

---

# SUSTENTABILIDADE NO SETOR DO TURISMO: ESQUEMAS DE RECONHECIMENTO E CERTIFICAÇÃO EXISTENTES

---

## SUSTAINABILITY IN TOURISM SECTOR: EXISTING RECOGNITION AND CERTIFICATION SCHEMES

---

**ABSTRACT** The sustainability concept, widely implemented in some sectors of the economy, has gained particular relevance, especially in the last decade, in the tourism and travel industry. This article aims to introduce a framework for sustainability in the tourism sector, as well as identify key certification and recognition schemes of sustainable tourism. These schemes may be certifications of tourism and travel agents (business operators) or certification of buildings, products and other places (beaches and marinas).

The diversity of schemes plus the lack of centralized information about them is a barrier to information, systematization and dissemination of good practices, so this work aims to identify and characterize existing systems applied by companies of the tourism sector. This knowledge contributes to the planning and definition, by tourism companies, of a sustainability strategy to be defined and implemented.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Sustentabilidade; Turismo; Turismo Sustentável; Certificação; GSTC

### **KEYWORDS**

Sustainability; Tourism; Sustainable Tourism; Certification; GSTC

**ANA CLÁUDIA COELHO** MSc Environmental Engineering at Instituto Superior Técnico da Universidade Técnica de Lisboa, Senior Manager of Sustainable Business Solutions, PwC Portugal

**CARLOS DE LLERA** MSc Environmental Engineering at Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa, Senior Associate of Sustainable Business Solutions, PwC Portugal

## INTRODUÇÃO – O TURISMO SUSTENTÁVEL

Entende-se por turismo a viagem para fins de lazer, recreativas ou de negócios. A Organização Mundial do Turismo (WTO, sigla em inglês), define turistas como pessoas que viajam para fora de seu ambiente habitual, por não mais de um ano consecutivo, para lazer, negócios e outros fins.

**O turismo representa, a nível mundial:**

5% do PIB

30% das exportações mundiais em serviços

235 milhões de empregos

980 milhões de turistas internacionais em 2011

– Aumento previsto de 3-4% para 2012

1.800 milhões de turistas até 2030

€ 741 mil milhões gerados pelo turismo internacional

O turismo sustentável é definido pela WTO como aquele que tem em consideração os impactes económicos, sociais e ambientais, atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, da envolvente e das comunidades locais. Os princípios para o desenvolvimento do turismo sustentável, aplicados através de práticas de gestão sustentáveis, são aplicáveis a todas as formas e segmentos do turismo, em toda a cadeia de valor, e dizem respeito a aspetos económicos, ambientais e socioculturais do desenvolvimento turístico, sendo necessário um equilíbrio entre as três vertentes de modo a garantir a sustentabilidade a longo prazo.

A WTO ainda refere que o turismo sustentável deve maximizar e preservar os recursos ambientais (elemento chave no desenvolvimento turístico) e respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades locais, conservando os ativos culturais e arquitetónicos, promovendo a tolerância intercultural, tendo definido 12 objetivos da agenda do turismo sustentável:

Pilar Económico	Pilar Ambiental	Pilar Social	Pilar Cultural
<ul style="list-style-type: none"><li>• Viabilidade económica</li><li>• Satisfação dos visitantes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diversidade biológica</li><li>• Eficiência dos recursos</li><li>• Qualidade ambiental</li><li>• Integridade paisagística</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prosperidade local</li><li>• Qualidade do emprego</li><li>• Equidade social</li><li>• Bem-estar da comunidade</li><li>• Envolvimento de <i>stakeholders</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Riqueza cultural</li></ul>

A promoção do turismo sustentável tem vários *drivers*, nomeadamente: aumento de legislação e regulação mais rigorosa; crescente consciencialização por parte de operadores, governos e comunidades locais, dos impactes ambientais pro-

vocados pelo crescimento do turismo; reconhecimento de que a qualidade ambiental é essencial para uma maior competitividade nos produtos e serviços oferecidos e crescente consciencialização das comunidades locais na influência direta

que podem exercer no desenvolvimento de políticas de turismo.

Um estudo realizado pela TripAdvisor em 2012 nota que 71% dos auscultados refere que realizaria escolhas ambientalmente responsáveis relacionadas com o turismo.

Outro estudo (Nielsen, 2012) refere que quase a metade (46%) dos consumidores globais estão dispostos a pagar mais por produtos de companhias que mostrem um compromisso com a responsabilidade social.

A minimização dos impactes ambientais e socioculturais junto com a criação de benefícios económicos para as comunidades locais é conseguido através de uma abordagem integrada de planeamento, gestão e certificação. Existem a nível mundial diversos esquemas e sistemas de reconhecimento e certificação de entidades e boas práticas no setor do turismo, relacionados com a sustentabilidade, que incidem sobre o desempenho global das entidades ou sobre o seu desempenho em temas específicos relacionados.

Tabela 1 – Riscos e oportunidades do turismo

TEMA	RISCOS	OPORTUNIDADES
<b>Alterações Climáticas</b>	<p>Elevado consumo de energia com emissões de GEE associadas.</p> <p>O aumento dos custos de viagem (e.g. aviação devido a taxas de carbono e preço dos combustíveis) pode afetar os destinos internacionais, nomeadamente operadores turísticos e hotéis.</p> <p>O aumento do nível do mar e eventos extremos afetam as regiões costeiras e ilhas, causando impactes negativos no turismo.</p> <p>O turismo não controlado ameaça as áreas naturais e ecossistemas, criando impactes negativos como erosão no solo, aumento da poluição, descargas de águas residuais não controladas, perda da biodiversidade, entre outros.</p> <p>A maioria dos empreendimentos turísticos gera</p>	<p>Implementação de medidas de eficiência energética que minimizem os impactes ambientais, aumentem a reputação da empresa e reduzam os custos de operação.</p> <p>Utilização de energias renováveis para satisfação das necessidades energéticas.</p> <p>Realização de Estudos de Impacte Ambiental e de Ordenamento do Território prévios à construção de novos empreendimentos turísticos.</p> <p>Implementação de medidas de eficiência hídrica que minimizem os impactes ambientais, aumentem a reputação da empresa e reduzam os custos de operação.</p> <p>Adotar práticas de gestão sustentável de resíduos que minimizem os impactes ambientais, valorizem</p>
<b>Degradação Ambiental</b>	<p>uma grande quantidade de resíduos que podem resultar em impactes ambientais negativos.</p> <p>Os empreendimentos turísticos são consumidores intensivos de água.</p> <p>As empresas associadas a um fraco desempenho ambiental podem enfrentar dificuldades na obtenção de licenças de operação e de construção de novos empreendimentos.</p>	<p>a empresa e reduzam os custos de operação.</p> <p>O crescente interesse pelo conceito turismo sustentável está a criar novas oportunidades de negócio de aumento de receitas (e.g. ecoturismo).</p>

TEMA	RISCOS	OPORTUNIDADES
<p><b>Standards Laborais e Condições de Trabalho</b></p>	<p>Recrutamento e retenção de funcionários (contratos sazonais, baixos salários, horas extraordinárias irregulares).</p> <p>A OIT estimou que o custo de substituição de um trabalhador é de \$EUA 3.000- 10.000. Não garantir boas condições de trabalho e a falta de recrutamento eficaz e de estratégias de atração e retenção de talentos poderá afetar a capacidade do setor de reter profissionais de qualidade a longo prazo, com impacto nos custos.</p> <p>Fracas condições de trabalho podem originar conflitos laborais, prejudicando a imagem e reputação dos agentes no setor do turismo.</p>	<p>Assegurar que as oportunidades de desenvolvimento de carreira e os benefícios oferecidos não se restringem a pessoal internacional de gestão e são estendidas a empregados locais.</p> <p>Boas condições laborais traduzem-se em alta produtividade e alta qualidade de serviço prestado, aumentando a procura do cliente e as receitas da empresa.</p>
<p><b>Direitos Humanos e Corrupção</b></p>	<p>Os agentes do turismo podem operar em países onde práticas reprováveis como a corrupção ou violação dos direitos humanos (prostituição, seqüestro) são comuns.</p> <p>A ignorância e falta de ações para evitar e mitigar estas práticas podem causar perdas consideráveis (de imagem, reputação, económicas, de operação) a longo prazo nos agentes turísticos.</p>	<p>Assegurar altos padrões de direitos humanos traduz-se em alta produtividade e alta qualidade de serviço prestado, aumentando a procura dos clientes e as receitas da empresa.</p> <p>A implementação de medidas que evitem e mitiguem a violação dos direitos humanos e a corrupção poderá evitar riscos e perdas elevadas económicas e de reputação.</p>
<p><b>Investimento na Comunidade Local</b></p>		<p>Investimentos locais podem ajudar a aumentar a reputação e valor da empresa, reforçando as relações com as comunidades locais.</p> <p>Empresas com historial de investimentos locais são bem vistas por governos e autoridades no que diz respeito à expansão para novos países.</p> <p>Estreitas relações com os meios locais pode ajudar a obter com maior facilidade licenças de operação</p>
<p><b>Saúde e Segurança</b></p>	<p>Um controlo ineficiente da saúde e segurança pode reduzir a procura por serviços de hotelaria e turismo.</p> <p>O setor é frequentemente afetado por múltiplas crises que prejudicam a procura de viagens, nomeadamente desastres naturais (e.g. terremotos, tsunamis), terrorismo ou epidemias. A falta de medidas de mitigação e prevenção destes eventos pode afetar negativamente os agentes turísticos.</p> <p>A saúde e segurança é um elemento essencial na prestação de serviços de qualidade. A incapacidade de garantir tais aspetos pode impactar negativamente a imagem do agente turístico.</p>	<p>A procura por hotéis e serviços turísticos está diretamente relacionada com a perceção do cliente em termos de saúde e segurança. A implementação de elevados padrões de saúde e segurança traduz-se em alta qualidade de serviço prestado, aumentando a procura do cliente e as receitas para a empresa.</p>

Fonte: Eurosif/Vigeo (2005); The VISIT Initiative (2004)

## ESQUEMAS EXISTENTES (CERTIFICAÇÕES E RECONHECIMENTOS)

O Acordo de Mohonk (2000) constituiu um consenso informal para a harmonização e desenvolvimento de uma base comum para a certificação do turismo sustentável e do ecoturismo. Foi o primeiro acordo de que diferenciou o turismo sustentável, cujos princípios podem ser aplicados a qualquer tipo de turismo em qualquer escala do

ecoturismo, que é um subconjunto do turismo sustentável com uma relação claramente definida do negócio e clientes com a natureza, conservação e cultura local. Existe uma larga lista de esquemas de certificação e reconhecimento, podendo estes ser aplicados em diferentes âmbitos (e.g. agentes da indústria do turismo, edifícios, produtos e serviços, outros) e com diferentes critérios (e.g. ambientais, gerais de sustentabilidade). O presente artigo visa identificar alguns dos mais relevantes.

Tabela 2 – Principais esquemas existentes de certificação e reconhecimento

Âmbito/Tema	Sustentabilidade	Ambiente
Empresas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Green Globe</li> <li>- EarthCheck</li> <li>- Eco-Certification Program (STEP)</li> <li>Green Key</li> <li>- European Ecotourism Labelling Standard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eco-Hotel (Tuv Rheinland)</li> </ul>
Edifícios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- LiderA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certificação LEED</li> <li>- Certificação BREEAM</li> </ul>
Produtos/Serviços		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecolabel – Rótulo Ecológico Europeu</li> <li>- Nordic Swan</li> </ul>
Outros	<ul style="list-style-type: none"> <li>- The Blue Flag</li> </ul>	

Figura 1 – Principais esquemas existentes de certificação e reconhecimento, por geografias



### Green Globe

Informação-chave

Âmbito empresas da indústria do turismo e das viagens. Certificação a nível mundial, em seis línguas.

Números mais de 800 parceiros em 83 países, 450 mil profissionais do turismo abrangidos.

Sede Califórnia, Los Angeles (EUA).

Sítio web: <http://greenglobe.com>

#### Descrição

O Green Globe é um programa de certificação de turismo sustentável, aplicado à indústria do turismo e das viagens. Está focado na implementação de alterações operacionais e de comunicação das práticas de sustentabilidade.

Na certificação (garantida por uma rede independente de auditores) é efetuada uma avaliação

estruturada do desempenho de sustentabilidade da empresa e seus parceiros da cadeia de fornecimento. O *standard* contempla 337 indicadores de conformidade, distribuídos por 41 critérios de sustentabilidade. Os indicadores aplicáveis variam consoante o tipo de certificação, a localização geográfica e fatores locais.

#### Requisitos/ Avaliação

As empresas certificadas pelo Green Globe devem cumprir uma série de critérios de sustentabilidade, contemplados em quatro principais áreas: Gestão sustentável; Social/Económico; Património cultural e Ambiente.

1. Gestão sustentável: Implementação de um sistema de gestão sustentável; Conformidade legal; Formação; Satisfação de clientes; Publicidade enganosa; conformidade no espaço,

*design* e construção; Interpretação; Estratégia de comunicação; Saúde e segurança.

2. Social/Económico: Desenvolvimento da comunidade; Emprego local; Comércio justo; Apoio aos empresários locais; Respeito pelas comunidades locais; Exploração; Contratação justa; Proteção de colaboradores; Serviços básicos.
3. Património cultural: Código de conduta; Artefactos históricos; Proteção de locais; Incorporação de cultura.
4. Ambiente: Preservação dos recursos naturais; Redução da poluição; Conservação da biodiversidade, ecossistemas e paisagem.

#### **Benefícios**

Redução de custos operacionais e impactes ambientais.

- Aumento da eficiência dos processos.
- Retorno do investimento.
- Compromisso com a Responsabilidade Social.
- Apoio às comunidades locais.
- Certificação internacionalmente reconhecida, abrangendo todos os aspetos da sustentabilidade.
- Verificação independente do desempenho e práticas de sustentabilidade.

#### **Earth Check**

Informação-chave

**Âmbito** empresas da indústria do turismo e das viagens. Certificação a nível mundial.

**Números** mais de 70 países, 39 setores, mais de 1.300 agentes de turismo e viagens.

**Sede** Queensland, Austrália.

**Sítio web:** [www.earthcheck.org](http://www.earthcheck.org)

#### **Descrição**

Programa internacional de *benchmarking*, gestão e certificação sustentável designado para a indústria do turismo e das viagens. O programa, lançado pelo grupo EC3 Global, permite uma abordagem sustentável ajudando os operadores turísticos a medir, monitorizar e mitigar os seus impactes ambientais, sociais e económicos. O programa surgiu duma iniciativa do governo australiano de criar uma organização de investigação científica e estratégica para o setor do turismo.

#### **Requisitos/ Avaliação**

A avaliação e certificação do Earth Check começa pelo compromisso da empresa com a sustentabilidade, através de um diagnóstico de sustentabilidade e elaboração de uma política. Prossegue com a determinação da pegada de carbono da empresa e com a definição dum plano de ação, decorrente da análise de *benchmarking* efetuada. O plano promove a integração e envolvimento dos colaboradores. A verificação conclui o processo

#### **Benefícios**

- Sistema internacionalmente reconhecido;
- Melhoria da eficiência operacional;
- Redução do consumo de recursos;
- Redução de custos operacionais;
- Gestão e mitigação de riscos;
- Assegura o cumprimento com legislação rigorosa, através de critérios alinhados com a nova economia do carbono.

## **Sustainable Tourism Eco-Certification Program (STEP)**

Informação-chave

**Âmbito** empresas da indústria do turismo e das viagens. Certificação a nível mundial.

**Números** –

**Sede** Washington, EUA.

**Sítio web:** <http://sustainabletravelinternational.org/program/step-eco-certification-standard>

### **Descrição**

Programa de certificação desenvolvido pela Sustainable Travel International com base nos critérios globais de turismo sustentável do Global Sustainable Tourism Council (GSTC). O programa começa com uma autoavaliação seguido por uma abordagem a um conjunto de melhores práticas da indústria. A certificação pode ser aplicada a qualquer empresa do setor turístico, entre elas a alojamentos, atrações, operadores turísticos e fornecedores de transporte.

### **Requisitos/ Avaliação**

Temáticas avaliadas: Planeamento do negócio; Experiência dos hóspedes; Práticas laborais; Gestão ambiental; Gestão da cadeia de fornecimento; Preservação dos ecossistemas e Impactes na comunidade.

### **Benefícios**

O programa permite reduzir custos, aumentar a eficiência energética, minimizar os impactes ambientais, envolvimento com a comunidade, gestão da cadeia de fornecimento, entre outros.

## **Green Key**

Informação-chave

**Âmbito** empresas do setor do turismo. Aplicação mundial.

**Números** 36 países, 1.800 estabelecimentos. Em Portugal, 25 empreendimentos turísticos.

**Sede** Copenhaga, Dinamarca.

**Sítio web:** <http://www.green-key.org>; <http://www.abae.pt/programa/GreenKey/inicio.php>

### **Descrição**

Lançado em 1994 pela organização não-governamental e sem fins lucrativos Foundation for Environmental Education (FEE) na Dinamarca, foi implementado em Portugal em 2007. Procura incentivar a alteração de comportamentos ao nível da gestão e de utilização dos recursos turísticos da região como meio de desenvolvimento. Esta iniciativa foi lançada em Portugal através da Associação Bandeira Azul da Europa, tornando-se como *ecolabel* independente.

### **Requisitos/ Avaliação**

As temáticas abrangidas para a sua atribuição são: Gestão ambiental; Envolvimento de colaboradores; Informação a clientes; Higiene e limpeza; Resíduos; Energia; Alimentação e bebidas; Ambiente interior; ambientes exteriores, parques e áreas ajardinadas; Atividades ao ar livre e Gestão de topo.

### **Benefícios**

- Envolvimento do cliente na estratégia de proteção ambiental sem que tal signifique uma redução do conforto enquanto utilizador do empreendimento;
- Reconhecimento, a nível internacional, de boas práticas de sustentabilidade;

- Redução de impactes ambientais;
- Redução de custos operacionais;
- Ligação à comunidade local.

### **Eco-Hotel (Tüv Rheinland)**

Informação-chave

**Âmbito** hotéis, aldeamentos turísticos, apart-hotéis, campos de golfe. Certificação a nível mundial.

**Números** mais de 20 países, mais de 1.000 hotéis.

**Sede** Alemanha (internacional). Miraflores, Portugal (TÜV Rheinland Portugal).

**Sítio web:** [http://tuv.pt/trp\\_turismo\\_Eco\\_Hotel.html](http://tuv.pt/trp_turismo_Eco_Hotel.html)

#### **Descrição**

Sistema de certificação ambiental baseado no referencial ISO 14001, em normas de saúde e segurança e Responsabilidade Social, adaptado a hotéis. O sistema simplifica os processos, é flexível e permite o manuseamento a profissionais pouco familiarizados com os processos de certificação. O sistema promove a política dos três "R" (reutilizar, reduzir e reciclar).

#### **Requisitos/ Avaliação**

O sistema avalia elementos tais como: Política e organização ambiental; Segurança; Motivação dos colaboradores; Gestão dos recursos energéticos; Gestão de resíduos; Água e efluentes; Substâncias perigosas; Comunicação externa; Alimentos e cozinha; Instalações interiores; Gestão de compras e de custos; Transportes, Formação; Instalações exteriores e meio envolvente.

### **Benefícios**

- Redução dos consumos de energia e água;
- Redução de custos operacionais;
- Cumprimento da legislação ambiental aplicável à atividade;
- Reconhecimento internacional;
- Gestão orientada para o meio ambiente;
- Motivação de colaboradores;
- Formação a colaboradores.

### **LiderA**

Informação-chave

**Âmbito** edifícios/espacos construídos. Certificações em Portugal

**Números** 33 certificações desde 2007

**Sede** Lisboa, Portugal

**Sítio web:** <http://www.lidera.info>

#### **Descrição**

Sistema voluntário português que tem em vista efetuar de forma eficiente e integrada de apoio, avaliação e certificação do ambiente construído que procure a sustentabilidade. O sistema através dos seus princípios e critérios, permite apoiar o desenvolvimento de projetos que procurem a sustentabilidade e certificar a procura de sustentabilidade de produtos no ambiente construído (edifícios, zonas urbanas, empreendimentos, materiais e produtos) desde a fase de projeto, construção até operação. O sistema assenta em 43 critérios, sendo que para cada critério é possível verificar como o edifício se posiciona face à prática de referência, numa escala de G (menos eficiente) até A++ (mais eficiente), sendo o E a prática de referência.

### Requisitos/ Avaliação

O sistema assenta em seis princípios (que se subdividem em 22 áreas), nomeadamente:

- Integração local (solo, ecossistemas, paisagem e património);
- Consumo de recursos (energia, água, materiais, alimentares);
- Cargas ambientais (efluentes, emissões atmosféricas, resíduos, ruído exterior, poluição lumino-térmica);
- Conforto ambiental (qualidade do ar, conforto térmico, iluminação e acústica);
- Vivência socioeconómica (aceso universal, custos no ciclo de vida, diversidade económica, amenidades e interação social, participação e controlo);
- Uso sustentável (gestão ambiental, inovação).

### Benefícios

- Redução dos consumos de recursos naturais;
- Redução de custos associados ao consumo de recursos;
- Aplicação de boas práticas de sustentabilidade;
- Aumento dos níveis de conforto a vários níveis.

## **LEED - Leadership in Energy and Environment Design**

Informação-chave

Âmbito certificação ambiental de edifícios. Programa de certificação mundial.

Números mais de 130 países. 50.000 projetos, 8.900 milhões de m<sup>2</sup> certificados.

Certificação LEED Platinum (mais elevada): 25 países, 1070 projetos.

Sede Washington, EUA.

Sítio web: <https://new.usgbc.org/leed>

### Descrição

Sistema de certificação ambiental de edifícios, desenvolvido em 1994 pelo United States Green Building Council (USGBC). O sistema promove a construção sustentável e os critérios de avaliação de desempenho são avaliados de forma aberta e transparente. Os critérios de avaliação são revisados e aprovados pelos associados do USGBC fazendo deste processo de certificação um sistema transparente. Consoante a pontuação, o edifício pode obter quatro níveis de certificação.

O sistema engloba vários tipos de certificação, segundo o tipo de construção, nomeadamente: Novas construções; Edifícios existentes; Interiores comerciais; Estruturas e esqueleto; Retailho; Escolas; Residencial; Desenvolvimento de bairro e Saúde. Consoante a pontuação obtida, o edifício pode obter quatro níveis de certificação: Certificado, Prata, Ouro e Platina.

### Requisitos/ Avaliação

O sistema aborda seis categorias onde são agrupados os indicadores, nomeadamente:

- Escolha de locais sustentáveis;
- Eficiência e gestão da água;
- Energia e atmosfera;
- Materiais e recursos;
- Qualidade do ambiente interior;
- Inovação nas operações.

### Benefícios

- Redução dos custos de operação;

- Aumento do valor dos ativos;
- Conservação dos recursos energia e água;
- Edifícios mais seguros e saudáveis para os seus ocupantes;
- Redução das emissões de gases com efeito de estufa;
- Aumento da competitividade;
- Identificação e mitigação de riscos;
- Atração de arrendatários;
- Qualificação para descontos fiscais, subsídios e outros incentivos.

### **BREEAM - Building Research Establishment Environmental Assessment Method**

Informação-chave

**Âmbito** certificação ambiental de edifícios. Programa de certificação mundial.

**Números** mais de 200.000 edifícios certificados.

**Sede** Reino Unido

**Sítio web:** <http://www.breeam.org>

**Descrição**

Sistema de avaliação ambiental de edifícios mais utilizado à escala mundial. Lançado em 1990 pela BRE Global consiste numa ferramenta de *benchmarking* das melhores práticas de sustentabilidade no desenvolvimento de edifícios. O sistema tem certificados mais de 200.000 edifícios e cerca de meio milhão de edifícios inscritos para avaliação desde a sua criação. A certificação BREEAM aborda numerosas questões ambientais e de sustentabilidade, permitindo a arquitetos, *designers* e gestores de edifícios demonstrar os altos padrões ambientais implementados a

clientes e outros *stakeholders*. O sistema de pontuação, simples e transparente, é apoiado por evidências com base científica e de investigação. A pontuação é traduzida numa escala de 1-5 estrelas com a seguinte nomenclatura: Pass; Good; Very Good; Excelent e Outstanding.

A BRE disponibiliza diferentes esquemas de certificação consoante o tipo de edifício, nomeadamente: Comunidades; Novos edifícios; Edifícios existentes; Remodelação e Código para habitações sustentáveis.

#### **Requisitos/ Avaliação**

As boas práticas ambientais são englobadas em diferentes categorias, nomeadamente:

- Energia; Gestão; Saúde e bem-estar; Transporte; Água; Materiais; Resíduos; Uso do solo; Poluição; Ecologia.

#### **Benefícios**

- Reconhecimento internacional do mercado dos baixos impactes ambientais do edifício;
- Aplicação de boas práticas ambientais na gestão do edifício;
- *Benchmarking* com práticas ambientais mais exigentes que os requisitos legais;
- Sistema que permite reduzir os custos de gestão e melhorar o ambiente interno do edifício;
- Progresso dos objetivos ambientais em relação às metas traçadas.

### **European Ecotourism Labelling Standard (EETLS)**

Informação-chave

**Âmbito** empresas. Programa europeu.

**Números** –

**Sede:** Europa.

Sítio *web*: <http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet>

### Descrição

Rótulo ecológico desenvolvido segundo os critérios de sustentabilidade do Global Sustainable Tourism Council (GSTC) para o ecoturismo europeu. O EETLS surgiu no âmbito do projeto European Ecotourism Knowledge Network (ECOLNET), um projeto europeu (2010-13), cofinanciado pela Comissão Europeia, Lifelong Learning Program, Transversal Programmes e Key Activity 3 – ICT Networks. O EETLS é o resultado de um processo de desenvolvimento e de consulta longa que documentou melhores práticas internacionais levando a um conjunto de critérios e indicadores que são adequados para garantir a qualidade dos serviços de ecoturismo. O EETLS foi a primeira norma a ser reconhecida pelo GSTC, em 2011. O rótulo é compatível com outras normas de certificação de qualidade e sustentabilidade, pois estabelece uns critérios mínimos aceitáveis que podem ser usados. Esta recolheu os principais critérios de outras iniciativas, rótulos e certificações, entre elas: Green Globe, Green Key, Eco Certification Programme, entre outros. Encontra-se em fase piloto

### Requisitos/ Avaliação

São avaliados uma série de critérios distribuídos em quatro grupos, a saber:

1. Gestão sustentável: Sistema de gestão; Conformidade legal; Formação; Satisfação de clientes; Publicidade enganosa; *Design* e construção de infraestruturas; Interpretação;

Conformidade de atividades especiais com regulação específica; Sensibilidade dos turistas.

2. Económico/Social: Desenvolvimento da comunidade; Emprego local; Comércio justo; Empresários locais; Comunidades indígenas; Exploração; Contratação justa; Proteção de colaboradores; Serviços básicos.
3. Património cultural: Código de conduta cultural; Artefactos históricos; Proteção de lugares; Incorporação da cultura.
4. Ambiente: Consumo de bens e recursos; Gestão de resíduos; Biodiversidade e vida selvagem.

### Benefícios

- Harmonização das melhores práticas internacionais em matéria de turismo sustentável;
- Primeiro *standard* a ser reconhecido pelo GSCT;
- Rótulo desenvolvido a partir de um transparente e longo processo de consulta;
- Compatível com outros rótulos ecológicos e normas de certificação.

### Ecolabel – Rótulo Ecológico Europeu

Informação-chave

**Âmbito** produtos/serviços (ambiente)

**Números** mais de 1.300 licenças, mais de 17.000 produtos.

Itália: mais de 9.000 produtos; França: mais de 3.800 produtos

Portugal: 3 alojamentos turísticos

Sede: Europa (Comissão Europeia)

Sítio *web*: <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel>

### Descrição

Certificação voluntária implementada em 1991 na União Europeia, com o objetivo de ajudar os consumidores a escolher produtos mais ecológicos e responsáveis ambientalmente. A certificação é gerida pelo Comitê do Rótulo Ecológico da União Europeia (CREUE). O rótulo pode ser aplicado a qualquer produto que seja comercializado na zona económica europeia, à exceção de produtos alimentares, farmacêuticos e dispositivos médicos.

### Requisitos/ Avaliação

Para se qualificar para rótulo ecológico, os produtos têm de cumprir um conjunto de critérios ambientais, definidos por um painel de especialistas de uma série de partes interessadas, incluindo cientistas, ONG e organizações de consumidores e da indústria. Os critérios têm em consideração o ciclo de vida do produto, desde a extração de matérias-primas, produção, embalagem e transporte, até o seu uso e tratamento final.

O rótulo garante, através dos seus requisitos, a gestão sustentável da água e da energia, a utilização de recursos renováveis e produtos químicos não tóxicos e a informação e comunicação ambiental aos clientes.

### Benefícios

- Crescente consciência ambiental por parte de clientes e outros *stakeholders*, preferindo produtos mais responsáveis em termos ambientais;
- Rótulo ecológico reconhecido em toda a Europa;
- Aumento da reputação, valorizando o negócio;

- Aumento de receitas (vendas);
- Demonstração da preocupação com assuntos de responsabilidade social.

### Nordic Swan

Informação-chave

**Âmbito** produtos (ambiente).

**Números** aplicável nos países Nórdicos (Suécia, Dinamarca, Islândia, Finlândia e Noruega). 63 categorias de produtos.

**Sede** Estocolmo, Copenhaga, Helsinki, Oslo e Rejkavik.

**Sítio web:** <http://www.nordic-ecolabel.org>

### Descrição

Ecolabel voluntário estabelecido em 1989, pelo Conselho de Ministros Nórdico com o objetivo de constituir um sistema de rotulagem ambiental que promovesse um consumo sustentável de produtos e serviços de residentes e turistas. O esquema de rotulagem avalia os impactes ambientais do produto no ambiente durante todo o seu ciclo de vida.

### Requisitos/ Avaliação

Os produtos têm de cumprir elevados padrões ambientais, mas também de qualidade e saúde.

Na fase de seleção dos grupos de produtos que são os mais adequados para o esquema, os produtos são analisados com base na sua relevância, potencial e como podem ser controlados ou dirigidos. Os requisitos e critérios variam consoante o grupo de produtos, analisando de um modo geral temáticas como: Eficiência energética; Substâncias perigosas; Ruído, *Design*, Informação para o cliente; Tempo de vida útil; Código de conduta.

## **Benefícios**

- Ferramenta de marketing eficaz que assegura que o produto cumpre elevados padrões ambientais;
- Promoção do consumo responsável e sustentável e por conseguinte do turismo sustentável;
- Envolvimento com a comunidade local;
- Aumento da reputação.

## **Blue Flag International**

Informação-chave

Âmbito praias e marinas. Programa internacional.

Números 46 países, 3.850 praias e marinas.

Sede Copenhaga, Dinamarca.

Sítio web: <http://www.blueflag.org>; <http://www.abae.pt/programa/BA/inicio.php>

### **Descrição**

O Programa Blue Flag (Bandeira Azul) iniciou-se à escala europeia, em 1987, integrada no programa do Ano Europeu do Ambiente. Esta iniciativa da organização não-governamental e sem fins lucrativos Foundation for Environmental Education (FEE), com o apoio da Comissão Europeia. Tem como objetivo, elevar o grau de consciencialização dos cidadãos em geral, e dos decisores em particular, para a necessidade de se proteger o ambiente marinho e costeiro e incentivar a realização de ações conducentes à resolução dos problemas aí existentes. Com a expansão internacional do programa, a partir de 2006 foram unificados os critérios de avaliação, podendo estes refletir aspetos ambientais específicos de cada região.

A Campanha apresenta três vertentes: praias, marinas e embarcações de recreio. O rótulo é atribuído anualmente às praias e portos de recreio. A nível internacional, a Bandeira Azul da Europa é reconhecida como um rótulo ecológico, designadamente pela Comissão Europeia e pelo Programa das Nações Unidas para o Ambiente, estando em curso negociações para a sua adoção por países de outros Continentes. A estrutura de funcionamento da Campanha em Portugal, assim como o seu processo de decisão assenta na colaboração entre entidades públicas e privadas com responsabilidades ou interesses nas praias.

### **Requisitos/ Avaliação**

O programa tem em consideração 32 critérios para as praias e 24 para as marinas. Todos os critérios são englobados em quatro áreas principais, nomeadamente: 1. Informação e educação ambiental; 2. Qualidade da água; 3. Gestão ambiental e 4. Segurança e serviços.

Os critérios são na sua maioria imperativos (obrigatórios) existindo um reduzido número de critérios guia, devendo ser preferencialmente cumpridos.

No caso das embarcações, para se tornar membro da Campanha Bandeira Azul, basta seguir os critérios do código de Conduta Ambiental para Embarcações.

### **Benefícios**

- Melhoria da qualidade das praias e marinas, aumentando de forma exponencial a visita de turistas;
- Promoção e adoção de práticas sustentáveis no turismo;
- Aumento da reputação;
- Identificação e minimização de riscos.

Tabela 3 – Comparação de esquemas

Norma	Âmbito	Key-facts avaliadas	Temáticas	Comunicação de critérios	Certificação
<b>Green Globe</b>	Empresas da indústria das viagens e do turismo	83 países 800 parceiros Lista pública de membros	Gestão sustentável; Social/Económico; Património cultural; Ambiente	Disponíveis publicamente	Certificação externa (auditores independentes por todo o mundo).
<b>EarthCheck</b>	Empresas da indústria das viagens e do turismo	70 países 1300 agentes do turismo	Não especifica as temáticas (sustentabilidade)	Não disponível publicamente	Certificação externa
<b>Eco-Certification Program (STEP)</b>	Empresas da indústria das viagens e do turismo	Não disponível	Planeamento do negócio; Experiência dos hóspedes; Práticas laborais; Gestão ambiental; Gestão da cadeia de fornecimento; Preservação dos ecossistemas; Impactes na comunidade	Disponíveis as temáticas de avaliação, não a lista de critérios	Certificação externa
<b>Green Key</b>	Empresas da indústria do turismo	36 países 1.800 estabelecimentos Portugal: 34 empreendimentos turísticos	Gestão ambiental; Envolvimento de colaboradores; Informação a clientes; Higiene e limpeza; Resíduos; Energia; Alimentação e bebidas; Ambiente interior; ambientes exteriores, parques e áreas ajardinadas; Atividades ao ar livre e Gestão de topo.	Disponíveis publicamente	Avaliação presencial para obter o diploma
<b>Eco-Hotel (Tuv Rheinland)</b>	Empresas do setor hoteleiro e campos de golfe	20 países 1000 hotéis	Política e organização ambiental; Segurança; Motivação dos colaboradores; Gestão dos recursos energéticos; Gestão de resíduos; Água e efluentes; Substâncias perigosas; Comunicação externa; Alimentos e cozinha; Instalações interiores; Gestão de compras e de custos; Transportes, Formação; Instalações exteriores e meio envolvente	Disponíveis as temáticas de avaliação, não a lista de critérios	Certificação externa

### **Crêterios Globais de Turismo Sustentável – Global Sustainable Tourism Council (GSTC)**

Em 2009, um grupo de especialistas, líderes da indústria e representantes da Organização das Nações Unidas reuniram-se para estabelecer o que veio a ser o Global Sustainable Tourism Council (GSTC), a primeira iniciativa *multistakeholder* focada na promoção do turismo sustentável. Através de grupos de trabalho dedicados e do apoio da UNEP, UNWTO e a Fundação da ONU, o GSTC foi fundado em Agosto de 2010. O GSTC exerce funções de organismo internacional que promove um maior conhecimento e entendimento das práticas de turismo sustentável, promovendo a adoção de princípios universais de sustentabilidade na indústria do turismo e das viagens (GSTC, 2010).

O objetivo desta iniciativa foi o desenvolvimento de uma série de critérios de sustentabilidade comum a todas as formas de turismo. O desenvolvimento dos critérios teve por base outros já existentes, aplicados em diversas certificações e rótulos ecológicos em matéria de turismo sustentável (entre eles os acima analisados). Os critérios, tanto para hotéis e operadores turísticos como para des-

tinios, organizam-se em quatro grandes áreas de atuação, nomeadamente: 1. Gestão sustentável; 2. Impactes socioecon micos; 3. Impactes culturais e 4. Impactes ambientais (GSTC, 2012).

Em março de 2012, o GSTC anunciou a segunda versão dos critérios de sustentabilidade para hotéis e operadores turísticos, depois de três anos de análise e comentários do público sobre a versão inicial. No que diz respeito aos critérios de sustentabilidade para os destinos, estes foram concebidos para promover entre os gestores, especialistas do setor, comunidades locais e empresas, a necessidade de preservar os ativos naturais e culturais que atraem os turistas, retirando benefício econ mico para as comunidades e empresas em simultâneo.

O GSTC reconhece ainda uma série de normas de turismo sustentável como estando alinhadas com os critérios de sustentabilidade para o turismo sustentável. Contudo, o GSTC não assegura que o processo de certificação seja fiável, apenas que as normas incluem os elementos mínimos para assegurar a sustentabilidade. Estas normas são, na sua maioria, aplicáveis a um país específico.

**Tabela 4 – Normas reconhecidas pelo GSTC**

Continente	País	Aplicação	Norma	Referência
América	Costa Rica	Nacional	Costa Rican Tourist Board (ICT)'s; Certification for Sustainable Tourism (CST)	<a href="http://www.turismo-sostenible.co.cr/en">http://www.turismo-sostenible.co.cr/en</a>
América	EUA	Mundial	Eco-Certification Program (STEP)	<a href="http://sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification.html">http://sustainabletravelinternational.org/documents/sustainabletourismcertification.html</a>
América	EUA	Mundial	Rainforest Alliance's Standard for Tourism Operation	<a href="http://www.rainforest-alliance.org/tourism/verification">http://www.rainforest-alliance.org/tourism/verification</a>

Continentes	País	Aplicação	Norma	Referência
Austrália	Austrália	Nacional	Ecotourism Australia's Advanced Ecotourism Standard	<a href="http://www.ecotourism.org.au">http://www.ecotourism.org.au</a>
Austrália	Austrália	Mundial	EarthCheck	<a href="http://www.earthcheck.org">http://www.earthcheck.org</a>
Ásia	Japão	Nacional	Japan Ec lodge Association's Environmentally sustainable accommodations standard	<a href="http://www.japan-ecolodge.org/english/gaiyou.php">http://www.japan-ecolodge.org/english/gaiyou.php</a>
África	África do Sul	Nacional	Fair Trade in Tourism for South Africa (FTTSA)	<a href="http://www.fairtourismsa.org.za">www.fairtourismsa.org.za</a>
Europa	Áustria	Nacional	Austrian Ecolabel for Tourism (Österreichisches Umweltzeichen)	<a href="http://www.umweltzeichen.at">http://www.umweltzeichen.at</a>
Europa	Irlanda	Nacional	Ecotourism Ireland's Ecotourism Ireland Label	<a href="http://www.ecotourismireland.ie/">http://www.ecotourismireland.ie/</a>
Europa	Espanha	Nacional	Instituto de Turismo Responsable's Biosphere Hotels	<a href="http://www.biospheretourism.com">http://www.biospheretourism.com</a>
Europa	Malta	Nacional	Malta Tourism Authority's ECO certification scheme	<a href="http://www.mta.com.mt/eco-certification">http://www.mta.com.mt/eco-certification</a>
Europa	Europa	Europeia	European Ecotourism Labelling Standard	<a href="http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet">http://www.ecotourism-network.eu/en-about-us/en-ecolnet</a>

### BENEFÍCIOS DOS RÓTULOS ECOLÓGICOS E CERTIFICAÇÕES DO TURISMO SUSTENTÁVEL

Stakholder	BENEFÍCIOS
Empresas do Setor do Turismo	<p>Método credível para demonstrar e comunicar as melhores práticas e a proatividade no setor.</p> <p>Redução de custos operacionais através do aumento da eficiência dos processos.</p> <p>Melhoria do desempenho ambiental e/ou social.</p> <p>Aquisição de vantagem competitiva face à concorrência.</p> <p>Promoção de metas ambientais através de campanhas de <i>marketing</i>.</p> <p>Serve como incentivo às empresas para manter e melhorar o seu desempenho, reduzindo os seus impactes.</p>
Turistas	<p>Educação de turistas em relação aos impactes associados ao turismo.</p> <p>Incentivo os turistas a atuar de forma sustentável, através de compras responsáveis.</p> <p>Informa os turistas sobre as diversas vantagens permitindo-lhes realizar escolhas com base em informação de sustentabilidade.</p>
Governos e Autoridades	<p>Redução de custos regulatórios de proteção ambiental.</p> <p>Aumento dos padrões da indústria nas áreas da saúde, ambiente e responsabilidade social.</p>

Stakholder	BENEFÍCIOS
	Proteção dos nichos de mercado como os destinos de ecoturismo, especialmente quando a sua credibilidade está ameaçada. Redução de pobreza em áreas rurais, derivado da distribuição de benefícios às comunidades locais
Comunidades Locais	Proteção do ambiente e da cultura local do lugar de destino por parte das empresas de turismo. Promoção da distribuição de benefícios económicos e sociais reais. Usado como ferramenta para fornecer maior equidade social.

## LIMITAÇÕES DO TURISMO SUSTENTÁVEL

**Forte dependência de aspetos comportamentais:** A decisão de adotar práticas de sustentabilidade representa um desafio para os agentes da indústria do turismo. Embora os benefícios para as comunidades e para as empresas sejam evidentes, a introdução de alterações, principalmente inovadoras, necessita de um processo de tempo específico, conduzindo por vezes a alterações no clima organizacional da empresa (La Lopa & Day, 2011). Se os *stakeholders* não sentirem a necessidade de mudança, esta irá ser rejeitada, sendo que a maioria das tentativas de mudança irão falhar. Segundo Le & Hollenhorst (2005), antes de tomar qualquer decisão, os gestores devem analisar a resistência e empatia dos seus colaboradores, pois as tentativas de mudança tendem a funcionar mais depressa quando os colaboradores entendem os benefícios e apoiam a causa. Por este motivo, se os colaboradores não entendem a necessidade de mudança e a implementação de soluções inovadoras e sustentáveis, não serão capazes de transmitir esta perceção aos clientes.

**Falta de sensibilização ambiental:** Outro entrave ao desenvolvimento sustentável na indústria do turismo é a falta de conhecimento. Garci (2010) refere que a consciência ambiental dos gestores é, de um modo geral, reduzida, travando a implementação de práticas de sustentabilidade. Nos casos em que os gestores ultrapassam este obstáculo, encontram outros tais como a falta de *know-how* ou recursos necessários para por em prática as iniciativas. A falta de consciência ambiental leva a que os agentes do turismo não implementem práticas de sustentabilidade, apenas aquelas com um rápido retorno económico.

**Limitações em termos de recursos, no atual contexto económico-financeira:** A falta de recursos devido à atual crise económico-financeira é outra das limitações ao turismo sustentável. La Lopa & Day (2011) sugerem que os gestores e empresas devem ser formados nos benefícios de um negócio ser sustentável. Embora estas práticas possam ter associado um investimento inicial relevante, o retorno a médio e longo-prazo é, na maior parte dos casos, superior ao investimento inicial realizado. Ainda neste sentido, Figge e Hahn (2006) referem que algumas empresas aplicam práticas de sustentabilidade apenas se os custos são inferiores aos benefícios estimados.

**Percepção de aumento de preço:** A maioria dos académicos associa a sustentabilidade a uma imagem positiva da empresa (Jarvis *et al*, 2010). O *marketing* está reconhecido como um *driver* importante na abordagem à sustentabilidade, pois em muitos casos as empresas optam por adquirir rótulos ecológicos ou certificações, admitindo que este tipo de esquemas aumenta a reputação dos seus produtos e serviços, ganhando uma vantagem sobre os seus competidores. Contudo, alguns agentes da indústria do turismo utilizam este tipo de esquemas para aplicar preços mais elevados nos seus produtos e serviços, podendo influenciar as decisões dos seus clientes. Jarvis *et al* (2010) concluem que as empresas sobrestimam o número de clientes que estão dispostos a pagar mais por produtos e serviços mais sustentáveis.

---

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Os princípios da sustentabilidade podem ser aplicados a qualquer setor da indústria do turismo, desde o elemento mais básico (produto) até o maior grupo hoteleiro. Uma forma de premiar as empresas que implementam este tipo de práticas é através da atribuição de um reconhecimento independente e credível.

A certificação é uma forma de garantir que um produto ou atividade cumpre com um padrão mínimo estabelecido. Atualmente existem inúmeros esquemas de certificação e reconhecimento, embora a sua história seja recente (pouco mais de 20 anos). As certificações podem ser de diferen-

tes âmbitos (e.g. produtos, serviços, edifícios, empresas), funcionar segundo diversos critérios (e.g. ambientais, sociais, económicos) e ser aplicadas a diferentes escalas (e.g. internacional, nacional, regional, local). O facto de existirem numerosos sistemas e esquemas de certificação e reconhecimento do turismo sustentável, com diferentes âmbitos e critérios, não permite a sua correta valorização por parte dos *stakeholders* causando, por vezes, alguma confusão. É amplamente reconhecido por académicos, clientes, empresas e governos que estes sistemas e rótulos ajudam a melhorar o desempenho das empresas, sendo uma ferramenta-chave para a implementação de práticas de sustentabilidade, trazendo diferentes vantagens quando são aplicados.

Entre as vantagens podem ser destacadas: consumo eficiente dos recursos naturais; redução de custos operacionais; envolvimento com a comunidade local; redução da pobreza; aumento de reputação; motivação de colaboradores, entre outras. O *marketing* está reconhecido como um *driver* importante na abordagem à sustentabilidade, pois em muitos casos as empresas optam por adquirir rótulos ecológicos ou certificações, admitindo que este tipo de esquemas aumenta a reputação dos seus produtos e serviços, ganhando uma vantagem sobre os seus competidores.

Este artigo permite concluir que os países mais ativos, em matérias de implementação de sistemas de certificação e reconhecimentos são e os países Europeus, Estados Unidos da América e Austrália. Estes reconhecimentos, inicialmente focados em critérios ambientais, abrangem cada

vez mais outros critérios de sustentabilidade, nomeadamente sociais, económicos e culturais.

Por outro lado, o elevado número de esquemas de certificação e reconhecimento, destinado a diversos setores, aplicado em diferentes âmbitos e geografias e com diferentes critérios cria alguma confusão nos utilizadores, não existindo uma referência clara sobre o melhor sistema, adaptando-se cada um às necessidades específicas do consumidor.

Por este motivo, têm sido lançadas recentemente várias iniciativas *multistakeholder*, de âmbito internacional, que pretendem o levantamento e uniformização de critérios e práticas de sustentabilidade para a indústria do turismo e das viagens, a principal delas o Global Sustainability Tourism Council (GSTC - 2011). O lançamento de estas iniciativas permite a partilha de experiências entre esquemas, o consenso para

que critérios de sustentabilidade a aplicar e o reconhecimento mútuo – podendo por isso contribuir positivamente para a disseminação das certificações do turismo sustentável.

A pressão dos *stakeholders* que intervêm na cadeia de valor do setor turístico, principalmente dos turistas, para o desenvolvimento de produtos e serviços mais sustentáveis, a criação de regulação e ferramentas de sustentabilidade por parte dos governos e autoridades e a melhoria no desempenho das empresas da indústria do turismo são os principais motivos / drivers para a certificação de uma atividade.

Outro aspeto que deverá contribuir de forma positiva para a disseminação das certificações será a formação dos agentes do turismo sobre os aspetos positivos da sustentabilidade, aumentando a consciência ambiental dos mesmos.

---

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

Eurosif & Vigeo (2005). *Hotel & Tourism sector report*. Disponível em: [http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/eurosif\\_sr\\_hotel\\_tourism.pdf](http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/eurosif_sr_hotel_tourism.pdf)

Figge, F., Hahn, T. (2004). *Sustainable value – added measuring corporate contributions to sustainability beyond eco-efficiency*. *Ecological economics*, 48: 173-187.

Graci, S. (2010). *Examining the factors that impede sustainability in China's tourism accommodation industry: a case study of Sanya, Hainan, China*. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19: 38-55.

GSTC (2010). *Global Sustainable Tourism Council Annual Report 2010*. Disponível em: <http://www.gstcouncil.org/ima->

[ges/stories/SupportDocs/Documents/GSTC\\_Annual\\_Report\\_Final.pdf](http://www.gstcouncil.org/ima-)

GSTC (2012). *Global Sustainable Tourism Criteria*. Disponível em: <http://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria.html>

Jarvis, N., Simcock, N., Weeden, C. (2010). *The benefits and challenges of sustainable tourism certification: A case study of the Green Tourism Business Scheme in the West of England*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17, 83–93.

La Lopa, M., J., Day, J. (2011). *Pilot study to assess the readiness of the tourism industry in Waled to change to sustainable tourism business practices*. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18: 130-139.

Le, Y., Hollenhorst, S. (2005). *Perceptions of vietnamese tours companies toward adopting sustainable tourism prac-*

*tices*. An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 16(1): 79-99.

Nielsen (2012). *Socially Conscious Consumer*. Disponível em: <http://www.brandchannel.com/home/post/Nielsen-Report-Corporate-Citizenship-040312.aspx>

The VISIT Initiative (2004). *Tourism eco-labelling in Europe – moving the market towards sustainability*. ECEAT, ECO-TRANS. EU-LIFE Environment Programme.

TripAdvisor (2012). *Eco-friendly travel survey*. Disponível em: <http://www.multivu.com/mnr/49260-tripadvisor-eco-friendly-travel-survey-voluntourism-go-green>

World Tourism Organization (1995). *Collection of Tourism Expenditure Statistics*. Technical Manual, n. ° 2.

Disponível em: <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>

World Tourism Organization-United Nations Environment Programme (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Disponível em: <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>