

# Inovação e Turismo Voluntário: Uma experiência aceite por todos?

**Innovation and Volunteer Tourism: An experience accepted by all?**

MANUEL AU-YONG-OLIVEIRA \* [mao@ua.pt]

SIMÃO PERFEITO \*\* [simaoperfeito@ua.pt]

FILIPA ALMEIDA \*\*\* [filipasmalmeida@ua.pt]

**Resumo** | O Turismo Voluntário é uma inovação e é um dos nichos de mercado dentro do turismo que mais cresce. Vemos agora o desejo de um ‘investimento’ com o intuito de fazer o bem. Esta forma de viagem, que combina atividades tradicionais de lazer com oportunidades de voluntariado de forma organizada, ainda se encontra pouco explorada. O objetivo deste artigo centra-se no estudo das razões e motivações que levam as pessoas a fazer (ou não) este tipo de turismo. Foi feito um inquérito respondido por 300 pessoas, em outubro-novembro de 2019. De acordo com os dados do inquérito verifica-se a existência da vontade de realizar uma atividade de ajuda humanitária. No entanto, a preferência dos inquiridos em deslocar-se para o estrangeiro, em vez de ficarem em Portugal, poderá não ser possível, pois o preço que as pessoas estariam dispostas a pagar não coincide com as suas preferências de destino. Viagens de ‘Turismo Voluntário’ dentro de Portugal, ajudando assim o país a resolver os seus problemas sociais e humanitários – deverão ser equacionadas – pois estes problemas são comuns em todo o mundo, sendo o país desenvolvido ou ainda em desenvolvimento. Dos respondentes que não estavam interessados em fazer turismo voluntário (cerca de 23% da amostra), cerca de 75% destes não mudariam de opinião mesmo se houvesse remuneração pela atividade. Concluímos também que deve haver uma maior sensibilização para estes temas e atividades. Fizeram-se ainda testes do qui-quadrado, mas confirmou-se em ambos os casos a hipótese nula. Podemos concluir que parece existir igualdade de género quanto ao ter participado numa ação de voluntariado e quanto à intenção de realizar uma viagem de Turismo Voluntário.

**Palavras-chave** | Motivações, oportunidades, turismo, voluntário, volunturismo

---

\* **Post-doctorate in Competitiveness** at the University of Aveiro, **PhD in Industrial Engineering and Management** at the Faculty of Engineering, University of Porto (FEUP), **assistant professor** at DEGEIT (University of Aveiro), **member** of the Executive Committee at DEGEIT, **director** of the Master’s in Management at DEGEIT, **GOVCOPP researcher**

\*\* **Licenciado em Gestão Turística** pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego – Instituto Politécnico de Viseu. **Mestrando em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro

\*\*\* **Licenciada em Gestão Comercial** pela Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda – Universidade de Aveiro. **Mestranda em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro

**Abstract** | Volunteer Tourism is an innovation and is one of the fastest growing tourism niche markets. We now see a desire to “invest” in order to do good. This form of travel, that combines traditional leisure activities with organized volunteering opportunities, has not been explored a lot. The aim of this article is thus to study the reasons and motivation that lead people to do (or not do) this type of tourism. We performed a survey, which obtained 300 responses, in October-November 2019. In accordance with the data from the survey we see a desire to do humanitarian work. However, the preference of the respondents to go abroad, instead of staying in Portugal, may not be possible, as the price people are willing to pay does not coincide with their destination preference. Volunteer tourism within Portugal, thus helping the country resolve its social and humanitarian problems – should be considered – as these problems exist worldwide, whether the country is developed or developing. Of the respondents who were not interested in doing volunteer tourism (about 23% of the sample), about 75% of these would not change their minds even if they were paid for their efforts. We also conclude that there should be a greater sensitization about these themes and activities. Chi-square tests were also performed, but the null hypothesis was confirmed in both cases. We may conclude that there seems to be gender equality regarding having participated in a volunteering action and regarding the intention to go on a Volunteer Tourism trip.

**Keywords** | Motivations, opportunities, tourism, volunteering, voluntourism

## 1. Introdução

"A compaixão e a camaradagem são traços humanos dignos de aplausos, o que parece ser mais interessante é como um simples ato de assistência humanitária em voluntariado, em tempos de adversidade eleva tanto quem dá como quem recebe"(Wearing, 2003, p.3).

O Turismo, inclusive em Portugal (Au-Yong-Oliveira et al., 2017), tem tido, ao longo dos anos, um amplo crescimento na criação de produtos e serviços cada vez mais direcionados e para públicos cada vez mais específicos. Nestes avanços, surgiu também a preocupação da autenticidade da experiência (Carvalho & Duarte, 2021; Faria et al., 2021), assim como da preservação dos recursos naturais (Matos et al., 2019; Fossi & Au-Yong-Oliveira, 2021) o que, neste meio, tornou-se

um fator de extrema importância para o desenvolvimento no setor (Mendes & Sonaglio, 2013, p.186). As questões ambientais e o desenvolvimento sustentável começaram a influenciar o turismo, resultando no ‘nascimento’ de novos tipos de turismo inovadores (um indivíduo “investir”, por exemplo, 3.600 euros numa viagem para fazer turismo voluntário no Bali, durante três semanas), que o direcionam para boas práticas, geradoras de lucro e de impactos positivos. O Turismo pode ser qualificado como uma ‘filosofia do ser’, pois também alberga as atitudes de vida, as condutas eleitas, a ética global, a defesa da vida, do meio ambiente e do exercício da liberdade. É este Turismo livre, para todos os habitantes do planeta, que pode conduzir a buscas por manifestações de caráter solidário, motivadas por diversos fatores, como o gosto pela procura da felicidade ou pela busca de experiências de vida (Nascimento, 2012). O desejo de integração e participação cultural, o desejo de experiências autênticas ou o desejo de interação com novas pessoas e culturas, são alguns

dos motivos apontados por voluntários neste tipo de viagem (Kontogeorgopoulos, 2016). Neste contexto, surge então o 'Volunturismo', ou Turismo Voluntário, que compreende práticas sustentáveis e benefícios para o turista, o ambiente e a comunidade. Torna-se, assim, um promissor mercado para os próximos anos. Sendo um termo tão recente, o 'Volunturismo' ainda é pouco explorado, mas está a crescer, com o aparecimento de turistas mais exigentes e que procurem turismos alternativos (Ooi & Laing, 2010). Este nicho, em expansão, tem tido um desenvolvimento exponencial, mas ainda não se compara a outros motivos presentes no mercado (Wearing & McGehee, 2013). Para provar isto, foi feita uma pesquisa simples no motor de busca do Google, com o termo 'Volunturismo', onde foram encontrados 31.400 resultados e 'Turismo Voluntário', com 18.200.000 resultados. De seguida, fizemos uma pesquisa colocando outros tipos de turismo já mais conhecidos, como 'Turismo Cultural', que nos apresentou 581.000.000 resultados e 'Turismo de Negócios', com 394.000.000 resultados. Constata-se que o Turismo, relacionado com o Voluntário, gera muitas questões. É importante, por isso, investigar e conhecê-lo para, por fim, poder ser possível alcançar um maior fluxo de um turismo de sustentabilidade, que conduza ao mínimo de impactos negativos.

O relatório de setor 'Volunteer Travel Insights 2009', observa que o incidente de 11 de setembro e do Tsunami Indonésio, fez com que os viajantes começassem a pensar mais sobre este tipo de viagens e o mercado começou a consciencializar-se mais nas oportunidades que este tipo de turismo poderia concretizar (Wearing & McGehee, 2013). O Turismo voluntário foi primeiro conceptualizado por Wearing (2001) como uma prática em que turistas viajam para voluntariar durante feriados e férias, em ações de curto prazo que envolvem contribuições para alívio e diminuição da pobreza de grupos sociais em situação de fragilidade. Qualquer turista que participe num trabalho voluntário

enquanto viaja, será considerado um 'turista voluntário', independentemente da finalidade das suas férias, exceto os voluntários que o façam num período superior a um ano (Guttentag, 2009).

O presente estudo tem como objetivo o entendimento das intenções comportamentais para o turismo voluntário, e as razões que estão a afetar a exploração total deste tipo de mercado. Desta forma, segue-se uma revisão de literatura e uma metodologia com os devidos resultados apresentados. No fim serão apresentadas as principais conclusões obtidas.

## 2. Contextualização teórica

O conceito de turismo e turista surgiram no início do século XIX, porém, avaliar o conceito de turismo ainda é complexo, mesmo nos dias de hoje. Apesar da dificuldade em encaixar uma definição concreta para esta atividade, há pontos em comum nas definições já criadas, tais como: Turismo é um deslocamento para um lugar fora da residência habitual, por mais de 24h e menos de um ano. É também o consumo e proveito de bens ou serviços na satisfação de necessidades (Mendes & Sonaglio, 2013).

O conceito de voluntário surge nas dificuldades que o planeta enfrenta aos vários níveis. Segundo a legislação portuguesa, voluntário é "um indivíduo que de forma livre, desinteressada e responsável se compromete, de acordo com as suas aptidões e tempo livre, a realizar ações de voluntariado no âmbito de uma organização promotora" (Ajuda-mos.pt, 2018). Não há ainda um consenso sobre a natureza do Turismo Voluntário – devido à diversidade e complexidade dentro do seu conceito e também às pessoas que atrai. Este turismo, que envolve viagens, lazer e voluntariado, é visto como envolvendo o pagamento pelo próprio turista, na realização da sua participação em projetos organizados em ajudar ambientes naturais, sociais e cul-

turais. Diz-se, por isso, que este tipo de turismo é alternativo e a forma de voluntariado organizacional, pois é o resultado de uma forma de viagem altruísta e sustentável, com a ideologia de viajar para fazer a diferença numa comunidade, beneficiando esta a nível ambiental, económico e sociocultural. A oferta deste turismo atua na consciencialização nas questões de desigualdade global e no desejo de ajudar uma causa (Ooi & Laing, 2010).

O Turismo Voluntário ganhou vários destaques ao longo dos anos, contudo foi em 1990, quando a questão da responsabilidade social emergiu mais na consciência das pessoas, e quando se tornou popular o ano sabático, que esta forma de turismo despertou mais interesse para os investigadores (Mendes & Sonaglio, 2013). A Grã-Bretanha e outros países da Europa Ocidental são apontados como as raízes deste tipo de turismo, que mais tarde se desenvolveu e popularizou nos Estados Unidos da América e Austrália (Almeida & Casotti, 2015).

O turismo voluntário é alimentado pela autenticidade do seu valor. As atividades realizadas por turistas voluntários, criam experiências respeitadas e genuínas, tanto para os turistas, como para os locais e os habitantes daquele local. É, nesta vertente, inovador - culturalmente e regionalmente. “Ao falar de inovar [...] o fator humano não poderia ser mais central.” (Au-Yong-Olivera et al., 2019, p.858). São múltiplos os benefícios sociais e culturais para visitantes, anfitriões e voluntários. Por estas razões é que este emblemático turismo alternativo está envolto no desejo de imersão cultural e na integração em vários grupos étnicos (Kontogepopoulos, 2016). A busca por estas experiências culturais influencia bastante a motivação dos turistas e será, por isso, visto como um elemento vital na experiência turística (Ooi & Laing, 2010).

O Volunturismo aumentou dramaticamente nos últimos anos. O setor está em expansão, tanto em países em desenvolvimento, como em países já desenvolvidos. Este rápido crescimento justifica-se pelos requisitos quase inexistentes que o turista

necessita possuir, sendo o desejo de ajudar os outros a principal habilidade necessária. Existem projetos de turismo em todo o mundo e são organizados por várias entidades, como instituições de caridade, universidades ou ONGs. Estes projetos são diversificados e atuam em várias categorias, podendo estas ser a nível ambiental, conservação e pesquisa, educação e saúde (Guttentag, 2009).

Estima-se que o turismo voluntário, em 1990, teve a participação de aproximadamente 1,6 milhões de pessoas ao redor do mundo a participar em projetos, anualmente. Nestes últimos anos, os números aproximaram-se dos 10 milhões de pessoas. Segundo dados do Tourism Research & Marketing (2008), os turistas voluntários gastam em média entre 700 milhões e 1000 milhões de euros por ano, na atividade (Almeida & Casotti, 2015).

Num mundo onde temos catástrofes e desastres naturais, guerras entre países devido a um conjunto de interesses económicos e de superioridade por parte das diversas nações, disparidades sociais, a existência de mais poluição e pobreza estão presentes e afetam toda a sociedade, onde há também um crescimento e avanço tecnológico. Com cada dia que passa, com este mundo cada vez mais globalizado, era de prever que o turismo fosse um motor das economias, e geradora de emprego e riqueza para os países. Era de prever também que se fosse associar ao voluntariado, para que juntos consolidassem iniciativas para amenizar as mazelas da atualidade. Como exemplo disto, existem os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, criados em 2015 pela ONU, que se baseiam no trabalho conjunto do Governo e cidadãos de todo o mundo para acabar com a pobreza, promover a prosperidade e o bem-estar geral, proteger o ambiente e combater ainda as alterações climáticas (UNRIC, 2015).

É possível entender que o Volunturismo é então o turismo, ligado ao voluntariado, e que ambos são direcionados a um nicho, onde o mercado ainda é recente. Este turismo não recebe qualquer tipo de

remuneração, e é importante, para entendimento, que o turista vai realizar a sua viagem de lazer, durante as férias ou durante um ano sabático, trabalhando durante um período de tempo variado no voluntário, onde a responsabilidade do valor a pagar é somente do turista e nunca da comunidade ou do projeto que o alberga. Ressalta-se o facto de este turismo não convencional não poder ser chamado apenas de “voluntariado”, pois neste último, não precisaria de sair da sua residência habitual. A viagem deste tipo de turismo apresenta todas as características de uma viagem (motivação, deslocamento, permanência fora da residência e consumo de bens ou serviços), porém realizando um ou vários trabalhos voluntários (Mendes & Sonaglio, 2013).

Com base nestas explicações, o estudo efetuado que se segue, envolvendo 300 pessoas, através de um inquérito com amostra de conveniência, responde a algumas questões sobre as motivações, preocupações e outros pontos de interesse; que enriqueceram o estudo, realçando algumas afirmações aqui efetuadas.

Fazendo um foco nas motivações dos turistas para a realização deste tipo de turismo, é possível afirmar que são várias as razões pelas quais as pessoas se envolvem em ações de turismo voluntário e quais os benefícios associados a estas. Em vários contextos, as motivações principais do Turismo Voluntário, são a solidariedade, os fatores altruístas, onde a preocupação com determinada comunidade, a promoção do bem-estar de outras pessoas e a partilha de amor e assistência de alguma comunidade está priorizada. Espera-se, com este tipo de compromissos, uma nova forma de educação – onde os turistas voluntários esperam aprender com a experiência e com a interação com a população local, enriquecendo, assim, a sua cultura, através de novas experiências no contacto e na partilha. Também o aprimoramento do ego, e o aperfeiçoamento, seja para fazerem novos amigos, melhorar a autoestima ou a satisfação pessoal, surgem como novas dimensões da

motivação. Por último, também a fuga da rotina, e a participação em programas de voluntariado ou o desenvolvimento pessoal, para melhorar as suas habilidades, são cruciais na escolha de fazer este tipo de turismo (Han et al., 2019).

Neste contexto, o Turismo Voluntário posiciona-se como envolvendo viagens turísticas aliadas a serviços voluntários e dirigidos a causas sociais com motivações turísticas; onde se caracteriza pelo ato de dar apenas por bondade. No entanto, reconhece-se que este tipo de turismo é também enriquecedor para o viajante.

### 3. Metodologia

A amostra deste estudo é considerada uma amostra de conveniência, pois incidiu sobre a rede de contactos dos autores.

As perguntas colocadas aos inquiridos, através de um inquérito via Internet (Google Forms), foram desenhadas com o objetivo de se perceber se existiam variáveis que, se influenciadas, poderiam mudar a estrutura do Turismo Voluntário e a adesão a este ou a atividades similares. As perguntas foram elaboradas de um modo intuitivo (Elharidy et al., 2008) após ler estudos tanto na área do Turismo como do Voluntariado, e tendo em conta também o que os autores consideraram mais pertinente analisar, fruto da sua experiência enquanto turistas e investigadores.

Foram obtidas 300 respostas, todas válidas (durante os meses de outubro-novembro 2019), pelo que a análise deste inquérito foi a partir desta amostra (fez-se uma análise com estatística descritiva assim como com estatística inferencial – o teste do qui-quadrado). As questões do inquérito eram maioritariamente fechadas havendo apenas quatro de resposta curta, sendo que três destas eram referentes à recolha de dados demográficos; e uma quarta questão era sobre como tinham tido conhecimento dos Objetivos de Desenvolvimento

Sustentável, sendo que esta última apenas foi administrada às pessoas que referiram que conheciam os objetivos.

Os inquiridos foram questionados quanto à regularidade com que costumam viajar, e se não costumam, quais as principais razões para não o fazer. Adicionalmente, foi ainda perguntado se o inquirido tinha participado numa ação de voluntariado e em que áreas, sendo que aquando de uma resposta negativa à questão anterior, teria de explicitar as principais razões pelas quais nunca realizou uma ação deste tipo. No seguimento da realização das perguntas, explorou-se também o conhecimento dos inquiridos sobre o Turismo Voluntário, como também a vontade e o interesse em participar numa viagem do género, onde se incluiu algumas informações pertinentes sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, da ONU. Inquiriu-se ainda a opinião sobre a possibilidade de, em vez de se ter de pagar para se realizar uma viagem deste tipo, se esta fosse remunerada, o que isso influenciaria a afluência desta forma de turismo. Concluído o questionário e analisando as questões do inquérito, chegamos a alguns resultados concernentes.

#### 4. Resultados – Estatística descritiva

Da amostra analisada, 65,7% tem idade compreendida entre '18 e 30 anos', 17,7% entre '31 e 45' anos e 15% entre '46 e 65 anos'.

A maioria dos inquiridos são do sexo 'Feminino' (72,3%), com nacionalidade 'Portuguesa' (98,33%) e tendo concluído ou o 'Ensino Secundário' (32,7%), ou a 'Licenciatura' (45,3%) ou o 'Mestrado' (18%).

Dos 30% dos inquiridos que responderam que não costumam viajar, estes também indicaram a principal razão pela qual não o costumam fazer, sendo a situação 'Económica' a com mais peso nesta variável. Dos 70% que indicaram que costumam

viajar, a maioria indicou que prefere deslocar-se para o 'Estrangeiro' (68,6%) em vez de ficar em 'Portugal'.

Quase metade da amostra nunca realizou uma ação de voluntariado (43%) por falta de disponibilidade, conhecimento ou interesse – tendo sido estas três as principais razões indicadas. Destes 43%, no futuro 76,7% gostariam de participar numa ação deste tipo.

Da parte dos inquiridos que já tinham realizado uma ação de voluntariado (57%), as duas principais áreas referidas por estes onde estas foram realizadas foram: 'Solidariedade e Ação Social'. Destes indivíduos, 94,7% voltariam a repetir uma ação destas.

Os indivíduos desta amostra foram também questionados sobre se tinham conhecimento de Turismo Voluntário. 63,3% já conheciam este tipo de turismo, maioritariamente através da 'Internet'.

Quanto a estar disposto a realizar uma viagem neste âmbito, 23,3% indicou que não estaria disposto, sendo a 'Disponibilidade' (55,7%), a 'Falta de Interesse' (22,9%) e a situação 'Económica' (21,4%) as três razões mais indicadas que levam à falta de interesse neste tipo de viagem.

Foram realizadas duas questões, uma para os indivíduos que estariam dispostos a realizar uma viagem de Turismo Voluntário e outra para os que não estariam dispostos, sobre este tipo de atividade ser remunerada. Os inquiridos que responderam "Sim" à questão anterior, eram direcionados para a questão "Se este tipo de atividade fosse remunerado, acha que haveria mais pessoas a praticá-la?", na qual 97,8% respondeu que sim. As pessoas que na questão anterior responderam "Não", eram direcionadas para a questão "Caso esta atividade fosse remunerada, realizaria esta viagem?" onde, ao contrário do que era esperado inicialmente, 75,7% respondeu que não realizaria a viagem na mesma. Contudo, este fenómeno poderá ser explicado tendo em conta que as duas principais razões pelas quais estes indivíduos não estariam dispostos a realizar uma viagem de Tu-

rismo Voluntário, antes de ser colocada a hipótese desta ser renumerada, foram a 'Disponibilidade' e a 'Falta de Interesse', ou seja, mesmo recebendo uma remuneração por esta, os problemas da disponibilidade e falta de interesse não seriam solucionados.

Das 230 pessoas que estariam dispostas a realizar uma viagem no âmbito do Turismo Voluntário, 68,3% preferiam fazê-lo com um ou mais amigos.

Destas também, apenas 25,2% já tinham conhecimento sobre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, muitos através da 'Internet' ou da 'Universidade/Escola'. Estes indicaram preferência em abordar os objetivos, 'Acabar com a Fome', 'Boa Saúde e Bem-estar' e 'Erradicar a Pobreza' no âmbito da viagem.

Tendo em conta variáveis retiradas da literatura e resultante de um processo intuitivo de "falar" com os dados (Elharidy et al., 2008) considerados pertinentes, na escolha do destino de qualquer viagem, foi pertinente perceber-se quais destas os indivíduos consideravam importantes para a escolha do tal destino no âmbito do voluntariado. Foram indicadas 8 variáveis, as quais os inquiridos tinham de classificar como 'Pouco Importante', 'Indiferente', 'Importante' e 'Muito Importante'. Na figura 1 apresentam-se os resultados obtidos.

Com isto é possível perceber que todas as variáveis são consideradas importantes, sendo a 'Segurança' e o 'Impacto da Atividade', as indicadas como sendo 'Muito importante' com maior frequência, pelos inquiridos.

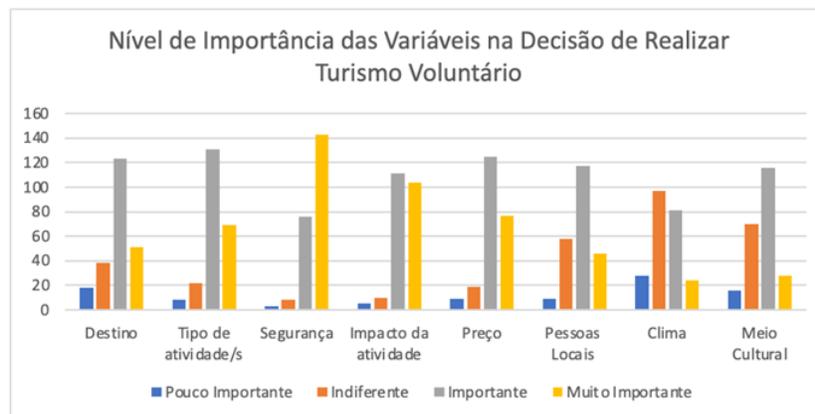


Figura 1 | Nível de importância das variáveis na decisão de realizar Turismo Voluntário  
Fonte: Adaptado de Inquérito Google

## 5. Resultados - Estatística inferencial – O teste do qui-quadrado

Foram realizados dois testes distintos do qui-quadrado (um teste de associação entre variáveis e de significância estatística) aos dados do inquérito. Em ambos os casos, foi efetuada a correção de Yates por haver um só grau de liberdade. No primeiro caso, a hipótese nula  $H_0$  era: não existe uma associação entre o género e o ter já participado numa

ação de voluntariado. A hipótese alternativa  $H_1$  era: existe uma associação entre o género e o ter já participado numa ação de voluntariado. Efetivamente, os dados confirmam a hipótese nula  $H_0$  (ver por favor quadros 1 e 2). A estatística de teste calculada (1,31) era inferior ao valor crítico das tabelas (3,841) ao nível de 5% de significância (o mínimo aceitável e aceite para as ciências sociais).

**Quadro 1** | Tabela de contingência para a questão: Já participou em alguma ação de voluntariado?

	Sim	Não	Total
Masculino	44	39	83
Feminino	127	90	217
Total	171	119	300

**Quadro 2** | O cálculo da estatística de teste

O	E	O-E	IO-EI-0,5	(IO-EI-0,5)²	(IO-EI-0,5)²/E
44	47,31	-3,31	2,81	7,90	0,17
39	32,92	6,08	5,58	31,10	0,94
127	123,69	3,31	2,81	7,90	0,06
90	86,08	3,92	3,42	11,72	0,14
					1,31

No segundo caso, a hipótese nula  $H_0$  era: não existe uma associação entre o género e o estar disposto a realizar uma viagem de Turismo Voluntário. A hipótese alternativa  $H_1$  era: existe uma associação entre o género e o estar disposto a realizar uma viagem de Turismo Voluntário. Efetivamente, os dados confirmam a hipótese nula  $H_0$  (ver por favor quadros 3 e 4).

**Quadro 3** | Tabela de contingência para a questão: Estaria disposto a realizar uma viagem de Turismo Voluntário?

	Sim	Não	Total
Masculino	58	25	83
Feminino	172	45	217
Total	230	70	300

**Quadro 4** | O cálculo da estatística de teste

O	E	O-E	IO-EI-0,5	(IO-EI-0,5)²	(IO-EI-0,5)²/E
58	63,63	-5,63	5,13	26,32	0,41
25	19,37	5,63	5,13	26,32	1,36
172	166,37	5,63	5,13	26,32	0,16
45	50,63	-5,63	5,13	26,32	0,52
					2,45

A estatística de teste calculada (2,45) era inferior ao valor crítico das tabelas (3,841) ao nível de 5% de significância (o mínimo aceitável e aceite para as ciências sociais).

Podemos concluir que parece existir igualdade de género quanto ao ter participado numa ação de voluntariado e quanto à intenção de realizar uma viagem de Turismo Voluntário.

## 6. Conclusão

"O turismo voluntário é motivado pelo impulso de querer 'fazer a diferença' "(Butcher & Smith, 2010, p.27)

Como se sabe, hoje em dia existe uma maior vontade de viajar e viver experiências mais marcantes e intensas, principalmente por parte dos mais jovens. Com isto, focando sempre na necessidade

das pessoas se sentirem realizadas, cresceu o 'Turismo Voluntário' (Han et al., 2019).

Tendo em conta o objetivo principal da realização deste estudo, os resultados obtidos e com o apoio teórico sobre os temas, é possível perceber que a maioria da amostra que respondeu ao questionário, se mostra disposta e com interesse em viajar e a realizar atividades de voluntariado, aquando dessas viagens.

Poderia especular-se, naturalmente, antes da análise dos dados, e seguindo a lógica da maximização racional e individual das rendas que, se este tipo de atividade fosse remunerado, as pessoas teriam mais interesse em praticá-la, contudo foi concluído que entre as pessoas que inicialmente não estão dispostas a realizar uma viagem neste âmbito, a maioria continua sem ter interesse em realizá-la (mesmo mediante pagamento).

Com a análise dos dados também foi retido que ainda existe uma grande percentagem da amostra que não tinha conhecimento deste tipo de Turismo e, ainda com maior dimensão, não tinham conhecimento dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis da ONU. Isto significa que ainda existe uma falta de divulgação sobre estes temas, que representam uma enorme importância para o melhoramento da qualidade de vida de muitas pessoas.

Verifica-se a existência da vontade de realizar uma atividade internacional de ajuda humanitária, e numa viagem de 'Turismo Voluntário', de acordo com a preferência dos inquiridos em deslocarem-se para o estrangeiro, em vez de ficarem em Portugal. No entanto, o preço que as pessoas estariam dispostas a pagar (tendo em conta o pequeno intervalo de dinheiro que os questionados estariam dispostos a gastar numa viagem deste âmbito) não coincide com as suas preferências de destino. Conclui-se, assim, que deve haver uma maior sensibilização para estes temas e a realização deste tipo de atividades, onde as pessoas conseguiriam, dentro das suas possibilidades económicas, realizar uma viagem de 'Turismo Voluntário' dentro de

Portugal, ajudando assim o seu país a resolver os problemas sociais e humanitários – pois estes são comuns em todo o mundo, sendo o país desenvolvido ou ainda em desenvolvimento.

### Agradecimentos

Gostaríamos que estes agradecimentos fossem dirigidos a todos aqueles que responderam ao inquérito, pois este tornou-se uma mais valia na realização deste artigo. Neste seguimento, o agradecimento também se dirige aos nossos amigos e familiares que partilharam o inquérito com os demais, para que obtivéssemos o maior número de respostas possíveis.

### Referências

- Ajudamos.pt. (2018). Voluntariado: O que é? - Notícias. Retrieved from <http://www.ajudamos.pt/detallecontenido/c/candidato/idnoticia/1101/voluntariado-o-que-e.html> Accessed: 4-11-2019
- Almeida, T. G. de, & Casotti, L. M. (2015). Turismo voluntário e o bem-estar do consumidor na pesquisa transformativa do consumo. *Revista Ciências Administrativas*, 21(2), 539–540. DOI: 10.5020/2318-0722.2015.v21n2p531
- Au-Yong-Oliveira, M., Branco, F. & Costa, C. (2019). A evolução cultural graças à adoção da tecnologia e ao fenómeno "Mix-Tech" – Um estudo exploratório baseado na observação. *RISTI – Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, Nº E17, 01/2019, pp.854-869.
- Au-Yong-Oliveira, M., Szczygiel, N., Barreiros, B., & Andrade, M.M. (2017). Superstar Cristiano Ronaldo's effect on national reputation, pride and tourism in Continental Portugal and on the Island of Madeira. INV-TUR 17-19 maio 2017 – Co-creating the future of tourism. DEGEIT – Universidade de Aveiro. *Revista Turismo & Desenvolvimento / Journal of Tourism and Development*, nº27/28(1), pp.667-677. DOI: <https://doi.org/10.34624/rt.d.v1i27/28.8751>
- Butcher, J., & Smith, P. (2010). 'Making a difference': Volunteer tourism and development. *Tourism Recreation Research*, 35(1), 27-36. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2010.11081616>

- Carvalho, R. M., & Duarte, E. (2021). A autenticidade da experiência turística nos museus. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 381-392. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.9377>
- Elharidy, A.M., Nicholson, B., & Scapens, R.W. (2008). Using grounded theory in interpretive management accounting research. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 5(2), 139-155.
- Faria, D., Vareiro, L., & Malheiro, A. (2021). Autenticidade e Motivações em Eventos Tradicionais: O caso da Festa das Cruzes. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 409-425. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.9671>
- Fossi, A., & Au-Yong-Oliveira, M. (2021). Sustainable mobility practices in Tuscany, Italy: The Tyrrhenian Cycling Path. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 175-186. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i36.9921>
- Guttentag, D. A. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 538-539. DOI: 10.1002/jtr.727
- Han, H., Meng, B., Chua, B., Ryu, H. B., & Kim, W. (2019). International volunteer tourism and youth travelers – an emerging tourism trend. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 549-551. DOI: 10.1080/10548408.2019.1590293
- Kontogeorgopoulos, N. (2016). Forays into the backstage: volunteer tourism and the pursuit of object authenticity. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(5), 458. DOI: 10.1080/14766825.2016.1184673
- Matos, A., Silvestre, M., & Silvestre, L. (2019). Sustainable tourism financial feasibility: a case study in Timor-Leste. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 32, 37-49. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i32.20441>
- Mendes, T. C., & Sonaglio, K. E. (2013). Volunturismo: Uma abordagem conceitual. *Turismo - Visão e Ação*, 15(2), 187-220. DOI: 10.14210/rtva.v15n2.p185-206
- Nascimento, R. C. do. (2012). Turismo e Voluntariado: um estudo sobre as publicações em revistas científicas nacionais e internacionais. *Revista Turismo Em Análise*, 23(2), 267. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v23i2p265-285
- Ooi, N., & Laing, J. H. (2010). Backpacker tourism: Sustainable and purposeful? Investigating the overlap between backpacker tourism and volunteer tourism motivations. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 192-195. DOI: 10.1080/09669580903395030
- UNRIC. (2015). 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Retrieved from <https://www.unric.org/pt/17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel>. Accessed: 4-11-2019
- Wearing, S. L. (2001). Introduction - Experiences that make a difference. In *Volunteer Tourism*. New York: CABI Publishing, pp.1-6.
- Wearing, S. L. (2003). Volunteer Tourism. *Tourism Recreation Research*, 28(3), pp.3-4. DOI: <https://doi.org/10.1080/02508281.2003.11081411>
- Wearing, S. L., & McGehee, N. G. (2013). Volunteer Tourism. *Tourism Recreation Research*, 28(3), 120-122. DOI: 10.1080/02508281.2003.11081411