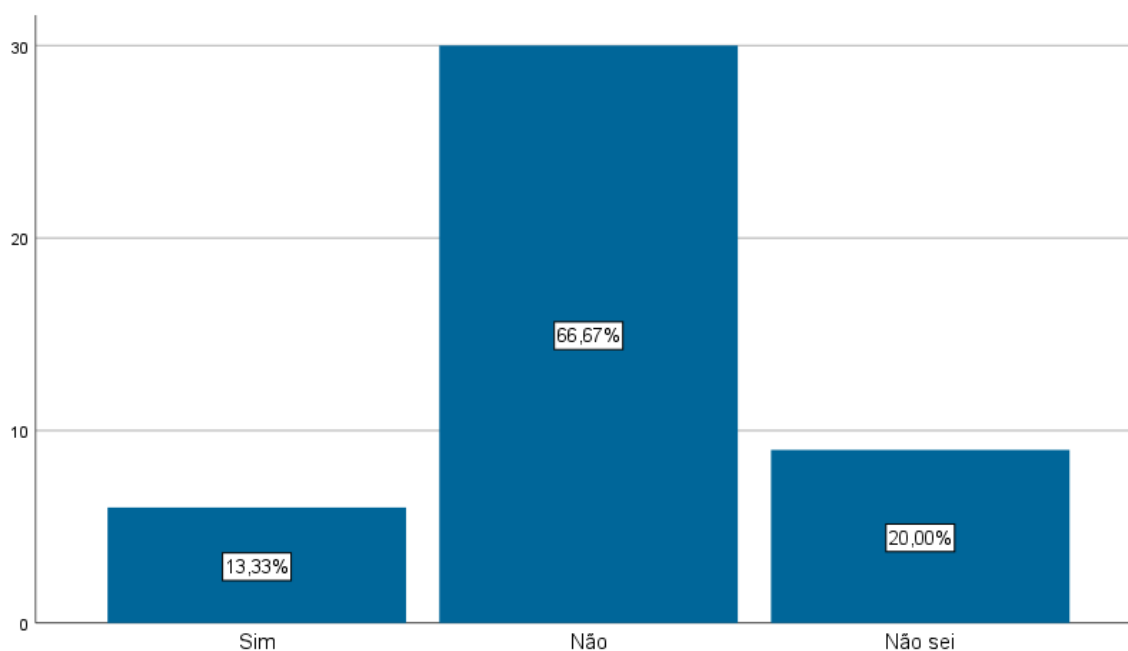
Fonte: Elaboração própria

Recordando Esposito et al. (2018) e Lacy e Rutqvist (2015), citados por Travassos (2022), uma empresa/organização pode adotar um modelo de economia circular que poderá caracterizar-se num de cinco tipos: cadeia de fornecimento circular, recuperação e reciclagem, extensão da vida útil do produto, plataforma de partilha e *PaaS (Product as a Service)*. Assim, face aos resultados apresentados, tudo indica que as empresas/organizações representadas pelos respondentes ao presente estudo, parecem apenas não se enquadrar no tipo plataforma de partilha.

3.3.5. Certificação ISO 14001

Por último, 30 dos inquiridos, o que corresponde a dois terços (66,7%) do total, assumiram que a empresa não possui a certificação em referência, demonstrando a ausência de compromisso com a proteção e salvaguarda do ambiente e com a redução e contenção de eventuais danos, através da gestão dos riscos ambientais associados à atividade da organização certificada (Simões, 2022). Tal resultado não significa, porém, que não estejam certificadas por outras normas ou que não sigam todas as regras e diretivas obrigatórias por lei. A norma ISO 14001 – Sistemas de Gestão Ambiental norteia o regulamento europeu EMAS (Sistema Comunitário de Gestão e Auditoria), conjunto de normas de carácter internacional aplicáveis a entidades de qualquer setor de atividade e que visam a melhoria progressiva da atuação de cada organização (ENA - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida, 2020).

Gráfico 12 - Certificação ISO 14001



Fonte: Elaboração própria

3.4. A Orientação da Empresa/Organização para a Sustentabilidade

Uma vez conhecido o Perfil Organizacional da Empresa/Organização, tornou-se relevante a aplicação de um conjunto de questões que permitissem identificar a existência (ou não) de uma Orientação para a Sustentabilidade por parte destas Empresas/Organizações, procurando mensurar a concordância em relação a cada um dos aspetos considerados.

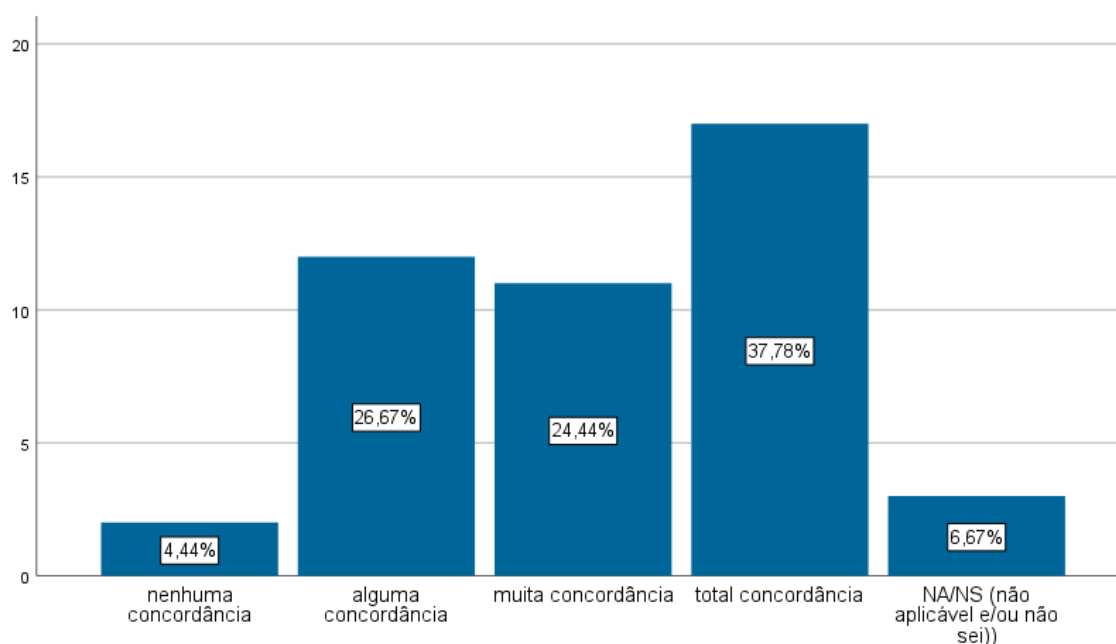
Assim, procurou-se conhecer a opinião dos inquiridos relativamente ao seguinte:

3.4.1. A organização procura a maximização da eficiência energética, hídrica e/ou na redução das emissões poluentes, através de...

Num dos eixos de atuação do Plano Turismo + Sustentável 20-23, do Turismo de Portugal (2021, p. 29), conforme já referido anteriormente, a Economia Circular aparece destacada através da ação da promoção da transição para um modelo económico baseado “na prevenção, redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais, água e energia”, como forma de garantir a sustentabilidade das atividades que lhe estão inerentes.

Neste sentido, e de uma forma geral, considerando a atividade desenvolvida pelo segmento turístico alojamento e restauração, numa perspetiva de direccionar o negócio de acordo com as linhas da economia circular, há que ter em atenção várias ações e medidas que podem ser seguidas e tomadas, em diversas áreas (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b).

Gráfico 13 - Práticas para melhorar a eficiência energética

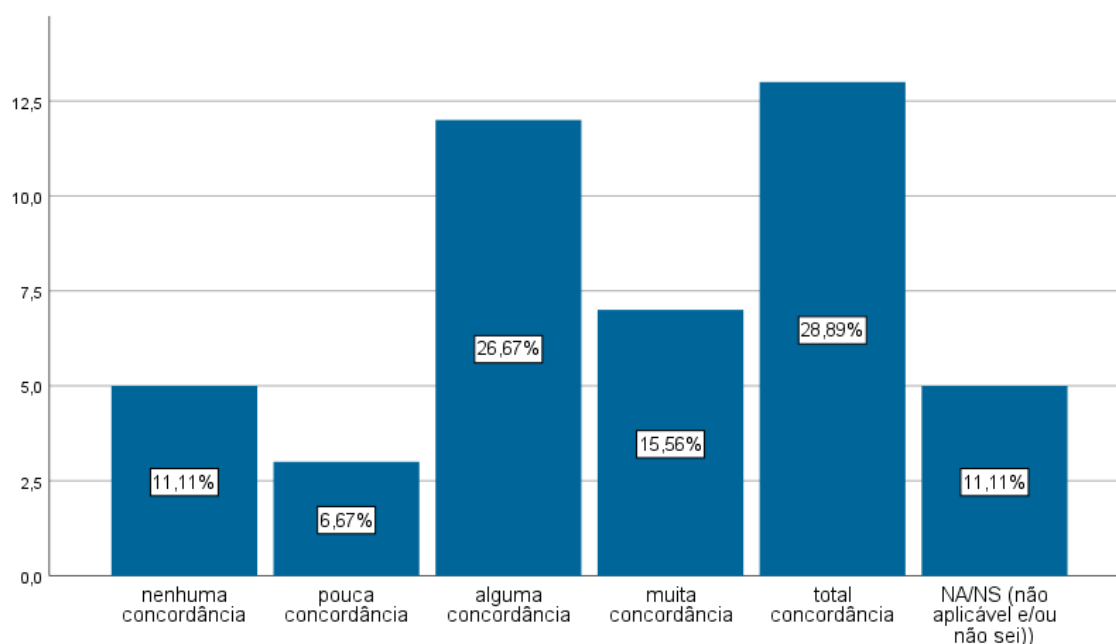


Fonte: Elaboração própria

Mais de um terço dos inquiridos (17/37,8%) assume a sua total concordância com esta questão, sendo que apenas duas pessoas (4,4%) assinalaram a opção de nenhuma concordância e três (6,7%) optaram por responder NA/NS.

No que diz respeito à energia vários tipos de ações podem ser assumidos como a opção por fontes de energia renovável, a monitorização de consumos, a instalação de dispositivos e tecnologias mais eficientes e automáticas, como sensores, a manutenção de alguns equipamentos desligados, ou a substituição por iluminação led (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b).

Gráfico 14 - Práticas para melhorar a eficiência hídrica

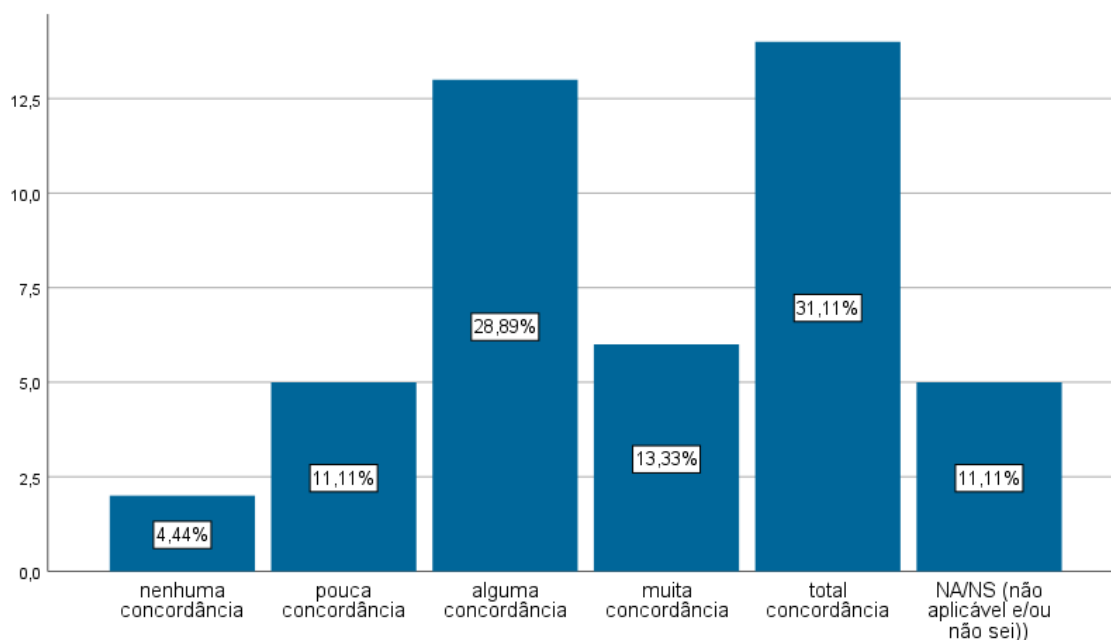


Fonte: Elaboração própria

Continua a registar-se um maior número de respostas pela opção 5 (total concordância) relativamente a práticas para melhorar a eficiência hídrica, concretamente, 13 respostas (28,9%), mas já não de forma tão significativa como na anterior questão. São cinco (11,1%) as escolhas pela opção 1 (nenhuma concordância), e também cinco (11,1%) as que responderam NA/NS. A segunda opção mais escolhida é a 3 (valor médio de concordância), com 12 respostas (26,7%).

A eficiência hídrica pode passar por medidas ou ações como a utilização de sensores ou pedais no sentido de minimizar o seu consumo, a instalação de redutores de caudal, ou o sistema de dupla carga (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b).

Gráfico 15 - Práticas para reduzir as emissões poluentes da cadeia de valor

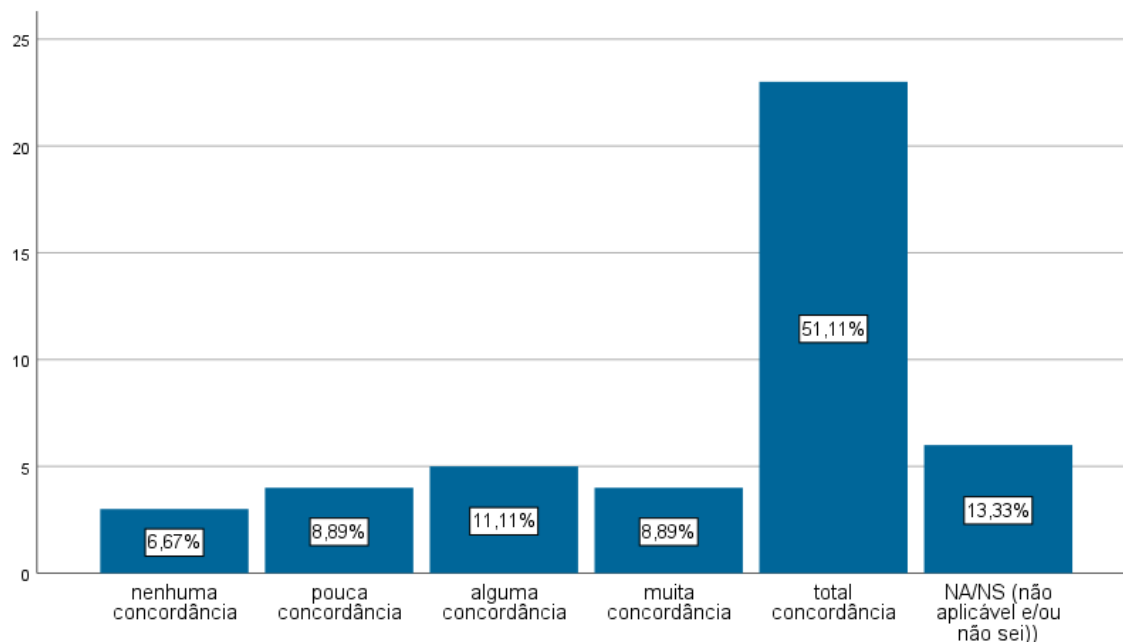


Fonte: Elaboração própria

Também nesta questão são 14 as pessoas que revelam total concordância, representando quase um terço (31,1%) do total, seguido de 13 (28,9%) que escolheram a opção do meio. Apenas duas pessoas (4,4%) manifestaram nenhuma concordância e cinco (11,1%) responderam NA/NS.

Ações como a dinamização de iniciativas de lazer, sem carros, o incentivo dos colaboradores à mobilidade por meios elétrico, a opção por fornecedores com frota elétrica de distribuição, entre outras, são bons exemplos de práticas que visam a redução de emissões poluentes da cadeia de valor (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b).

Gráfico 16 - Introdução de materiais biodegradáveis e/ou reciclados no processo produtivo



Fonte: Elaboração própria

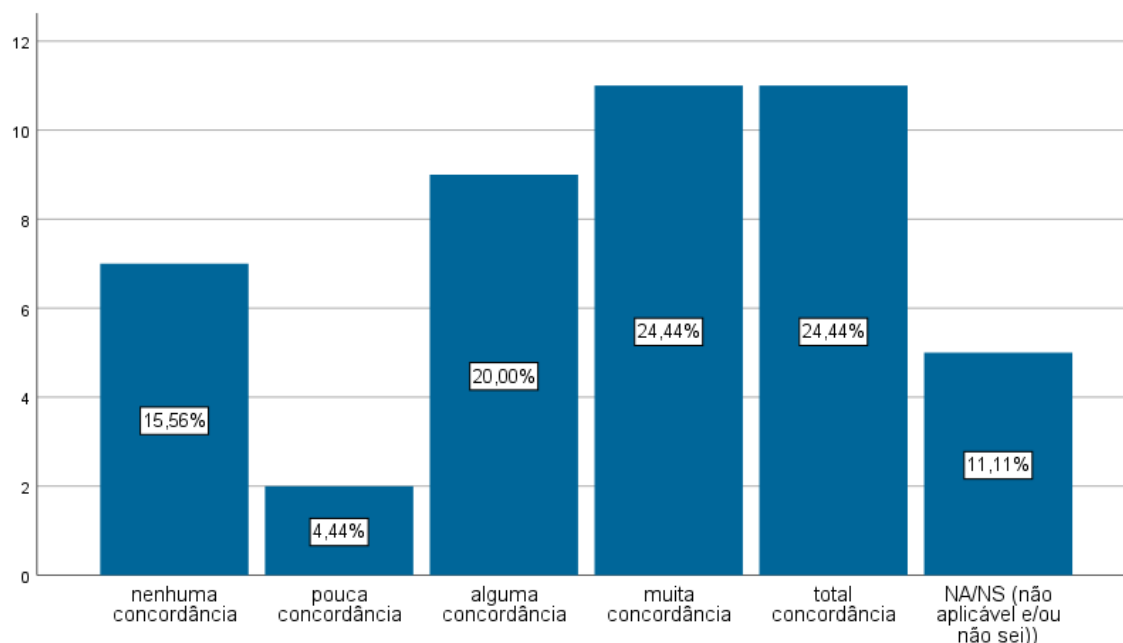
Esta questão é a que revela maior consenso no que diz respeito às práticas das organizações, pois mais de metade das respostas, 23 (51,1%), vão no sentido da total concordância sobre a introdução de materiais biodegradáveis e/ou reciclados no processo produtivo e apenas três (6,7%) representam nenhuma concordância, enquanto seis (13,3%) assumiram NA/NS.

No que diz respeito a esta matéria existem várias ações possíveis, tais como a opção por embalagens reutilizáveis, os tecidos reciclados ou feitos de fibras sustentáveis, a valorização dos produtos de limpeza com o rótulo ecológico da União Europeia *EcoLabel* – certificação ecológica atribuída a todos os produtos e serviços que garantem um menor impacto ambiental. Conforme refere Stahel (2013, 2016), citado por Reis (2021), numa perspetiva de lucro e eficiência, deve o ciclo dos produtos ser tendencialmente menor, concretamente, só se vai “reparar” o que está avariado ou danificado, só se vai “refabricar” o que não está em condições de se reparado, só se vai “reciclar” o que não pode ser remanufaturado, pelo que se deve ter em consideração a produção local no sentido de evitar custos de embalagem e transporte.

3.4.2. A organização opta por processos renováveis e naturais...

A questão da sustentabilidade do turismo é de extrema relevância no que diz respeito à estratégia adotada e a adotar em Portugal, conforme se pode verificar através da ET27, a qual se assume como fortemente comprometida nesta matéria, tendo definido Metas de Sustentabilidade económica, social e ambiental, já referidas na revisão de literatura.

Gráfico 17 - Aposta na inovação dos produtos/serviços e/ou processos internos

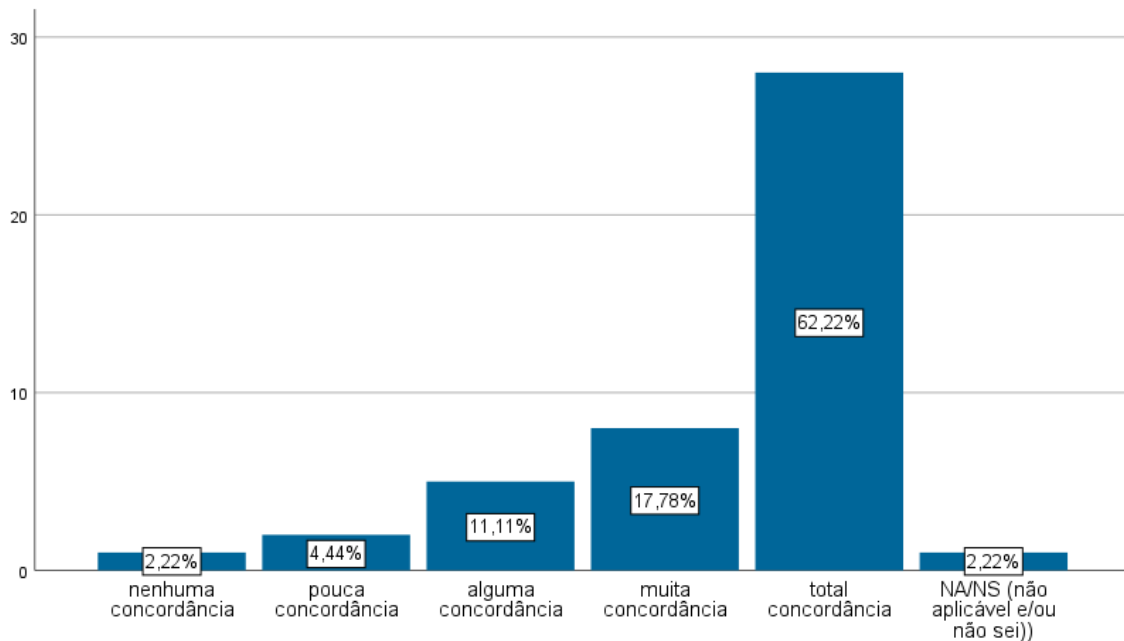


Fonte: Elaboração própria

Não muito significativa, mas ainda assim a totalizar o maior número de respostas, a par da opção 4, são 11 (24,4%) as pessoas que optaram pela total concordância quanto à aposta na inovação dos produtos/serviços e/ou processos internos, sete respostas (15,6%) manifestam nenhuma concordância, e cinco (11,1%) optam por NA/NS.

Neste âmbito, de assinalar Clement (2021, para. 7) que aponta para o conceito de “cidade sustentável inteligente” como “uma cidade que utiliza tecnologia para melhorar a sustentabilidade de uma área local” e define vários tipos de ações de uma cidade sustentável inteligente, como o planeamento de uma utilização de soluções a longo prazo (sensores, telemóveis, novos métodos de transporte como um programa público de bicicletas partilhadas, etc.), garantindo que os materiais são aproveitados ao máximo para evitar resíduos desnecessários, por exemplo.

Gráfico 18 - A organização incentiva a reciclagem



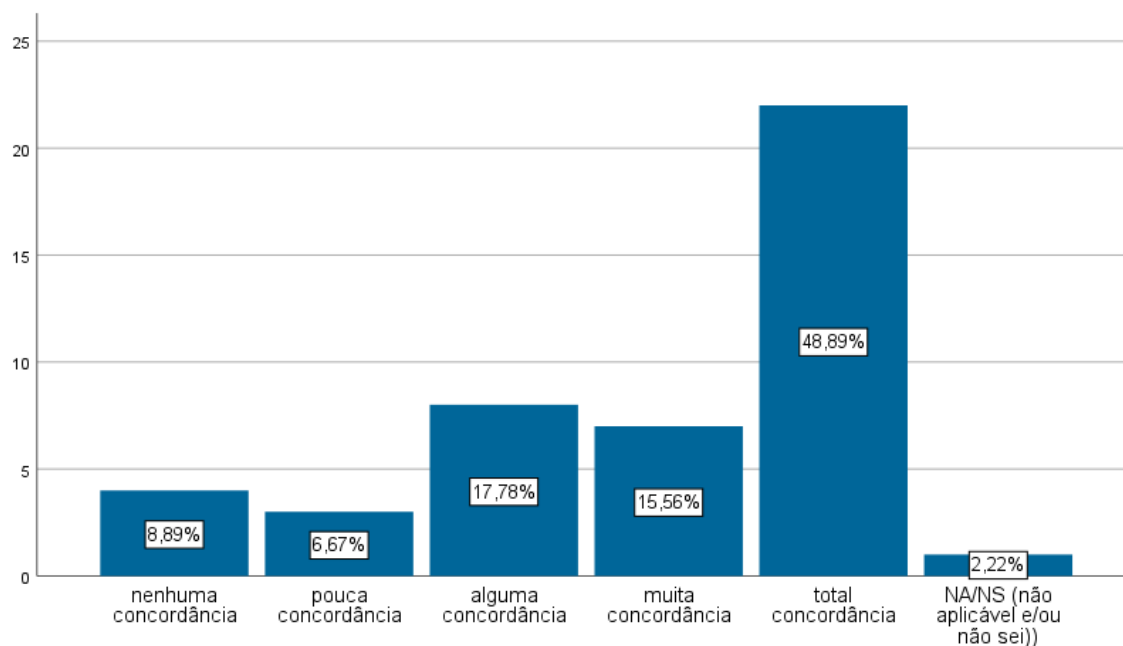
Fonte: Elaboração própria

Quase dois terços (62,2%) das respostas traduzem a total concordância com esta afirmação. Apenas uma pessoa (2,2%) revelou a opção 1 (nenhuma concordância).

Apesar de Andersen (2007) abordar a questão da limitação dos benefícios da reciclagem de materiais, podendo tornar-se muito cara em termos ambientais e económicos (Cornelia, 2017, citado por João, 2018), a mesma não é refletida nos resultados obtidos.

Por sua vez, Morseletto (2020), na estratégia de incremento da circularidade via os 10 R's, quando se transita de uma economia linear para uma economia circular, identifica a reciclagem (R8), na linha de atuação da aplicação útil de materiais, como o processamento de materiais para obter a mesma qualidade (grau alto) ou qualidade inferior (grau baixo).

Gráfico 19 - A organização incentiva a reutilização de materiais

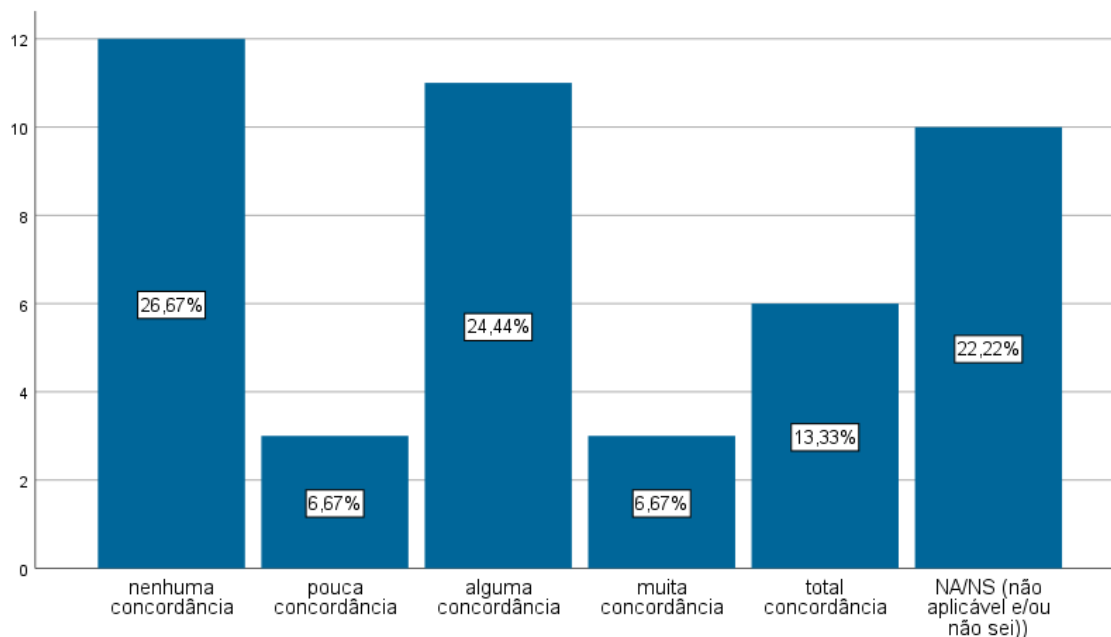


Fonte: Elaboração própria

Também nesta questão há uma clara manifestação de total concordância, com quase metade das respostas (22/48,9%) nesse sentido. Quatro pessoas (8,9%) optaram pelo 1 (nenhuma concordância).

Ainda no âmbito da estratégia de incremento da circularidade: 10 R's, Morseletto (2020) coloca a reutilização (R3) na linha de atuação do prolongamento da vida útil do produto e dos seus componentes, definindo-a como a reutilização por outro consumidor de um produto inutilizado que ainda está em boas condições e cumpre a sua função original.

Gráfico 20 - A organização utiliza fontes de energia renovável no seu dia-a-dia laborativo

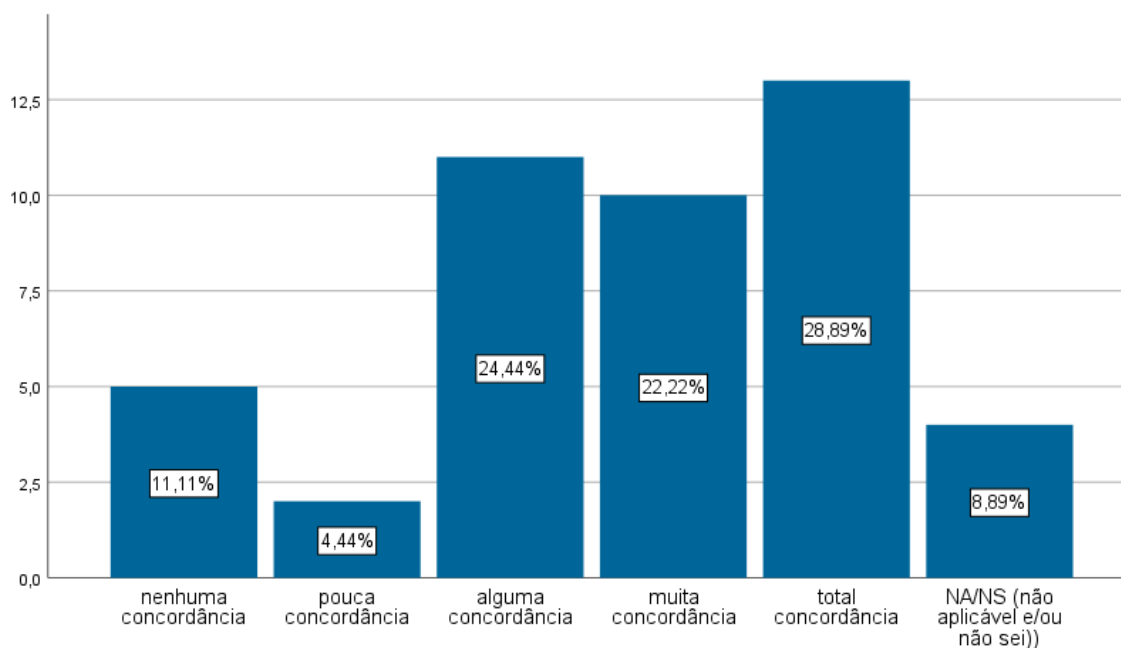


Fonte: Elaboração própria

Este parece ser um aspeto a necessitar de uma maior atenção no seio das empresas/organizações aqui representadas, dado que a opção mais escolhida (12/26,7%) equivale a nenhuma concordância, apesar de 10 (22,2%) terem optado por responder NA/NS. A segunda opção mais escolhida foi a do meio com 11 respostas (24,4%).

Aliás, um dos projetos prioritários no sentido de a operacionalização da linha de atuação “estimular a economia circular no turismo”, num dos eixos/objetivos estratégicos definidos para o desenvolvimento do Turismo em Portugal, passa por incentivar ações que estimulem a eficiência energética na cadeia de valor do turismo e a integração da economia circular naquela, nomeadamente na redução, reutilização, recuperação e reciclagem de materiais e energia (Turismo de Portugal, 2017, p. 52).

Gráfico 21 - A organização substitui materiais e processos por novos sustentáveis

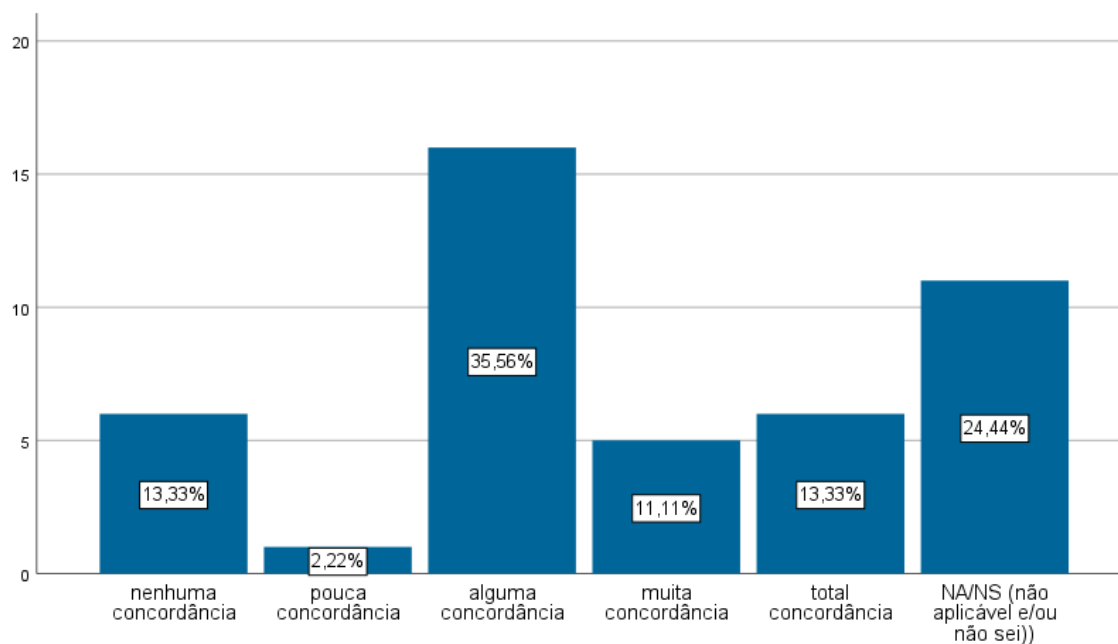


Fonte: Elaboração própria

28,9% dos inquiridos (13) assume a sua total concordância no que às suas organizações diz respeito, enquanto 11,1% (5) nenhuma concordância. Mais uma vez a segunda opção mais escolhida foi a 3 (nível médio de concordância), com 11 respostas (24,4%).

Borràs (2018) defende que a economia circular, indo ao encontro de uma grande parte das aspirações do desenvolvimento sustentável, visa redirecionar a nossa crescente perspetiva linear para uma lógica circular, transformando resíduos em recursos, proporcionado a sua circularidade de forma regenerativa e restauradora.

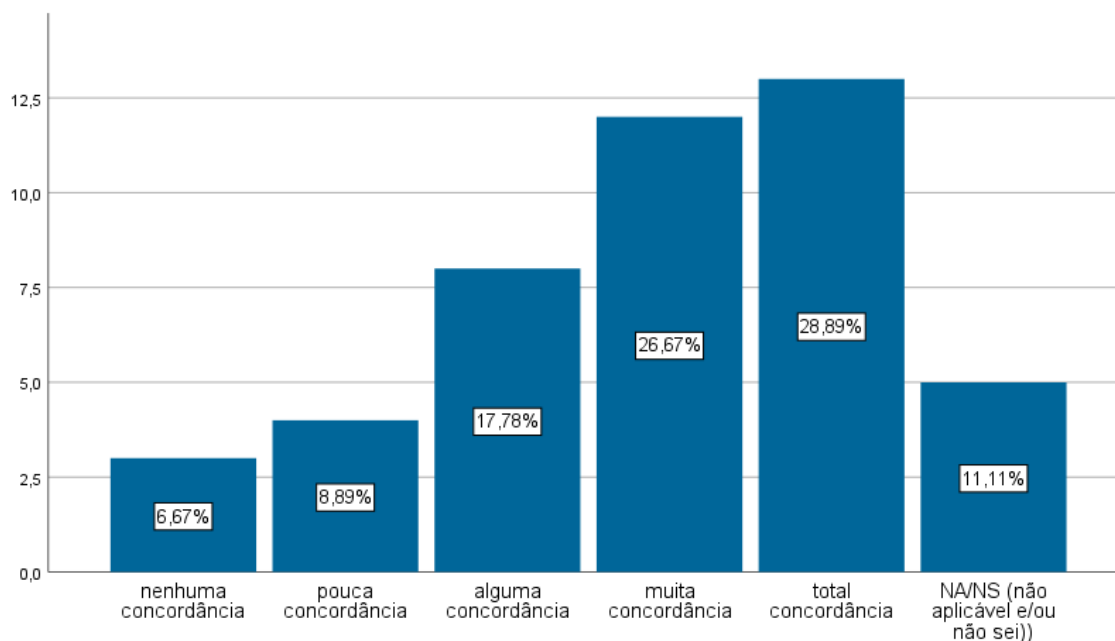
Gráfico 22 - A organização opta pela substituição de serviços/produtos físicos por serviços/produtos virtuais



Fonte: Elaboração própria

Pouco mais de um terço das respostas (16/35,6%) situa-se na opção 3 (nível médio de concordância) relativamente à eventual substituição de serviços/produtos físicos por serviços/produtos virtuais. Apenas seis pessoas (13,3%) manifestam total concordância e são também essas (6) o número das respostas que traduzem nenhuma concordância. É ainda digno de registo o número de pessoas (11/24,4%) que optaram por NA/NS face à questão colocada.

Gráfico 23 - A organização substitui materiais e processos internos físicos por novas tecnologias digitais



Fonte: Elaboração própria

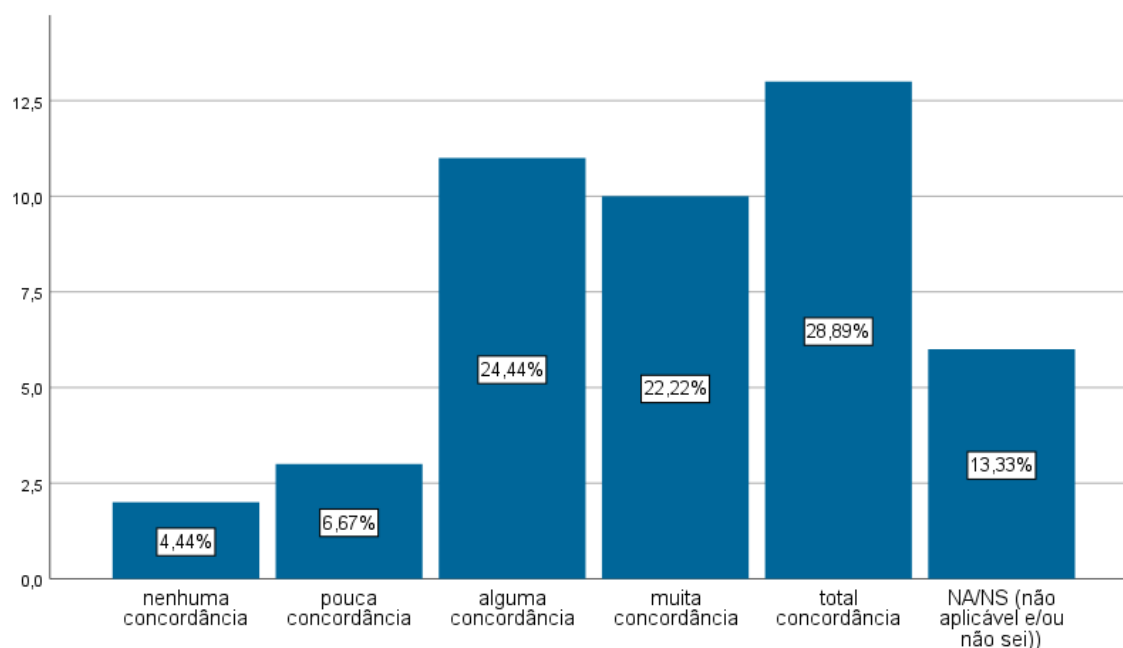
São 13 as pessoas (28,9%) que revelam a sua total concordância sobre a substituição de materiais e processos internos físicos por novas tecnologias digitais, seguido de 12 (26,7%) na opção logo abaixo, e apenas três (6,7%) nenhuma concordância.

A adesão à fatura eletrônica é um exemplo de uma ação que pode ser seguida e tomada, na área dos consumíveis, por exemplo.

3.4.3. No que respeita à sociedade e meio ambiente...

Conforme já referido anteriormente, vários são os autores que entendem a sustentabilidade da atividade turística com base na combinação de três dimensões - ambiental, económica e sociocultural - devendo ser estabelecido um equilíbrio adequado entre elas.

Gráfico 24 - A organização incentiva a criação de ligações com as comunidades locais e demais parceiros para a geração de benefícios sociais e ambientais

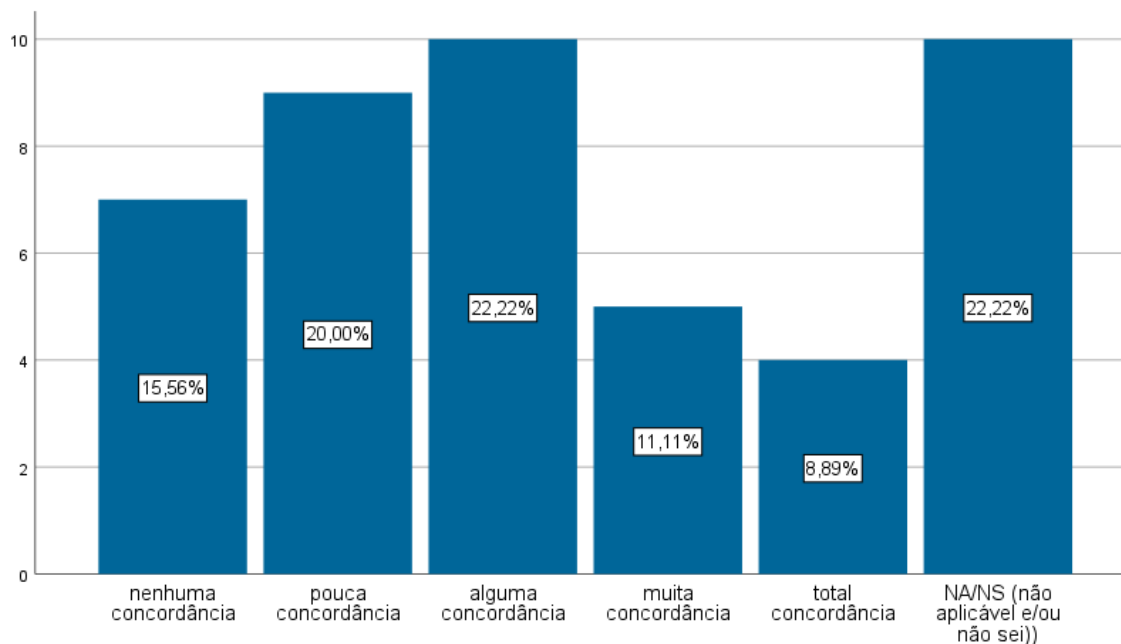


Fonte: Elaboração própria

Cerca de um terço dos inquiridos (13/28,9%) reflete uma total concordância com esta questão, relativamente à sua organização. Apenas dois (4,4%) assumem nenhuma concordância. A segunda opção mais escolhida foi novamente a 3 (nível intermédio de concordância), com 11 respostas (24,4%).

A definição de turismo sustentável de Hornero (2016), citado por Martín e Carrillo-Hermosilla, (2021, p.17) identifica-o como a “atividade turística que tem em conta as repercussões económicas, ambientais e socioculturais dos países e zonas anfitriãs, que satisfazem as necessidades dos visitantes e permitem um equilíbrio adequado entre esses parâmetros para garantir a sustentabilidade ambiental a longo prazo”.

Gráfico 25 - A organização cria mecanismos para retirar os maiores benefícios possíveis da sustentabilidade

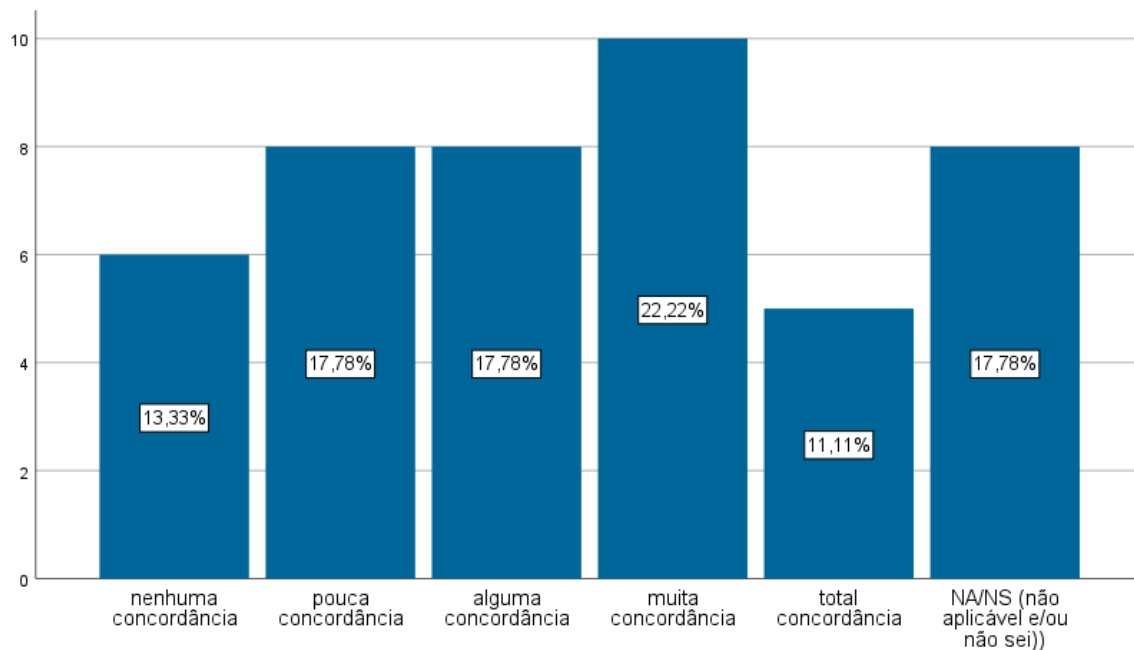


Fonte: Elaboração própria

O maior número de respostas situa-se nas opções mais baixas, designadamente na opção 3 (10/22,2%), e depois na opção NA/NS (10/22,2%).

Muito provavelmente porque os responsáveis ainda não perceberam que as vantagens da economia circular podem traduzir-se, para as empresas/organizações, ainda em inovação e vantagem competitiva, fluxos de receita adicionais, contratos de longo prazo, fidelidade e feedback do cliente, vários benefícios de gestão de recursos internos e parcerias benéficas em toda a cadeia de valor, conforme referem Firnkorn et al. (2012); Beuren et al. (2013); Laubscher et al. (2014), citados por Reis (2021).

Gráfico 26 - A organização investe no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a sociedade e meio ambiente



Fonte: Elaboração própria

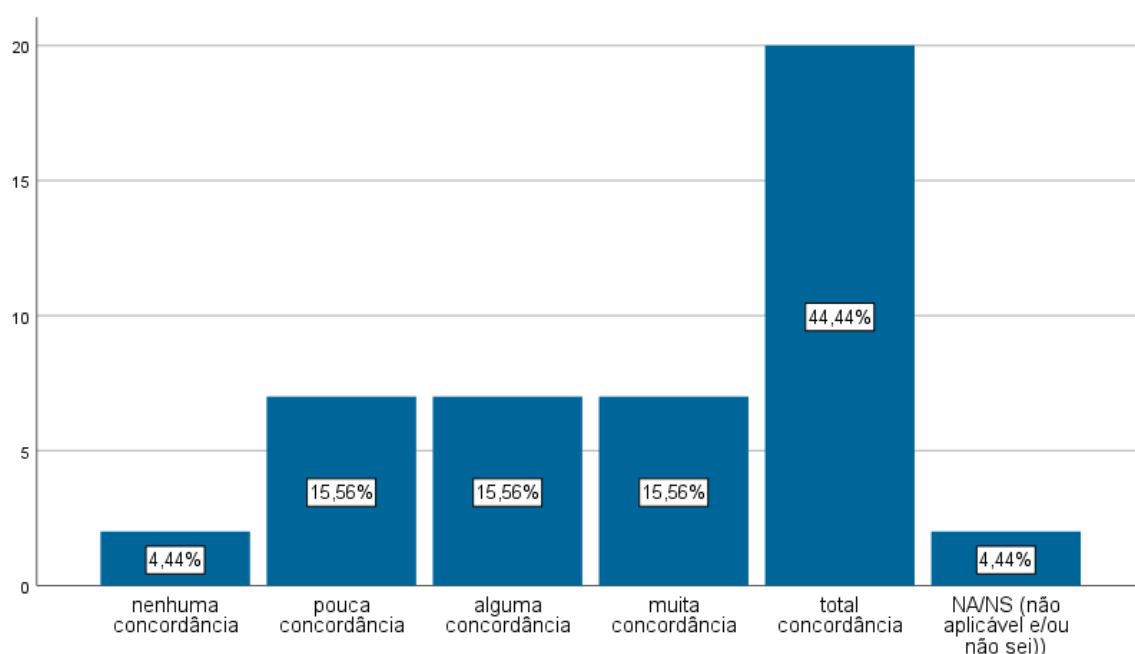
Quanto ao investimento no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a sociedade e meio ambiente registamos uma enorme dispersão de respostas, sendo que a que reúne relativamente maior consenso é a opção 4 (10/22,2%).

De facto, e conforme atestam Bailoa e Cravo (2021, pp. 34-35), pese embora o “paradigma do turismo sustentável se ter popularizado nas últimas décadas pouco tem sido feito na prática para a sua implementação”.

3.4.4. Quanto ao papel da liderança na sustentabilidade...

O setor do turismo em Portugal tem vindo a procurar dar respostas concretas à urgência dos desafios que a sustentabilidade impõe. O Turismo de Portugal e o Fundo Ambiental em matérias de economia circular e sustentabilidade ambiental celebraram um protocolo para o desenvolvimento de um projeto, intitulado “Turismo sustentável: um melhor futuro para [com] todos”, que envolve vários parceiros.

Gráfico 27 - A organização incentiva práticas sustentáveis para garantir o bem-estar dos parceiros

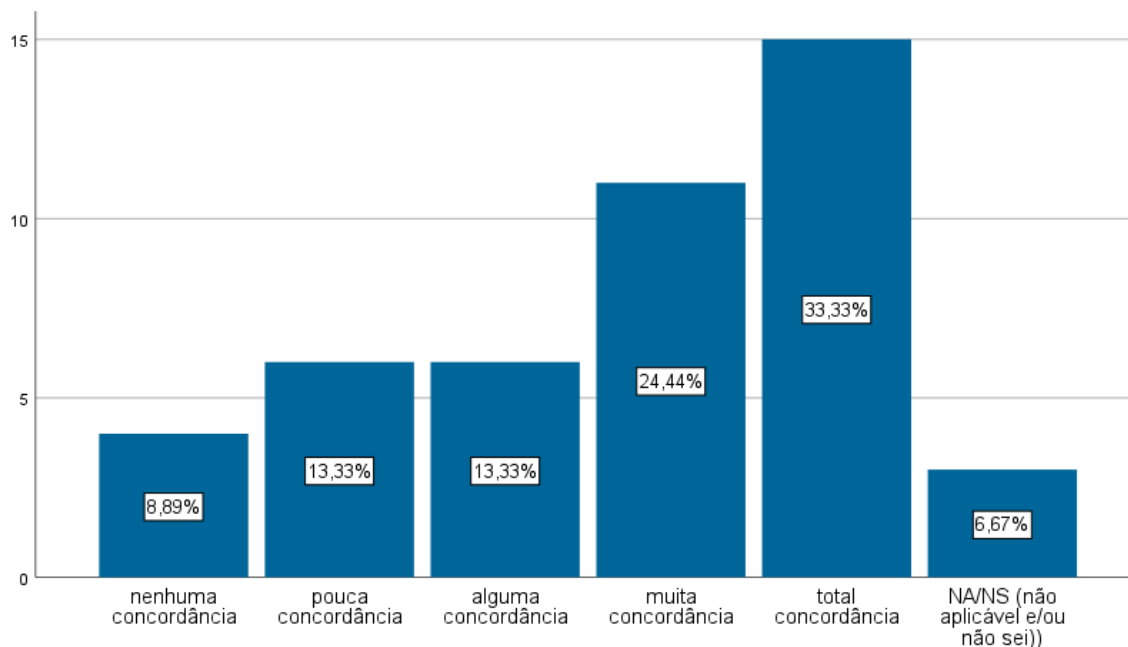


Fonte: Elaboração própria

Mais de quatro em cada 10 inquiridos (20/44,4%) traduzem a total concordância com esta questão. Apenas dois (4,4%) assumem nenhuma concordância.

Gotemburgo, na Suécia, constitui um excelente exemplo de cidade com boas práticas no que a sustentabilidade diz respeito, conforme já mencionado anteriormente. Entre muitas outras ações e medidas, as equipas dos hotéis da cidade de Gotemburgo recebem formação regular em áreas chave ambientais, por exemplo (European Commission. 2020).

Gráfico 28 - A organização desenvolve ações que encorajam o consumo sustentável pelos utilizadores finais, ou adoção de estilos de vida mais sustentáveis



Fonte: Elaboração própria

Existe uma perceção geral de concordância relativamente a esta questão. Exatamente um terço dos inquiridos (15/33,3%) opta pela total concordância. Apenas quatro pessoas (8,9%) optaram por nenhuma concordância.

No âmbito de algumas iniciativas que têm surgido no setor do turismo em Portugal que visam a adoção de estratégias em prol da sustentabilidade, destaca-se aqui a plataforma “Por um Turismo Sustentável”, criada em 2017 pela Agência de Energia e Ambiente da Arrábida (ENA), em parceria com a Associação da Hotelaria de Portugal (AHP). Esta plataforma, cujo principal objetivo é o aumento da eficiência energética no setor da hotelaria portuguesa, também pretende que os seus próprios hóspedes adotem comportamentos mais racionais do ponto de vista energético (ENA - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida, 2020).

Procurando através das diferentes questões apresentadas neste ponto identificar a existência (ou não) de uma Orientação para a Sustentabilidade por parte das Empresas/Organizações cujos responsáveis responderam ao inquérito, a Tabela 11 reflete o que são os seus pontos fortes e pontos fracos, de acordo com cada um dos aspetos considerados.

Tabela 11 - Orientação das Empresas/Organizações inquiridas para a Sustentabilidade

Pontos Fortes	Pontos Fracos
Práticas para melhorar a eficiência energética	Aposta na inovação dos produtos/serviços e/ou processos internos
Práticas para melhorar a eficiência hídrica	Utilização de fontes de energia renovável no dia-a-dia laborativo
Práticas para reduzir as emissões poluentes da cadeia de valor	Opção pela substituição de serviços/produtos físicos por serviços/produtos virtuais
Introdução de materiais biodegradáveis e/ou reciclados no processo produtivo	Criação de mecanismos para retirar os maiores benefícios possíveis da sustentabilidade
Incentivo à reciclagem	Investimento no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a sociedade e meio ambiente
Incentivo à reutilização de materiais	
Substituição de materiais e processos por novos sustentáveis	
Substituição de materiais e processos internos físicos por novas tecnologias digitais	
Incentivo à criação de ligações com as comunidades locais e demais parceiros para a geração de benefícios sociais e ambientais	
Incentivo a práticas sustentáveis para garantir o bem-estar dos parceiros	
Desenvolvimento de ações que encorajam o consumo sustentável pelos utilizadores finais, ou adoção de estilos de vida mais sustentáveis	

Fonte: Elaboração própria

3.5. Desafios e Oportunidades para as Empresas/Organizações

Por fim, no último bloco de questões deste inquérito por questionário, procurou-se identificar Desafios e Oportunidades para as empresas e organizações representadas pelos respondentes, através de duas questões abertas.

3.5.1. Projetos de economia circular ou sustentabilidade em que a empresa/organização esteja envolvida e que valor podem estes ter para a organização, sociedade e ambiente

A esta questão responderam 16 pessoas (35,6%), identificando projetos concretos ou estratégias que têm vindo a dinamizar.

As questões da redução do plástico e da importância da utilização de materiais reutilizáveis foi abordada pela maioria dos respondentes, havendo mesmo alguns que mencionaram a atribuição do selo *LowPlast*, como reconhecimento de boas práticas na realidade de restauração. Tal como já referido no presente estudo, existem várias iniciativas a nível mundial, europeu e nacional, que visam, em determinadas matérias, uma orientação das sociedades para a sustentabilidade das economias. A Iniciativa Global sobre Turismo e Plástico, por exemplo, é constituída por mais de 100 organizações e une o setor do turismo em torno de uma única visão para abordar e combater as causas profundas da poluição plástica, até 2025, através de compromissos relacionados com a eliminação de plásticos desnecessários de uso único, a transição para modelos de reutilização e o uso de embalagens e artigos plásticos reutilizáveis, recicláveis ou compostáveis (UNWTO, s.d.).

Um dos respondentes indica como principal projeto da sua empresa a produção de alimentos, bens e serviços com respeito pela manutenção da natureza e de acordo com os princípios mais rigorosos da sustentabilidade dos recursos naturais, sendo esta uma das características da economia circular, de acordo com a Ellen MacArthur Foundation (s.d.), concretamente, o princípio do regenerar a natureza.

Outro respondente refere que, para além de encararem de forma muito séria a reciclagem de embalagens, papel e vidro, privilegiam fornecedores que operem de forma sustentável e respeitem o meio ambiente e a redução da pegada ecológica. Ou seja, escolhem vários produtores locais com produtos exclusivamente biológicos. Ainda de assinalar uma outra resposta neste âmbito que consiste na criação do menu com base em produtos hortícolas/vegetais em detrimento do consumo de uma maior quantidade de proteína/carne; com o objetivo de reduzir gradualmente o consumo de produtos nocivos para o ambiente, é privilegiado o tecido em vez de papel, a rega é feita com água das lavagens, o consumo de bebidas é realizado apenas em embalagem de vidro recicláveis, apenas são comprados produtos da época, nomeadamente peixe, com o fim de respeitar as épocas de defeso e com isso acompanhar o fluxo natural das espécies; o consumo de vegetais e hortícolas resume-se aos nacionais, de modo a respeitar a sazonalidade e a evitar produtos submetidos a um longo processo de transporte, nocivos tanto para o ambiente como para o consumidor final.

Das várias ações e medidas que podem ser seguidas e tomadas, em diversas áreas, na área de Alimentação e Bebidas, consideram-se a criação de menus sazonais, a redução da dependência da carne e laticínios, o cultivo dos próprios alimentos, o evitar opções de *buffet*, a reutilização de ingredientes, a redução do desperdício alimentar, o encaminhamento dos alimentos em sobra para instituições de solidariedade social, entre outras (Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, 2021b).

Algumas respostas, como as últimas mencionadas e as duas seguintes, identificam várias ações. Um respondente, acerca da sua empresa/organização, mencionou os seguintes projetos: adesão ao *Fish day*, pesca sustentável; adesão ao *Take-it*, a caixa vem de casa; adesão ao *Low Plast*, redução do plástico; utilização de água de rede, em garrafas recuperáveis; compostagem de borras de café; uso de galináceos para reduzir os desperdícios vegetais; uso exclusivo de vidros recicláveis. Por sua vez, outro respondente destacou como ações as que desenvolvem a prática de uma correta reciclagem, a recolha dos óleos e gorduras por parte de uma entidade creditada, conforme exige a lei, a redução, de forma substancial, do consumo e uso de materiais plásticos, e, na política dos desperdícios alimentares, como não existem alternativas eficientes, no seu entender, a distribuição de desperdício alimentar por animais desabrigados.

Nas várias respostas são ainda mencionados projetos de economia circular ou sustentabilidade como a reciclagem de resíduos e compostagem; a utilização da energia solar para aquecimento de águas; a separação de resíduos completa (papel, vidro, plásticos, rolhas, tampinhas, azeite usado, máscaras e luvas, cápsulas de café); e o consumo de produtos de pequenos produtores locais.

3.5.2. Perante todos os desafios existentes na implementação de modelos de negócio sustentáveis ou de economia circular, indique aqueles em que a sua organização encontra maiores barreiras e como julga que o Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) poderá dar uma resposta assertiva e ajudar as empresas da região a ultrapassar as dificuldades observadas

Mais 3 pessoas responderam a esta questão do que à anterior, apesar de algumas que responderam a uma não terem respondido a outra, o que totalizou 19 respostas (42,2%), identificando as principais barreiras encontradas e algumas sugestões relativamente ao papel que pode ser assumido pelo IPS.

Quanto às principais barreiras/dificuldades na implementação de modelos de negócio sustentáveis ou de economia circular, identificadas pelas empresas/organizações representadas no presente estudo, registam-se as seguintes:

- aspeto cultural (falta de cultura de sustentabilidade) e desconhecimento (necessidade de formação);
- acesso a tecnologia - é, de uma forma geral, muito cara e com pouco retorno de investimento;
- seleção de fornecedores de produto com a mesma preocupação e princípio ecológico;
- falta de opções – não ser possível escolher nem desenvolver o tipo de energia utilizada;
- razões de ordem económico-financeiras;
- recursos humanos adequados e qualificados;
- burocracia organizacional;
- dificuldades inerentes a criar projetos comuns, comunitários não só pela inexistência de uma cultura organizacional, como também pela indisponibilidade para trabalhar em equipa, em uníssono e com o fim único de beneficiar a comunidade local;
- sistema fiscal desajustado e pouco promotor de crescimento;
- extensa ramificação das entidades reguladoras.

São desafios que, no fundo, vão ao encontro da subdivisão de desafios efetuada por Ritzén e Sandstrom (2017), concretamente: financeiros, estruturais, operacionais, de atitude e tecnológicos. Também importa referir que Kirchherr et al. (2018), citados por Reis (2021), consideram as barreiras culturais (ausência de interesse e de consciência por parte do consumidor e cultura de empresa hesitante) como os principais obstáculos enfrentados pelas empresas na economia circular.

Quanto ao papel que o IPS poderá assumir junto das empresas/organizações da região para ultrapassar as dificuldades observadas, na opinião dos respondentes, é sobretudo ao nível da divulgação e sensibilização. Ainda assim, um dos respondentes considera que o IPS não tem forma de ajudar, enquanto outro, no seu extremo, é de opinião de que o IPS pode apresentar propostas concretas junto dos organismos oficiais, com indicação de alternativas que possam simplificar os pesados e obsoletos circuitos burocráticos, os quais acabam por estrangular a implementação de novos projetos, e a inovação nas metodologias utilizadas no interior das empresas; pode intensificar a saudável convivência e cooperação entre a investigação e a atividade empresarial; pode estudar e investigar com objetivos bem definidos de aplicação prática e realística.

Conclusões

A adoção de práticas de economia circular, numa perspetiva de orientação para a sustentabilidade, constitui a forma imprescindível das sociedades contemporâneas contornarem um dos principais constrangimentos que se coloca num futuro próximo, a escassez dos recursos naturais face ao crescimento populacional.

O turismo é uma das atividades económicas de maior crescimento em todo o mundo, apenas suspenso nos dois últimos anos devido à pandemia do COVID-19, e, como tal, tem contribuído de forma significativa para o desenvolvimento das economias locais. No entanto, considerando a dimensão e a velocidade com que este crescimento tem acontecido, o seu desenvolvimento sustentável deve constituir uma preocupação generalizada.

Muitos autores consideram a sustentabilidade da atividade turística baseada na combinação das dimensões ambiental, económica e sociocultural, devendo ser estabelecido um equilíbrio adequado entre elas no sentido da sua proliferação. A economia circular apresenta-se como um meio para que esse equilíbrio possa ser uma realidade e para que haja um verdadeiro esforço na diminuição do uso de recursos, tendo em vista o reforço do capital natural, em todo o mundo.

Antes da definição da metodologia a adotar e das técnicas de recolha de informação a utilizar, foi, primeiramente, desenvolvida uma revisão da literatura, tendo como principal foco os conceitos de Turismo, Turismo Sustentável e/ou Sustentabilidade no Turismo e Economia Circular, procurando estabelecer e dar a conhecer as pontes e os laços existentes entre eles e a sua realidade ao nível nacional, em termos de dados concretos e de estratégias delineadas, e ainda exemplos de boas práticas. O estudo foi depois aplicado e desenvolvido no seio de empresas/organizações do segmento de atividade Alojamento, Restauração e Similares, do setor Turismo, do Concelho de Setúbal, tendo para o efeito sido utilizado o inquérito por questionário, como técnica de recolha de informação. Este foi enviado para uma amostra constituída por 200 empresas/organizações, aquelas em que foi possível obter o contacto de email, resultando em 45 inquéritos respondidos na totalidade e devidamente validados.

A partir da análise estatística dos dados obtidos, com recurso ao *software* SPSS, e no que diz respeito ao perfil do responsável pela resposta, verifica-se que é, na sua maioria, o gerente/administrador, encontra-se na organização a trabalhar há cerca de 3 a 5 anos, desenvolve funções no setor há mais de 20 anos e possui a licenciatura, em termos de habilitações académicas.

Quanto às respetivas empresas/organizações, pode-se traçar o seguinte perfil a partir das respostas obtidas: tratam-se de restaurantes e similares, na sua maioria, com data de fundação entre 2011 e 2020, ou seja, fundadas no intervalo de tempo entre os 3 a 12 anos atrás, e com um número de trabalhadores que não ultrapassa os 10, isto é, microempresas.

Em termos de práticas de economia circular, no que ao modelo de negócio, em primeiro lugar, diz respeito, verificou-se que a maioria destas empresas/organizações está posicionada numa lógica de economia circular quanto aos seguintes parâmetros: venda e prestação de serviços com compromisso e preocupação ambiental; prestação de serviços numa ótica de maior otimização e eficiência dos recursos. Ainda em níveis pouco acentuados nesta perspetiva circular, encontra-se o parâmetro do incentivo à partilha dos recursos materiais e/ou tecnológicos e, com um nível mesmo muito fraco, a adoção de plataformas de partilha e desmaterialização.

Ainda relativamente a práticas de economia circular, mas no que concerne à orientação das empresas/organizações para a sustentabilidade, é possível concluir que a maior parte delas encontra-se a desenvolver o seu caminho neste sentido, através de ações que se traduzem numa lógica circular, estando umas mais presentes do que outras, mas ainda havendo muito caminho a percorrer. Concretizando, em termos de orientação para a sustentabilidade, foram consideradas quatro áreas fundamentais, cada uma delas com um conjunto de medidas discriminadas e, de acordo com as respostas obtidas, foram identificados pontos fortes e pontos fracos. Como pontos fortes em termos de práticas no que diz respeito à procura de maximização da eficiência energética, hídrica e/ou na redução das emissões poluentes, destacam-se a introdução de materiais biodegradáveis e/ou reciclados no processo produtivo e depois as práticas para melhorar a eficiência energética, para melhorar a eficiência hídrica e para reduzir as emissões poluentes da cadeia de valor. Numa outra área, a que diz respeito à opção da empresa/organização por processos renováveis e naturais, é de realçar o incentivo à reciclagem, de longe a prática mais usual entre todas, mas também o incentivo à reutilização de materiais. Algumas outras práticas são adotadas por algumas empresas/organizações, mas não de forma tão vincada como as duas já mencionadas. São elas: a substituição de materiais e processos por novos sustentáveis e a substituição de materiais e processos internos físicos por novas tecnologias digitais. Ainda na mesma área, registou-se a fraca adesão a práticas como a aposta na inovação dos produtos/serviços e/ou processos internos, a utilização de fontes de energia renovável no seu dia-a-dia laborativo e a opção pela substituição de serviços/produtos físicos por serviços/produtos virtuais. Na área de relação com a sociedade e meio ambiente, destaca-se como prática o incentivo à criação de ligações com as comunidades locais e demais parceiros para a geração de benefícios sociais e ambientais, estando ainda por desenvolver a criação de mecanismos para retirar os maiores

benefícios possíveis da sustentabilidade e o investimento no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a sociedade e meio ambiente, sendo estes os pontos fracos identificados. Finalmente, quanto ao papel da liderança na sustentabilidade, identificam-se como pontos fortes o incentivo de práticas sustentáveis para garantir o bem-estar dos parceiros e o desenvolvimento de ações que encorajam o consumo sustentável pelos utilizadores finais, ou adoção de estilos de vida mais sustentáveis.

Pormenorizando de acordo com as respostas obtidas: são as questões da redução do plástico e da importância da utilização de materiais reutilizáveis as que mais foram abordadas, havendo ainda a realçar a referência à produção de alimentos, bens e serviços com respeito pela manutenção da natureza e de acordo com os princípios mais rigorosos da sustentabilidade dos recursos naturais; a opção por fornecedores que operem de forma sustentável e respeitem o meio ambiente; a criação do menu com base em produtos hortícolas/vegetais em detrimento do consumo de uma maior quantidade de proteína/carne; a prevalência do tecido em detrimento do papel; a rega efetuada com água das lavagens; o consumo de bebidas realizado apenas em embalagens de vidro recicláveis; a aquisição única e exclusiva de produtos da época, nomeadamente peixe, com o fim de respeitar as épocas de defeso e com isso acompanhar o fluxo natural das espécies; o consumo de vegetais e hortícolas apenas nacionais, de modo a respeitar a sazonalidade e a evitar produtos submetidos a um longo processo de transporte, nocivos tanto para o ambiente como para o consumidor final. Nas várias respostas são ainda mencionados projetos de economia circular ou sustentabilidade como a reciclagem de resíduos e compostagem; a utilização da energia solar para aquecimento de águas; a separação completa de resíduos (papel, vidro, plásticos, rolhas, tampinhas, azeite usado, máscaras e luvas, cápsulas de café); e o consumo de produtos de pequenos produtores locais.

Em termos de motivações que levam os responsáveis a adotar ou não estas práticas, ou seja, a sua perceção dos benefícios e das barreiras para a empresa/organização, identificaram-se aspetos de ordem cultural (existência ou não de cultura de sustentabilidade e formação dos recursos humanos), aspetos de ordem económico-financeiros e acesso maior ou menor à tecnologia (custos envolvidos e retorno do investimento), a seleção de fornecedores com a mesma preocupação e princípio ecológico, as opções limitadas no que diz respeito ao tipo de energia utilizada, a burocracia organizacional, as dificuldades na criação de projetos comuns em prol da comunidade local, o sistema fiscal desajustado e limitativo ao crescimento e a extensa ramificação das entidades reguladoras.

Por fim, procurando perceber o que podem as instituições de ensino superior, neste caso concreto, o Instituto Politécnico de Setúbal, fazer para ajudar as empresas/organizações a

ultrapassar as dificuldades e obstáculos identificados, referem os respondentes, na sua maioria, que é sobretudo ao nível da divulgação e da sensibilização que o IPS poderá assumir um papel relevante.

No desenvolvimento da presente investigação foram sentidos alguns constrangimentos, designadamente: a inexistência de estudos nesta área por se tratar de uma realidade de certa forma recente, constituindo este fator, por outro lado, também uma mais valia para os resultados apurados, pelo facto de poderem vir a constituir uma ferramenta importante nesta matéria; a dificuldade de acesso aos emails de contacto com as empresas/organizações, pois nas bases de dados fornecidas estes nem sempre constavam, o que obrigou também a alguma pesquisa na internet e porque, na realidade, muitas não dispõem desse tipo de contacto; a pouca apetência e mesmo ausência de disponibilidade de tempo dos seus responsáveis para responder a este tipo de questionários (apesar de se ter conseguido um número razoável de respondentes, contrariando o que tem sido habitual noutros projetos já desenvolvidos, segundo fonte da autarquia sadina); a ausência de dados oficiais atualizados de carácter relevante, como por exemplo, o número e volume de negócio dos restaurantes, ao nível do concelho de Setúbal.

Este estudo, que versou sobre uma das principais atividades económicas atuais, o turismo, permitiu-nos verificar que se encontram delineadas diversas estratégias no sentido de orientar as empresas/organizações para a sustentabilidade, estando algumas já implementadas, faltando agora a sua concretização na globalidade. Assim, apesar das dificuldades sentidas, considera-se que este estudo pode constituir uma base de trabalho importante não só para o desenvolvimento de uma investigação mais aprofundada e abrangente, alargando a um número maior de empresas/organizações e realizando alguns dos questionários de forma presencial; seria ainda interessante procurar perceber, por outro lado, de que forma é que os consumidores sentem também esta preocupação com a adoção de práticas de economia circular, na altura de selecionar onde ficar alojado e/ou onde tomar a refeição; como também para o surgimento e reforço de parcerias institucionais entre estas empresas/organizações, autarquias locais e instituições de ensino superior, no sentido de um maior envolvimento, de uma verdadeira aposta na formação e investigação, e do desenvolvimento de boas práticas, em conjunto, em prol da sustentabilidade no setor do turismo, no concelho de Setúbal.

Bibliografia

- ADENE – Agência para a Energia. (2022). *Aqua+Hóteis*. <https://www.aquamais.pt/aquamais-hoteis/>
- Andersen, M. (2007). An introductory note on the environmental economics of the circular economy. *Sustainability Science*. 2
- Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal. (2021a). *Apresentação do guia de boas práticas para uma economia circular no alojamento turístico. Turismo sustentável: um melhor futuro para (com) todos*. Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, I.P.
- Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal. (2021b). *Guia de boas práticas para uma economia circular no alojamento turístico. Turismo sustentável: um melhor futuro para (com) todos*. Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, I.P.
- Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal. (2021c). *Guia de boas práticas para uma restauração circular e sustentável. Turismo sustentável: um melhor futuro para (com) todos*. Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) & Turismo de Portugal, I.P.
- Bailoa, S. & Cravo, P. (2021). O efeito da pandemia na estratégia nacional para o turismo em Portugal: o desafio da sustentabilidade. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 40, 31-47. DOI: 10.18089/DAMeJ.2021.40.2.
- Banco de Portugal (s.d.). *Análise setorial do alojamento, restauração e similares*. <https://bpstat.bportugal.pt/conteudos/publicacoes/1287>
- Berardi, P., Dias, J. M. (2018). O Mercado da economia circular. *GV-executivo*. Vol. 17 Issue 5.
- Borràs, A. T. (2018). *Economía circular y turismo: importancia creciente y buenas prácticas en el marco de Baleares. Memòria del Treball de Fi de Grau. Grau d'Economia*. (10.^a ed.). Universitat de les Illes Balears, Facultat d'Economia i Empresa.
- Circular Economy Portugal. (2022). *Sobre economia circular*. <https://circulareconomy.pt/>

- Clement, J. (2021). *Pode uma cidade ser, simultaneamente, inteligente e sustentável?* Smart Cities. <https://smart-cities.pt/noticias/cidade-inteligente-sustentavel-0302-sci/>
- Cooper, T. (1999). Creating an economic infrastructure for sustainable product design. *Journal of sustainable product design*, 8.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage
- Cunha, L. (1997). *Economia e política do turismo*. McGraw-Hill.
- Cunha, L. (2012). The Definition and Scope of Tourism: A Necessary Inquiry. *Cogitur, Journal of tourism studies*, Ano V, N.º 5.
- Cunha, L. (2017). *Turismo e desenvolvimento – realidades e perspetivas*. Lidel.
- Cunha, L., & Abrantes, A. (2019). *Introdução ao turismo*. Lidel.
- Cunha, S., Barroco C., & Antunes J. (2019). O Turismo Gastronómico como fator diferenciador dos destinos: o caso de Portugal. *Revista ibérica de sistemas e tecnologias de informação*. N.º E24.
- Decreto-Lei n.º 381/2007: *Aprova a Classificação Portuguesa das Actividades Económicas, Revisão 3*. (2007). Diário da República n.º 219/2007, Série I de 2007-11-14. <https://dre.pt/dre/legislacao-consolidada/decreto-lei/2007-117202789-117211179>
- Dicionário do Desenvolvimento. (s.d.). *Tod@s contam para a cidadania global*. <https://ddesenvolvimento.com/portfolio/turismo-sustentavel/>
- Direção-Geral da Educação (DGE). (2023). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável [ODS]*. <https://www.dge.mec.pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel-ods>
- Direção-Geral das Atividades Económicas. (2023). *Economia circular*. <https://www.dgae.gov.pt/servicos/sustentabilidade-empresarial/economia-circular.aspx>
- Ellen MacArthur Foundation. (s.d.). <https://ellenmacarthurfoundation.org/pt>
- ENA - Agência de Energia e Ambiente da Arrábida. (2020). *Guia de boas práticas - “Por um Turismo Sustentável” - eficiência energética no setor hoteleiro*. ENA.
- Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa (ERT-RL). (s.d.). *Informação turística. Gastronomia e Vinhos*. <https://www.ertlisboa.pt/pt/informacao-turistica/gastronomia-e-vinhos/>

- European Commission. (2015). *First circular economy action plan*.
<https://environment.ec.europa.eu/>
- European Commission. (2020). *COMPENDIUM OF BEST PRACTICES - '2019 & 2020 European capital of smart tourism competitions'*. <https://smarttourismcapital.eu/best-practices-2020/>
- Fortin, M., Côte, J., & Fillion, F. (2009). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*. Lusodidacta.
- Freixo, M. (2010). *Metodologia científica - fundamentos, métodos e técnicas* (2.^a ed.). Instituto Piaget.
- Gabinete de Desenvolvimento Económico e Empresarial (GDDE). (2016). *Dossiê temático – estabelecimentos de restauração e bebidas*.
https://www.bizfeira.com/fotos/gca/dossie_tematico-restauracao_e_bebidas_em_2016_26156112057a885548cea0.pdf
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of cleaner production*, 198.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6^a ed.). Editora Atlas S.A.
- Hall, C. (2003). Wine food and tourism marketing: Preface. *Journal of travel and tourism marketing* 14, xxiii.
- Holden, A. (2008). *Environment and tourism (second edition)*. Routledge.
- Jafari, J. (2000), *Encyclopedia of tourism*, Routledge. Jafar Jafari (Ed.).
- João, D. (2018). *Economia circular: caso IKEA*. Relatório de Dissertação do Mestrado em Ciências Empresariais. Lisbon School of Economics & Management. Universidade de Lisboa.
- Kirchherr, J., & Piscicelli, L. (2019). *Towards an education for the circular economy (ECE): Five Teaching Principles and a Case Study*. Resources, Conservation and Recycling, 150, 104406. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104406>.
- Ladapha Pullphothong & Chiranut Sopha (2013). *Gastronomic tourism in Ayutthaya*, OAP. School of Culinary Art, Suan Dusit Rajabhat University.
- Lewandowski, M. (2016). *Designing the business models for circular economy—towards the conceptual framework*. Sustainability, 8(1), 43. <https://doi.org/10.3390/su8010043>

- Lima, A. (2021). *Práticas sustentáveis no quotidiano e no contexto do turismo*. [Dissertação de mestrado não publicada]. Relatório de Dissertação do Mestrado em Gestão do Turismo. Instituto Politécnico do Porto. Escola Superior de Hotelaria e Turismo.
- Marques, J. & Santos, N. (2012). Espaços turísticos e novas formas de alojamento. *Revista de Geografia e Ordenamento do Território, n.º 1 (Junho)*. Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território.
- Martín, S. G., Carrillo-Hermosilla, J. (2021). *Economía circular y turismo: el negocio hotelero en la Isla de Lanzarote*. SERIE DOCUMENTOS DE TRABAJO. Documento nº2/2021. Universidad de Alcalá.
- Mathienson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman.
- Matias, Á. (2007). *Economia do turismo*. Instituto Piaget.
- Matos, A & Silvestre, D. (2018). *Economia circular e Objectivos de Desenvolvimento Sustentável: A Ilha de Príncipe*. 25th APDR Congress, July 5-6.
- Morseletto, P. (2020). Targets for a circular economy. *Resources, conservation and recycling*, 153 (October 2019), 104553.
<https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104553>
- Município de Setúbal. (s.d.). *Enogastronomia*. <https://www.mun-setubal.pt/enogastronomia/>
- Organização Mundial do Turismo (OMT). (2020). *La visión de one planet para una recuperación responsable del sector turístico*.
- Parlamento Europeu. (2015). *Economia circular: definição, importância e benefícios*. <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-definicao-importancia-e-beneficios>
- Pieroni, M. P. P., McAlone, T. C., & Pigosso, D. C. A. (2019). *Configuring new business models for circular economy through product-service systems*. *Sustainability* (Switzerland), 11(13). <https://doi.org/10.3390/su11133727>
- Pordata. (2023a). *O seu município em números! Setúbal*
<https://www.pordata.pt/municipios/quadro+resumo/setubal-822365>
- Pordata. (2023b). *Turismo*. *Pordata, base de dados Portugal contemporâneo*. <https://www.pordata.pt/portugal/proveitos+totais+dos+alojamentos+turisticos+total+e+por+tipo+de+estabelecimento-2584>

- Raposo, F. (2020). *Plataforma “Por um turismo sustentável” quer reduzir usos energéticos de hotéis em Portugal*. Smart Cities. <https://smart-cities.pt/energia/turismo-sustentavel207/>
- Reis, N. (2021). *Desafios, benefícios e o impacto na performance na implementação dos princípios da Economia circular - Casos de boas práticas nas Pequenas e Médias Empresas Portuguesas*. Relatório de Dissertação do Mestrado em Finanças Empresariais. Instituto Politécnico de Leiria. Escola Superior de Tecnologia e Gestão.
- Ritzén, S., Sandström, G. (2017). *Barriers to the circular economy – Integration of perspectives and domains*. Procedia CIRP. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221282711730149X>
- Quivy, Raymond e Campenhoudt, Luc Van. (2005). *Manual de investigação em Ciências Sociais*. (4.ª ed.). Gradiva Publicações.
- Shalini, D. & Duggal, S. (2015). A review on food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* Vol. 4 (2) Special edition (2015) ISSN: 2223-814X.
- Sharpley, R. (2021). On the need for sustainable tourism consumption. *Tourist Studies*, 21 (1). <https://doi.org/10.1177/1468797620986087>
- Silva, V. L., Teixeira, T., Francisco, A. C., Picinin, C. T., Kovaleski, J. L., Pagani & R. N. (2019). *Vantagens, barreiras e estratégias para economia circular: uma abordagem teórica*. (4.ª ed.). Exacta - Engenharia de Produção. 17.
- Simões, A. (2022). *O que é a ISO 14001?* <https://www.sgs.pt/pt-pt/news/2021/12/o-que-e-a-iso-14001>
- Travassos, R. (2022). *A importância da economia circular como resposta aos desafios de responsabilidade ambiental, no setor vitivinícola, no distrito de Setúbal*. Relatório de Dissertação do Mestrado em Ciências Empresariais, ramo de Gestão de Pequenas e Médias Empresas. Instituto Politécnico de Setúbal. Escola Superior de Ciências Empresariais.
- Turismo de Portugal. (s.d.a). *Sustentabilidade e turismo*. <http://business.turismodeportugal.pt/pt/criar/sustentabilidade/Paginas/default.aspx>
- Turismo de Portugal. (s.d.b). *Turismo em Números | 2015*. <https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-numeros-2015/>

- Turismo de Portugal. (s.d.c). *Turismo em Números | 2019*.
<https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-numeros-2019/>
- Turismo de Portugal. (s.d.d). *Turismo em Números | 2022*.
<https://travelbi.turismodeportugal.pt/turismo-em-portugal/turismo-em-numeros-novembro-2022/>
- Turismo de Portugal. (2013). *Plano Estratégico Nacional do Turismo – Revisão e Objetivos 2013-2015*.
- Turismo de Portugal. (2017). *Estratégia Turismo 2027*.
https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx
- Turismo de Portugal. (2020). *Boas práticas em alojamento - reciclagem de sabonetes no Conrad Algarve*.
http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/Boas_Praticas/Paginas/boas-praticas-alojamento-reciclagem-sabonetes.aspx
- Turismo de Portugal. (2021a). *Boas práticas em alojamento: sistema inovador de cogeração de energia*.
http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/Boas_Praticas/Paginas/boas-praticas-alojamento-sistema-inovador-cogerao-energia.aspx
- Turismo de Portugal (2021b). *PLANO TURISMO + SUSTENTÁVEL 20-23*.
<https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/sustentabilidade/plan-o-turismo-mais-sustentavel-20-23-pt-jun-2021.pdf>
- Turismo de Portugal. (2021c). *Projeto “Turismo sustentável: um melhor futuro para [com] todos” com o apoio do Fundo Ambiental*.
<http://business.turismodeportugal.pt/pt/criar/sustentabilidade/Paginas/projeto-turismo-sustentavel-com-apoio-fundo-ambiental.aspx>
- Turismo de Portugal. (2022a). *Boas práticas em alojamento - reciclagem de cartões com componentes eletrónicos*.
http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/Boas_Praticas/Paginas/boas-praticas-alojamento-reciclagem-cartoes-com-componentes-eletronicos.aspx
- Turismo de Portugal. (2022b). *Rótulo ecológico da UE*.
<http://business.turismodeportugal.pt/pt/Gerir/reconhecimento-externo/premios-distincoes/Paginas/rotulo-ecologico-UE.aspx>

- Turismo de Portugal. (2022c). *WTTC: Global Economic Impact 2022 – Global Trends*.
<https://travelbi.turismodeportugal.pt/tendencias/wttc-global-economic-impact-2022-global-trends/>
- Turismo de Portugal. (2023a). *Consumo turístico representa 15,8% do PIB em 2022*.
<https://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/estimativas-consumo-turistico-pib.aspx>
- Turismo de Portugal (2023b). *Visão geral*.
https://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx
- União Europeia. (s.d.) *Eur-Lex. Acesso ao direito da União Europeia*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=LEGISSUM:sustainable_development
- United Nations. (2023). *Objetivos de Desenvolvimento Sustentável*.
<https://unric.org/pt/Objetivos-de-Desenvolvimento-Sustentavel/>
- Valverde Roda, J.M. (2018). Una aproximación al concepto de turismo cultural. *Revista Utesiana de la Facultad Ciencias Económicas y Sociales*, 3(3)
- Wolf, E. (2002). *White paper on culinary tourism*. Oregon: International Culinary Tourism Task Force.
- World Tourism Organization (UNWTO). (s.d.). *Iniciativa mundial sobre turismo e plásticos*.
<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/iniciativa-mundial-turismo-plasticos>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2012). *Tourism in the green economy*. Background Report.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021a). *Desenvolvimento de produtos turísticos*.
<https://www.unwto.org/tourism-development-products>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021b). *Gastronomia e Enoturismo*.
<https://www.unwto.org/gastronomy-wine-tourism>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2021c). *Glossário de termos de turismo*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2023). *World Tourism Barometer (PPT version)*, Volume 21, Issue 1, UNWTO Tourism Market Intelligence and Competitiveness Department

Apêndices

Inquérito por Questionário

(<https://inqueritos.ips.pt/index.php?r=survey/index&sid=427856&lang=pt>)

Gestão para a sustentabilidade e economia circular

Esta investigação pretende analisar a influência da gestão para a sustentabilidade e economia circular no modelo de negócios das empresas e organizações do distrito de Setúbal. A mesma é conduzida por um grupo de investigação do Instituto Politécnico de Setúbal, sob coordenação da Professora Doutora Luísa Cagica Carvalho.

Gostaríamos de convidar a sua empresa/organização a preencher o presente questionário. Note-se que todas as informações obtidas serão utilizadas apenas para fins académicos, sendo que o resultado do estudo será divulgado de forma agregada, havendo para as empresas/organizações interessadas a disponibilização dos dados visando apoiar a melhoria da gestão.

Eventuais dúvidas poderão ser endereçadas para: luisa.c.carvalho@esce.ips.pt.

Agradecemos desde já pela sua atenção ao exposto, ficando assim ao dispor para quaisquer esclarecimentos adicionais.

Bloco I – Perfil do Inquirido

1 - Função que ocupa atualmente:

- Gerente/Administrador;
- Diretor técnico (comercial, financeiro, RH, operacional);
- Outro. Qual _____.

2 - Há quanto tempo trabalha na organização:

- Menos de 3 anos;
- De 3 a 5 anos;

- De 6 a 10 anos;
- De 11 a 20 anos;
- Mais de 20 anos.

3 - Há quanto tempo trabalha no setor em que se encontra atualmente (em anos):

- Menos de 3 anos;
- De 3 a 5 anos;
- De 6 a 10 anos;
- De 11 a 20 anos;
- Mais de 20 anos.

4 - Formação (Escolha apenas uma opção):

- Ensino Básico;
- Ensino Técnico/profissional;
- Ensino Secundário;
- Licenciatura;
- Mestrado;
- Doutoramento;
- Outro. Qual _____.

5 - Caso queira receber os resultados do estudo coloque o seu endereço de e-mail abaixo:

_____.

Bloco II – Perfil organizacional

6 - Indique o CAE _____

7 - Indique a data de fundação da organização:

- Anterior a 1980;
- Entre 1981 e 2000;
- Entre 2001 e 2010;
- Entre 2011 e 2020;
- Depois de 2021.

8 - Indique o número total de trabalhadores atualmente na organização (escolha apenas uma opção):

- Até 10 trabalhadores;
- De 11 até 50 trabalhadores;
- De 51 até 250 trabalhadores;
- 251 ou mais trabalhadores.

9 - Considero que o nosso modelo de negócio nos últimos 5 anos:

(reflita, tendo por base a escala de concordância de 1 (nenhuma concordância) - 5 (total concordância); NA/NS (não aplicável e/ou não sei))

- Vende e presta serviços com compromisso e preocupação ambiental.
- Presta serviços numa ótica de maior otimização e eficiência dos recursos.
- Recorre a plataformas de partilha & desmaterialização (por exemplo, mercado de compra e venda direta entre consumidores, plataformas de venda de produtos em segunda mão, plataformas de subscrição).
- Privilegia ou incentiva a partilha dos recursos materiais e/ou tecnológicos da organização.

10 - Tem conhecimento se a empresa possui certificação ISO 14001 (sistema de gestão ambiental)?

Sim, não

Bloco III – Orientação para a sustentabilidade

As questões a seguir explanadas procuram mensurar a CONCORDÂNCIA em relação a cada aspecto apresentado. Escolha numa escala de 1 (nenhuma concordância) a 5 (total concordância) ou NA/NS (não aplicável/não sei), a opção que melhor se aplica ao seu caso:

11 - Na sua opinião, a organização procura a maximização da eficiência energética, hídrica e/ou na redução das emissões poluentes, através de:

(1 (nenhuma concordância) - 5 (total concordância); NA/NS (não aplicável e/ou não sei))

- Práticas para melhorar a eficiência energética.
- Práticas para melhorar a eficiência hídrica.
- Práticas para reduzir as emissões poluentes da cadeia de valor (desde o fornecedor até à entrega do produto/serviço ao consumidor final).
- Introdução de materiais biodegradáveis e/ou reciclados no processo produtivo.

12 - Na sua opinião, a organização opta por processos renováveis e naturais.

(1 (nenhuma concordância) - 5 (total concordância); NA/NS (não aplicável e/ou não sei))

- A organização aposta na inovação dos produtos/serviços e/ou processos internos com o objetivo de introduzir recursos e energias renováveis e desenvolver novas soluções imitando o que acontece na natureza.
- A organização incentiva a reciclagem.
- A organização incentiva a reutilização de materiais.
- A organização utiliza fontes de energia renovável no seu dia-a-dia laborativo.
- A organização substitui materiais e processos por novos sustentáveis.
- A organização opta pela substituição de serviços/produtos físicos por serviços/produtos virtuais.

- A organização substitui materiais e processos internos físicos (como por exemplo papel, impressos) por novas tecnologias digitais (desmaterialização).

13 - Na sua opinião, e no que respeita à sociedade e meio ambiente:

(1 (nenhuma concordância) - 5 (total concordância); NA/NS (não aplicável e/ou não sei))

- A organização incentiva a criação de ligações com as comunidades locais e demais parceiros para a geração de benefícios sociais e ambientais.

- A organização cria mecanismos para retirar os maiores benefícios possíveis da sustentabilidade (incubadoras de sustentabilidade e plataformas de partilha de ideias internas e/ou externas).

- A organização investe no desenvolvimento de soluções sustentáveis para a sociedade e meio ambiente.

14 - Quanto ao papel da liderança na sustentabilidade, na sua opinião:

(1 (nenhuma concordância) - 5 (total concordância); NA/NS (não aplicável e/ou não sei))

- A organização incentiva práticas sustentáveis para garantir o bem-estar dos parceiros (funcionários, clientes, fornecedores, acionistas).

- A organização desenvolve ações que encorajam o consumo sustentável pelos utilizadores finais, ou adoção de estilos de vida mais sustentáveis.

Bloco IV- Desafios e Oportunidades

15 - Enumere alguns projetos de economia circular ou sustentabilidade em que a sua organização esteja envolvida e reflita sobre o valor que podem estes ter para a organização, sociedade e ambiente.

16 - Perante todos os desafios existentes na implementação de modelos de negócio sustentáveis ou de economia circular, indique aqueles em que a sua organização encontra maiores barreiras (por exemplo, económico-financeiras, tecnológicas, de know-how, de recursos humanos, de cultura organizacional) e como julga que o Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) poderá dar uma resposta assertiva e ajudar as empresas da região a ultrapassar as dificuldades observadas.

Muito obrigada pela sua participação!