

1. As empresas turísticas

A concorrência no mercado do lazer, recreio e viagens é muito forte e as empresas turísticas que pretendam ter sucesso nesta área devem focalizar a sua acção nas necessidades dos clientes, tendo sempre presente a prestação dos serviços de acordo com os mais elevados padrões de qualidade.

Para alguns o turismo é visto como uma “indústria” que gera emprego e dinheiro, para outros o turismo traz a destruição do estilo de vida tradicional, estimula relações de exploração e a sobredependência de uma actividade instável e sazonal.

Na realidade nenhuma das duas perspectivas é uma verdade absoluta, pois a complexidade e a abrangência da área é tão grande que nem tudo pode ser positivo nem tudo pode ser negativo. As empresas turísticas não podem ter uma visão redutora das suas actividades.

De um ponto de vista mais positivo, entende-se o turismo como uma indústria de grandes benefícios, um agente de mudança económica e social que estimula o emprego e o investimento, modifica o uso da terra e a estrutura económica das regiões e dos países, contribuindo para a balança de pagamentos dos países receptores e para a economia em geral.

A conceptualização pessimista entende o turismo como um acelerador das desigualdades, que divide as comunidades e não as faz crescer de uma maneira sustentável, quer do ponto de vista social, quer ambiental, quer político ou económico.

A realidade mostra que a indústria do turismo é, actualmente, uma das actividades que apresenta os mais elevados índices de crescimento no contexto da economia mundial.

As empresas turísticas, desde a década de 90 do século XX, têm vindo a conhecer um meio caracterizado por três fenómenos principais:

- o processo de globalização;
- o ambiente de incerteza;
- a importância crescente da competitividade para o sucesso e mesmo para a sobrevivência da empresa.

A indústria turística, tal como muitos outros serviços, tem as seguintes características:

- **Intangibilidade** – Os serviços são intangíveis. Ao contrário dos produtos, não podem ser vistos, sentidos, ouvidos ou cheirados antes da compra.
- **Inseparabilidade** – Os serviços são produzidos e consumidos em simultâneo.
- **Heterogeneidade** – Os serviços são muito variáveis. Dependem de quem os presta, onde são prestados.
- **Perecibilidade** – Os serviços não podem ser armazenados.

No entanto os serviços turísticos têm também **características específicas**:

- **Custo elevado** – O preço dos produtos turísticos é relativamente elevado. Ir de férias pode ser a compra mais importante e dispendiosa do ano;
- **Sazonalidade** – Picos de procura sobretudo no Verão;
- **Interdependência** – A indústria do turismo é composta por vários sectores que dependem uns dos outros;



- **Impacto na sociedade** – A indústria do turismo provoca impactos positivos e negativos, de ordem económica, sociocultural e ambiental significativos no destino, embora não deixe de afectar também as áreas emissoras;
- **Estão sujeitos a efeitos de choques externos** – O turismo é muito afectado por acontecimentos dramáticos que estão fora do controlo dos seus gestores. Guerras, tempestades, ataques terroristas, poluição, acidentes, publicidade adversa têm um efeito rápido e negativo na evolução dos negócios.

A actividade turística necessita da actuação do sector privado quando se pensa na implantação de empreendimentos turísticos, restaurantes, agências de viagens ou operadores turísticos, empresas de turismo activo ou organizadoras de eventos.

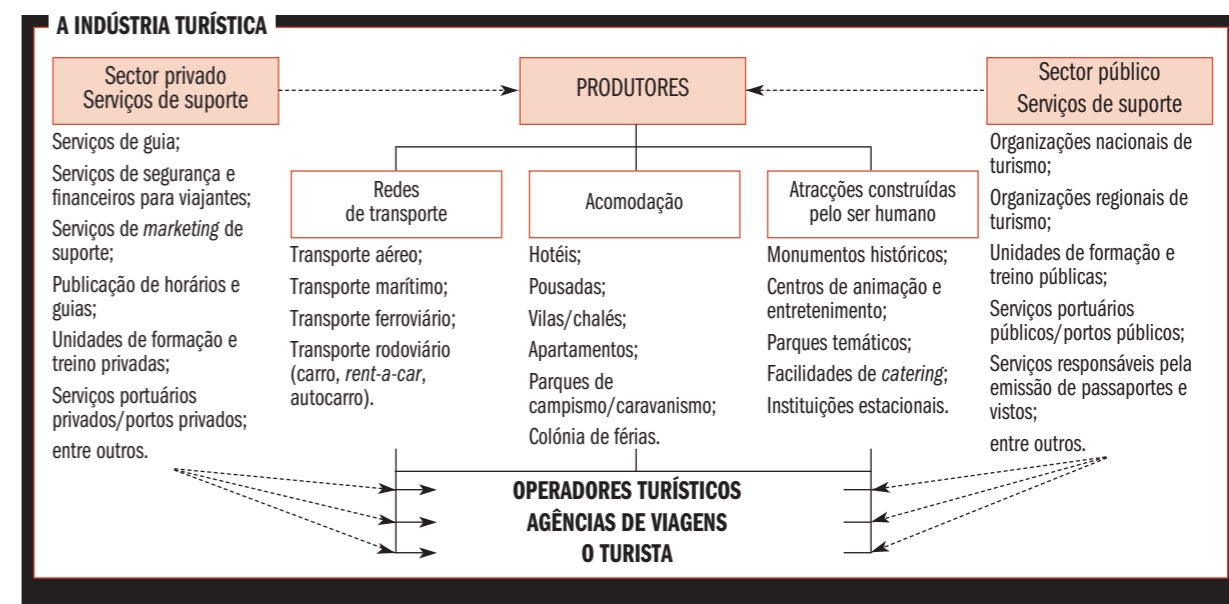
Mas, entretanto, existem outros actores também muito importantes. Os detentores da cultura local, ou seja, a comunidade que é um parceiro central, pois é este que conviverá com o fluxo turístico e seus impactos.

Outros potenciais intervenientes são as associações e organizações de cunho social e ambiental que poderão auxiliar nas discussões sobre as alternativas para a inclusão social e utilização sustentável dos recursos naturais, culturais e outros.

Também a comunidade científica deve participar activamente na actividade turística desenvolvendo o trâmite metodológico e a investigação correctos.

O sector público é outro actor importante, a quem cabe orientar a actividade pautando as reflexões de cada momento e compor o processo com a implementação, isoladamente ou em parceria, das acções planeadas de promoção, regulamentação, fiscalização, etc.

O quadro seguinte evidencia as relações estabelecidas entre diferentes actores.



É neste contexto que surge a Declaração de Utilidade Turística.

Utilidade Turística é uma qualificação atribuída a determinados empreendimentos turísticos e outros com relevância para o sector do turismo.

Trata-se de um instrumento que, entre outras vantagens, permite aos proprietários e promotores dos empreendimentos terem acesso mais facilitado a benefícios fiscais.

Esta classificação funciona como um incentivo ao investimento no turismo, com destaque para os empreendimentos de categoria superior.