



Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis – Capítulos Teóricos e Masterclasses



Co-funded by
the European Union

Conteúdo

Conteúdo.....	2
Introdução.....	5
Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis – Capítulos Teóricos.....	7
Visão geral.....	7
Capítulo 1: Introdução ao Turismo e ao Turismo Sustentável.....	10
Introdução.....	10
Objetivo.....	11
Visão geral teórica.....	11
Definições e conceitos fundamentais.....	11
Turismo e hotelaria na economia da UE.....	12
Tendências e desafios do setor.....	12
Impactos do turismo.....	13
Contexto político e estratégico.....	15
Sensibilização.....	19
Questões para reflexão e discussão.....	22
Resumo do capítulo.....	24
Capítulo 2: Desenvolvimento sustentável e ambiente.....	26
Introdução.....	26
Da política à realidade empresarial.....	27
Relevância para a transição ecológica no turismo (por que razão as PME precisam de se adaptar).....	27
Sustentabilidade no turismo: uma perspetiva operacional.....	28
Adaptação às alterações climáticas nas PME do setor do turismo.....	30
O Argumento Comercial a Favor da Sustentabilidade nas PME do Setor do Turismo.....	31
Questões para reflexão.....	32
Resumo do capítulo.....	32
Capítulo 3: Recolha de estudos de caso.....	35
Introdução.....	35
Ecoturismo.....	36
Melhores práticas 1:.....	36
Questões para reflexão.....	38
Melhores práticas 2:.....	39
Perguntas para a autorreflexão.....	41
Turismo cultural.....	42
Melhores práticas 3:.....	42
Questões para reflexão.....	45
Melhores práticas 4:.....	46
Questões para reflexão.....	48
Turismo de aventura.....	49
Melhores práticas 5:.....	49
Questões para reflexão.....	51

Melhores práticas 6:.....	53
Questões para reflexão.....	55
Conclusão.....	57
Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis – Masterclasses.....	60
Visão geral.....	60
Masterclass 1: Ecoturismo e Sustentabilidade Ambiental.....	63
Exemplo de modelo de negócio.....	76
Masterclass 2: Turismo cultural e sustentabilidade social.....	79
Exemplo de modelo de negócio.....	87
Masterclass 3: Turismo de aventura e sustentabilidade económica.....	89
Exemplo de modelo de negócio.....	106
Conclusão.....	107
Referências.....	109



PROGRAMA DE FORMAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEIS

Introdução

Introdução

O Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis do FOOTPRINT foi desenvolvido como uma resposta estratégica à transição ecológica acelerada que está a remodelar o ecossistema turístico europeu. Em toda a UE, as empresas do setor do turismo operam num contexto marcado pela urgência climática, pelo declínio da biodiversidade, pela volatilidade dos recursos, pelo endurecimento da regulamentação, pela transformação digital e pela evolução das expectativas dos consumidores. Estas forças estruturais estão a remodelar a forma como as empresas do setor do turismo competem e operam em toda a Europa.

As empresas de turismo e hotelaria, em particular as PME que dominam a economia europeia do turismo, encontram-se numa encruzilhada crítica. São altamente dependentes do capital ambiental e social e estão diretamente expostas a riscos climáticos, regulamentares e de mercado. Neste contexto, a sustentabilidade já não é apenas uma questão de melhoria da reputação. É um pré-requisito para a continuidade dos negócios, a disponibilidade para o investimento e a relevância do destino.

O Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis foi concebido para levar as PME do setor do turismo para além da mera sensibilização e rumo a uma transformação estruturada. Oferece um percurso coerente, desde a compreensão conceptual até à reformulação operacional. Em vez de tratar a sustentabilidade como um conjunto de medidas isoladas, o programa posiciona-a como uma dimensão central da inovação dos modelos de negócio.

A estrutura reflete esta ambição:

- Os capítulos teóricos estabelecem os fundamentos económicos, ambientais e políticos do turismo sustentável no contexto da UE.
- As masterclasses traduzem esses fundamentos em ferramentas aplicadas e específicas do setor, centradas no ecoturismo, no turismo cultural e no turismo de aventura como vias para um crescimento resiliente.

Em conjunto, o programa apoia as empresas do setor do turismo a:

- Reduzir a exposição ambiental e o risco regulatório;
- Reforçar a legitimidade local e o valor social;
- Melhorar a eficiência operacional e a estabilidade dos custos;
- Alinhar-se com as prioridades do Pacto Ecológico da UE e com as normas internacionais de sustentabilidade;
- Criar propostas de valor diferenciadas e preparadas para o futuro.



PROGRAMA DE FORMAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEIS

Capítulos Teóricos

Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis – Capítulos Teóricos



Visão geral

Os capítulos teóricos constituem a estrutura estratégica do Programa de Formação em Modelos de Negócio Ecológicos. Foram concebidos para dotar os formandos da perspetiva analítica necessária para acompanhar a transição ecológica de forma inteligente e segura. A transformação sustentável no turismo não pode ser alcançada através de ações fragmentadas. Exige clareza no que diz respeito a:

- As características estruturais do ecossistema turístico da UE
- Os impactos ambientais, sociais e económicos concretos gerados ao longo das cadeias de valor do turismo
- Os sinais políticos e financeiros que moldam as futuras condições de funcionamento
- As vulnerabilidades e os pontos de alavancagem específicos das PME

Os três capítulos seguem uma progressão deliberada.

1) Capítulo 1: Contexto estratégico e fundamentos setoriais

Este capítulo define a dimensão macroeconómica do turismo na UE e esclarece conceitos fundamentais, como o turismo sustentável e regenerativo. Situa as PME no ecossistema mais vasto e identifica os impactos significativos do setor em termos de emissões, utilização de recursos, biodiversidade e bem-estar da comunidade.

Fundamentalmente, apresenta a arquitetura política que impulsiona a transição, incluindo o Pacto Ecológico Europeu, a Rota de Transição para o Turismo e quadros internacionais como os ODS e os critérios do GSTC. Ao fazê-lo, reestrutura a sustentabilidade como um exercício de alinhamento estratégico com implicações tangíveis para as finanças, a conformidade, os contratos públicos e o acesso ao mercado.

2) Capítulo 2: Concretização do Desenvolvimento Sustentável

O segundo capítulo traduz as ambições globais de sustentabilidade em realidades operacionais. Estabelece uma ligação direta entre a gestão ambiental, a adaptação às alterações climáticas e a criação de valor local, por um lado, e a eficiência de custos, a resiliência e o posicionamento competitivo, por outro.



Em vez de apresentar a sustentabilidade como um quadro ético abstrato, este capítulo posiciona-a como uma disciplina operacional integrada nas decisões relativas à energia, à água, aos resíduos, à mobilidade, à biodiversidade e ao envolvimento da comunidade.

3) Capítulo 3: Percursos de casos aplicados

O capítulo final estabelece uma ponte entre a teoria e a prática através de diversos estudos de caso nos contextos do ecoturismo, do turismo cultural e do turismo de aventura. Estes exemplos demonstram que a sustentabilidade não é uniforme, mas sim sensível ao contexto, sendo moldada por estruturas de governação, parcerias e recursos locais.

Em conjunto, os capítulos teóricos têm como objetivo:

1. Reafirmar a sustentabilidade como um fator estratégico determinante para as empresas.
2. Esclarecer as estruturas de exposição ao risco e de oportunidades para as PME.
3. Preparar os participantes para uma reformulação estruturada do modelo de negócio.

No final desta secção, os participantes deverão compreender que o turismo sustentável não é uma alternativa de nicho. É o rumo a seguir pela economia do turismo europeia.



01

CAPÍTULO 1

Introdução ao Turismo e ao Turismo Sustentável

Capítulo 1: Introdução ao Turismo e ao Turismo Sustentável

Título	<i>Introdução ao Turismo e ao Turismo Sustentável</i>
Resultados de aprendizagem	<ul style="list-style-type: none">● Definir e distinguir conceitos fundamentais (turismo, hotelaria, turismo sustentável/regenerativo) e explicar por que razão a sustentabilidade é uma necessidade estratégica para o setor.● Descrever a dimensão e a estrutura do ecossistema turístico da UE (tendo as PME no seu cerne) e resumir as principais tendências e desafios que moldam a competitividade.● Identificar e mapear os principais impactos ambientais, sociais e económicos relevantes para uma empresa de turismo/hotelaria.● Reconhecer o papel dos quadros da UE e internacionais (por exemplo, Pacto Ecológico, Rota de Transição, ODS, GSTC) e explicar por que razão o alinhamento é importante para a conformidade, o acesso ao mercado e o financiamento.● Priorizar uma ou duas ações a curto prazo e um KPI simples, demonstrando como a sensibilização se traduz numa melhoria credível e mensurável.



Introdução

O turismo cria empregos, apoia as economias locais e aproxima as culturas. No entanto, o crescimento do turismo também aumentou a pressão sobre o ambiente, as infraestruturas e as comunidades em muitos destinos. Para as empresas do setor do turismo, isto cria tanto oportunidades como responsabilidades. O turismo sustentável oferece uma abordagem prática para gerir estes desafios. Incentiva as empresas a refletir sobre a forma como as suas atividades afetam o ambiente, as comunidades locais e a atratividade a longo prazo dos destinos dos quais o turismo depende.

Para os gestores turísticos e empresários, a sustentabilidade está cada vez mais ligada às decisões empresariais do dia-a-dia. Influencia os custos operacionais, as expectativas dos visitantes, os requisitos regulamentares e a competitividade a longo prazo. As empresas que compreendem estas dinâmicas estão melhor posicionadas para gerir riscos, melhorar a eficiência e criar experiências atraentes para os visitantes.

Objetivo

O objetivo geral do FOOTPRINT é acelerar a transição da economia do turismo na Europa para modelos mais ecológicos, justos e resilientes. Isto está em consonância com a orientação política mais ampla na Europa, que incentiva a descarbonização, a utilização circular dos recursos, a inovação digital, a acessibilidade e o desenvolvimento de competências em todos os ecossistemas turísticos. Neste contexto, as pequenas e médias empresas, e em particular as do setor hoteleiro, são fundamentais: concebem a experiência oferecida aos hóspedes, abastecem-se junto de fornecedores locais, empregam e formam pessoal e interagem diariamente com os residentes e o ambiente.

Este programa é, por isso, prático por natureza. Centra-se em ferramentas que os gestores podem implementar nas suas próprias operações: auditar o consumo de energia e água, prevenir o desperdício alimentar, redesenhar ofertas para reduzir impactos e, ao mesmo tempo, aumentar o valor, investir nas pessoas e na governação e utilizar dados para orientar a melhoria. Ao enraizar a sustentabilidade nas realidades da prestação de serviços e da experiência dos hóspedes, o FOOTPRINT visa construir modelos de negócio comercialmente viáveis e capazes de contribuir positivamente para o bem-estar do destino. Os conceitos aqui apresentados serão desenvolvidos ao longo do resto do programa, proporcionando um quadro comum para a estratégia, a medição e a melhoria contínua.

Visão geral teórica

Definições e conceitos fundamentais

Turismo

A OMT define o turismo como as atividades de pessoas que viajam e permanecem em locais fora do seu ambiente habitual por um período não superior a um ano consecutivo, por motivos de lazer, negócios ou outros. Esta definição serve de base às estatísticas oficiais e às Contas Satélite do Turismo utilizadas em toda a UE.

Setores da hotelaria e do turismo

No sistema estatístico europeu, as «indústrias do turismo» abrangem um conjunto de atividades da NACE, tais como alojamento (I55), serviços de restauração (I56), transporte de passageiros (H49–H51, H50, H53) e determinados serviços de aluguer e culturais. A hotelaria — principalmente alojamento e restauração — constitui, portanto, um subconjunto essencial da oferta turística.

Turismo sustentável

A definição amplamente utilizada pela OMT afirma que o turismo sustentável «tem plenamente em conta os seus impactos económicos, sociais e ambientais, tanto atuais como futuros, respondendo às necessidades dos visitantes, do setor, do ambiente e das comunidades de acolhimento». Esta definição enquadra a sustentabilidade como um equilíbrio entre o bem-estar das pessoas, a preservação do planeta e a prosperidade a longo prazo.

Turismo verde

É frequentemente utilizado para designar práticas orientadas para o ambiente (por exemplo, energia, água, resíduos), muitas vezes associadas a rótulos ecológicos ou à contratação pública ecológica, enquanto o turismo sustentável integra explicitamente as dimensões social e económica a par dos aspetos ambientais.

O **turismo regenerativo** promove a sustentabilidade ao procurar resultados positivos para os ecossistemas e as comunidades; é cada vez mais referido nas estratégias dos destinos, embora ainda não esteja contemplado nas estatísticas oficiais.

Turismo e hotelaria na economia da UE

O turismo é uma componente substancial da economia e do mercado de trabalho europeus. Em 2022, quase 1 em cada 13 empresas da economia empresarial da UE pertencia ao setor do turismo, empregando cerca de 12,3 milhões de pessoas; três quartos das empresas operavam nos setores do alojamento e da restauração (Eurostat, 2024). O setor do turismo é fortemente impulsionado pelas PME, o que determina a forma como as medidas de sustentabilidade devem ser implementadas. Dos cerca de 3,2 milhões de empresas turísticas, 99,8% são micro, pequenas ou médias, uma característica estrutural que determina a forma como as políticas e as medidas de apoio devem ser implementadas (Comissão Europeia, 2022).

Numa perspetiva macroeconómica, a recuperação do setor restaurou e ultrapassou os níveis pré-pandémicos. O Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) estima que, em 2024, as viagens e o turismo contribuíram com aproximadamente 1,8 biliões de euros para o PIB da UE (pouco mais de 10% da economia) e sustentaram mais de 24,5 milhões de postos de trabalho, cerca de um em cada nove empregos em toda a UE (WTTC, 2025). Embora estes números sejam derivados de modelos de contas satélite que incluem impactos diretos, indiretos e induzidos, ilustram a escala em que o turismo e a hotelaria interagem com as cadeias de abastecimento europeias e as economias regionais.

Tendências e desafios do setor

Turismo de massa e pressão sobre os destinos

Os destinos populares enfrentam picos sazonais e concentrações de visitantes que sobrecarregam os espaços públicos, o alojamento e as infraestruturas. Esta situação tem impulsionado respostas políticas (gestão de visitantes, instrumentos de avaliação da capacidade de acolhimento, partilha de dados) em consonância com o Plano de Transição para o Turismo da UE.

Impactos climáticos e emissões

Estudos sujeitos a revisão por pares estimam que a pegada de carbono global do turismo representa cerca de 8 % das emissões globais de gases com efeito de estufa (referência de 2009–2013), impulsionadas principalmente pelos transportes, pelo consumo alimentar e pelas cadeias de abastecimento do comércio a retalho associadas à procura turística (Lenzen et al., 2018). Ao mesmo tempo, as alterações climáticas afetam cada vez mais os destinos turísticos através de

riscos como o stress térmico, a exposição a incêndios florestais, a escassez de água e a degradação dos ecossistemas, criando desafios operacionais para as empresas turísticas e destacando a importância das estratégias de mitigação e adaptação (IPCC, 2023; Scott, Gössling, & Hall, 2012).

A evolução das expectativas dos viajantes

Os inquéritos aos consumidores europeus indicam um interesse crescente por escolhas de viagem responsáveis e práticas de turismo sustentável. Os viajantes valorizam cada vez mais os serviços ambientalmente responsáveis, a informação transparente sobre sustentabilidade e as opções de mobilidade de baixo impacto, o que influencia a conceção dos produtos turísticos, a comunicação e as decisões de reserva (Comissão Europeia, 2023; Booking.com, 2023).

Sinais políticos e de mercado para a transição ecológica

Os quadros políticos a nível da UE estão a acelerar a transição para sistemas turísticos mais sustentáveis. O Pacto Ecológico Europeu compromete a União Europeia a alcançar a neutralidade climática até 2050 e a reduzir as emissões de gases com efeito de estufa em, pelo menos, 55 % até 2030, em comparação com os níveis de 1990 (Comissão Europeia, 2019). No âmbito do ecossistema do turismo, a Rota de Transição para o Turismo traduz estes objetivos em ações específicas do setor, centradas na descarbonização, na utilização circular dos recursos, na digitalização, no desenvolvimento de competências e no apoio ao investimento para as PME do setor do turismo (Comissão Europeia, 2022).

Digitalização e dados para a tomada de decisões

A competitividade do ecossistema depende cada vez mais da capacidade das PME para recolher e utilizar dados operacionais (energia, água, resíduos, mobilidade, abastecimento) para definir metas e comprovar os progressos alcançados, uma expectativa reforçada pelas estratégias dos destinos e, no caso das empresas de maior dimensão, pelos regimes de reporte de sustentabilidade em constante evolução.

Resiliência da força de trabalho e do modelo de negócio

As características estruturais, tais como a sazonalidade, as lacunas de competências e a prevalência de microempresas, tornam o reforço das capacidades um elemento central da transformação. Melhorar a qualidade do emprego, a formação e a governação (incluindo modelos cooperativos e comunitários) contribui para alinhar a resiliência das empresas com o bem-estar do destino.

Impactos do turismo

Ambientais

O turismo exerce pressões ambientais ao longo de toda a cadeia de valor, incluindo transportes, alojamento, serviços de restauração, consumo de retalho e atividades recreativas. Estudos de modelação global estimam que as cadeias de abastecimento relacionadas com o turismo geraram aproximadamente 5,2 gigatoneladas de emissões equivalentes de CO₂ em 2019, representando cerca de 8,8% das emissões globais de gases com efeito de estufa (Sun et al., 2024). Estas emissões são impulsionadas em grande parte pelos transportes, pelo consumo

alimentar e pelas cadeias de abastecimento do retalho ligadas à procura turística, com a aviação e os serviços intensivos em energia a desempenharem um papel particularmente significativo. As tendências históricas mostram que as emissões do turismo cresceram mais rapidamente do que a economia global, uma vez que a procura por serviços de viagens e turismo se expandiu mais rapidamente do que as melhorias na eficiência energética ou nas tecnologias de baixo carbono. Esta dinâmica destaca a necessidade de uma rápida descarbonização em todas as cadeias de valor do turismo, particularmente na mobilidade, alojamento, utilização de energia e sistemas de abastecimento (Lenzen et al., 2018; Sun et al., 2024). Para além das emissões, os ecossistemas dos destinos enfrentam stress hídrico, geração de resíduos e perturbação dos habitats. Avaliações europeias assinalam pressões crescentes sobre rios, lagos e águas subterrâneas devido à captação excessiva, poluição e seca, a par de fenómenos extremos impulsionados pelo clima que agravam a escassez de recursos em destinos populares. Estas pressões aumentam os riscos operacionais (por exemplo, custos mais elevados dos serviços públicos, restrições) e os riscos de reputação quando a utilização pelos visitantes compete com as necessidades locais.

As alterações climáticas intensificam os riscos ambientais para a própria indústria do turismo. O aumento das temperaturas, as ondas de calor, o risco de incêndios florestais, a diminuição da fiabilidade da neve nas regiões montanhosas, as ondas de calor marinhas e a perda de biodiversidade já estão a afetar os destinos turísticos e a qualidade das experiências dos visitantes. Estes impactos podem encurtar as épocas turísticas, aumentar os custos operacionais e afetar as infraestruturas, os seguros e a segurança dos visitantes. O Sexto Relatório de Avaliação do IPCC destaca o aumento dos riscos relacionados com o calor e a água em toda a Europa, com uma exposição particularmente elevada nos destinos mediterrânicos e nas zonas de turismo de montanha dependentes da neve, reforçando a necessidade de planeamento da adaptação climática e diversificação de produtos no âmbito dos sistemas turísticos (IPCC, 2022; Scott et al., 2019).

Sociais

O turismo pode gerar valor social positivo através do intercâmbio cultural, do orgulho local, do desenvolvimento de competências e do apoio ao património, desde que os fluxos de visitantes e os gastos sejam bem geridos. A abordagem da UNESCO ao nível dos destinos privilegia o diálogo entre as partes interessadas, a participação da comunidade e o planeamento integrado, para garantir que o turismo contribua para a proteção e valorização dos bens culturais e naturais, em vez de os comprometer (UNESCO, 2018).

Por outro lado, o crescimento descontrolado do turismo pode gerar efeitos de «sobreturismo», incluindo pressão sobre os espaços públicos e as infraestruturas, perturbações no mercado imobiliário associadas a arrendamentos de curta duração, congestionamento e uma perceção de perda de controlo da comunidade sobre o desenvolvimento local (Goodwin, 2017; Milano, Cheer, & Novelli, 2019). Estas dinâmicas desencadeiam frequentemente resistência local e respostas regulatórias. Análises europeias recentes mostram que as cidades e regiões estão a experimentar estratégias de gestão de visitantes, incluindo ferramentas de capacidade de acolhimento, limites de visitantes, políticas de zoneamento e sistemas de registo ou

licenciamento para plataformas de alojamento de curta duração, a fim de reequilibrar as relações entre residentes e visitantes (Comissão Europeia, 2022; OCDE, 2020).

Para as empresas de turismo, estes desenvolvimentos traduzem-se em novos requisitos de conformidade e expectativas crescentes de demonstrar benefícios locais tangíveis.

Considerações de equidade também influenciam o desempenho organizacional interno: a qualidade do emprego, a sazonalidade, a inclusão e as estruturas de governação afetam a retenção de colaboradores, a qualidade do serviço e a reputação do empregador (OIT, 2020).

Modelos de negócio que aprofundam a participação das partes interessadas, tais como estruturas de governação cooperativa ou parcerias comunitárias, podem reforçar a licença social de uma empresa para operar, melhorando simultaneamente a autenticidade do serviço e a resiliência a longo prazo (Hall, 2019).

Económicos

O setor das viagens e do turismo é um importante motor económico na UE, contribuindo com cerca de 10 % do PIB e sustentando dezenas de milhões de postos de trabalho, quando se consideram os efeitos diretos, indiretos e induzidos. Estimativas recentes indicam que, em 2024, as viagens e o turismo geraram aproximadamente 1,8 biliões de euros no PIB e sustentaram mais de 24,5 milhões de postos de trabalho em toda a União Europeia (WTTC, 2025). Esta dimensão sublinha o potencial do setor para impulsionar a transição ecológica, ao mesmo tempo que destaca a exposição de muitas economias locais a choques climáticos e de mercado.

Ao nível dos destinos e das empresas, o equilíbrio económico do turismo depende de fatores como a fuga de valor versus a captura de valor local, a sazonalidade, a produtividade e a alocação de capital (UN Tourism, 2023). As práticas sustentáveis podem reduzir os custos operacionais através de uma maior eficiência no uso de energia, água e materiais, reforçar o poder de fixação de preços através de propostas de valor diferenciadas e estabilizar a procura, alinhando-se com as preferências em constante mudança dos viajantes. No entanto, a dependência excessiva de um perfil restrito de visitantes ou de um padrão de procura sazonal pode aumentar a volatilidade económica. A diversificação, as cadeias de abastecimento circulares e a gestão baseada em dados são, por isso, cada vez mais reconhecidas como elementos-chave da resiliência do turismo a longo prazo (Comissão Europeia, 2022).

Implicações para gestores e proprietários: abordar os impactos ambientais, sociais e económicos de forma integrada não é apenas uma tarefa de conformidade ou de reputação; constitui a base para modelos de negócio resilientes que protegem ativos críticos, mantêm o apoio da comunidade e proporcionam retornos económicos duradouros.

Contexto político e estratégico

As empresas do setor do turismo operam num ambiente de governação a vários níveis que influencia cada vez mais a forma como a sustentabilidade é implementada em todo o setor. Os quadros políticos influenciam o consumo de energia, a gestão de recursos, a mitigação das alterações climáticas, as condições de trabalho e a proteção ambiental, ao mesmo tempo que criam novas oportunidades através de financiamento, parcerias e posicionamento no mercado.

Para as PME do setor do turismo, compreender este panorama político é importante não só para o cumprimento da legislação, mas também para identificar oportunidades estratégicas ligadas à transição para modelos de negócio mais ecológicos e resilientes.

Dois níveis de governação são particularmente relevantes. Os quadros políticos da União Europeia estabelecem o ambiente regulamentar no qual as empresas turísticas operam, enquanto os quadros globais de sustentabilidade fornecem princípios orientadores, compromissos voluntários e normas operacionais que moldam as práticas de sustentabilidade em todo o setor do turismo.

Diretivas da UE

A nível europeu, a política de sustentabilidade está cada vez mais integrada na estratégia económica, na legislação climática e em iniciativas setoriais específicas. Estes quadros influenciam a forma como as empresas do setor do turismo gerem a energia, os resíduos, a mobilidade, as aquisições e os impactos ambientais.

O Pacto Ecológico Europeu representa a estratégia global da União Europeia para alcançar a neutralidade climática até 2050, protegendo simultaneamente a biodiversidade, promovendo os princípios da economia circular e garantindo uma transição justa para as empresas e as comunidades. O Pacto Ecológico remodelou o panorama político da UE e influencia um vasto leque de regulamentações setoriais que afetam as empresas turísticas, incluindo a eficiência energética nos edifícios, a mobilidade sustentável, a gestão de resíduos e a proteção ambiental.

Com base nesta orientação política mais ampla, o Roteiro de Transição para o Turismo fornece um plano de ação específico para o setor, concebido para apoiar a transformação do ecossistema do turismo rumo a um futuro mais verde, mais digital e mais resiliente.

Desenvolvido em colaboração com as partes interessadas do setor, o roteiro identifica ações prioritárias relacionadas com a descarbonização, a utilização circular de recursos, a digitalização, o desenvolvimento de competências e o investimento. É dada especial ênfase ao apoio às PME, que representam a grande maioria das empresas turísticas na Europa.

A legislação climática incluída no pacote «Fit for 55» concretiza ainda mais os objetivos climáticos da UE, introduzindo medidas destinadas a reduzir as emissões de gases com efeito de estufa em, pelo menos, 55 % até 2030. Estas políticas influenciam áreas como a implantação de energias renováveis, as normas de eficiência energética e os sistemas de transporte com baixas emissões de carbono. Para as empresas do setor do turismo, especialmente nos setores do alojamento e da restauração, estes desenvolvimentos moldam cada vez mais as decisões de investimento relacionadas com a renovação de edifícios, a monitorização energética e o recurso a energias renováveis.

Outro desenvolvimento significativo é a Diretiva relativa aos Relatórios de Sustentabilidade das Empresas (CSRD) e as Normas Europeias de Relatórios de Sustentabilidade (ESRS) que a acompanham. Embora estes requisitos se apliquem principalmente a empresas de maior dimensão, têm implicações importantes para as PME através das relações na cadeia de abastecimento. As PME do setor do turismo poderão ser cada vez mais solicitadas a fornecer

dados de sustentabilidade sobre questões como as emissões, as condições de trabalho ou a utilização de recursos quando trabalham com parceiros de maior dimensão ou clientes empresariais.

Os instrumentos de política financeira também desempenham um papel importante no apoio à transição. A Taxonomia da UE para Atividades Sustentáveis estabelece um sistema de classificação que ajuda os investidores e as instituições financeiras a identificar investimentos ambientalmente sustentáveis. Na prática, este quadro influencia o acesso ao financiamento verde e as condições de investimento para projetos como renovações de edifícios energeticamente eficientes, instalações de energias renováveis ou tecnologias de poupança de água em instalações turísticas.

As políticas de contratos públicos reforçam ainda mais os objetivos de sustentabilidade. Através dos critérios de Contratação Pública Ecológica (CPE), as autoridades públicas são encorajadas a dar prioridade a fornecedores ambientalmente responsáveis na aquisição de bens e serviços. As empresas turísticas que demonstrem um forte desempenho ambiental podem, por conseguinte, obter vantagens ao concorrerem a serviços turísticos, eventos ou parcerias de destinos financiados com fundos públicos.

Além disso, os sistemas voluntários de gestão ambiental, como o Rótulo Ecológico da UE para Alojamentos Turísticos e o Sistema Comunitário de Gestão Ambiental e Auditoria (EMAS), proporcionam quadros reconhecidos para melhorar o desempenho ambiental e demonstrar práticas de sustentabilidade credíveis. Estas certificações podem reforçar a credibilidade de marketing e também podem contribuir para a elegibilidade em concursos públicos ou programas de incentivos à sustentabilidade.

Por fim, a legislação da UE relacionada com a gestão de resíduos, a proteção da água, a redução de embalagens e a prevenção do desperdício alimentar continua a evoluir. Estes regulamentos introduzem obrigações de conformidade, mas também incentivam práticas operacionais que, muitas vezes, reduzem os custos através de uma maior eficiência e de uma melhor gestão dos recursos. Estes quadros políticos da UE estabelecem o contexto regulamentar e económico em que as empresas turísticas operam, moldando tanto os requisitos de conformidade como as oportunidades estratégicas ligadas à sustentabilidade.

Quadros de referência globais

A par das iniciativas políticas europeias, as empresas do setor do turismo são também influenciadas por um conjunto mais vasto de quadros internacionais de sustentabilidade que moldam as expectativas em todo o setor do turismo a nível mundial. Ao contrário da legislação da UE, estes quadros funcionam geralmente como princípios orientadores, compromissos voluntários ou normas internacionalmente reconhecidas, em vez de regulamentos vinculativos. No entanto, desempenham um papel importante na definição das melhores práticas, servindo de base aos sistemas de certificação e orientando as estratégias de sustentabilidade adotadas por destinos e empresas turísticas em todo o mundo.

A nível global, as prioridades de sustentabilidade são articuladas através da Agenda 2030 das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, que introduziu os Objetivos de

Desenvolvimento Sustentável (ODS). Os ODS proporcionam um quadro internacionalmente reconhecido que liga o desenvolvimento económico, a proteção ambiental e a inclusão social. O turismo foi explicitamente reconhecido como um setor capaz de contribuir para vários destes objetivos, particularmente aqueles relacionados com o crescimento económico sustentável, o consumo e a produção responsáveis, a ação climática e a proteção dos ecossistemas. Para as empresas turísticas, os ODS proporcionam uma estrutura amplamente reconhecida para comunicar compromissos de sustentabilidade e demonstrar como as atividades turísticas contribuem para resultados de desenvolvimento mais amplos.

A ação climática global é ainda orientada pelo Acordo de Paris sobre as Alterações Climáticas, que compromete os países a limitar o aumento da temperatura global e a alcançar emissões líquidas nulas durante a segunda metade do século. Embora o acordo opere principalmente a nível governamental, tem implicações significativas para setores como o turismo, uma vez que as políticas climáticas nacionais influenciam cada vez mais os sistemas energéticos, as infraestruturas de transportes e as metas de redução de emissões.

No próprio setor do turismo, várias iniciativas internacionais traduzem os princípios da sustentabilidade em orientações específicas para o turismo. Os princípios da Organização Mundial do Turismo (OMT) para o turismo sustentável proporcionam um quadro conceptual amplamente reconhecido que equilibra a proteção ambiental, o bem-estar social e a viabilidade económica, ao mesmo tempo que responde às necessidades dos visitantes, das partes interessadas do setor e das comunidades anfitriãs. Estes princípios têm influenciado muitas estratégias nacionais de turismo e sistemas de certificação de sustentabilidade.

A ação climática no setor do turismo foi recentemente reforçada através de iniciativas como a Declaração de Glasgow sobre Ação Climática no Turismo, lançada na COP26. As organizações que subscrevem a declaração comprometem-se a reduzir para metade as emissões relacionadas com o turismo até 2030 e a atingir emissões líquidas nulas até 2050, desenvolvendo simultaneamente planos de ação climática e comunicando os progressos alcançados. Embora voluntária, a declaração tornou-se um importante sinal de compromisso para as empresas turísticas e os destinos que procuram alinhar-se com os objetivos climáticos globais.

São também fornecidas orientações operacionais através de normas de sustentabilidade reconhecidas internacionalmente. Os Critérios do Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC) estabelecem normas de sustentabilidade de referência para empresas e destinos turísticos. Estes critérios abordam áreas como a gestão ambiental, a proteção do património cultural, o envolvimento da comunidade e o desenvolvimento económico sustentável, e constituem a base de muitos sistemas de certificação turística em todo o mundo.

Os quadros de medição reforçam ainda mais a credibilidade das medidas climáticas. O Protocolo de Gases com Efeito de Estufa e a iniciativa Science Based Targets (SBTi) fornecem metodologias reconhecidas internacionalmente para medir as emissões de gases com efeito de estufa e definir metas de redução alinhadas com a ciência climática. À medida que os relatórios de sustentabilidade se tornam mais comuns nas cadeias de abastecimento globais, estes quadros

ajudam as empresas do setor do turismo a garantir que os seus compromissos climáticos sejam transparentes e comparáveis.

Por fim, normas internacionais de sistemas de gestão, como a ISO 14001 para sistemas de gestão ambiental e a ISO 21401 para alojamento sustentável, proporcionam abordagens estruturadas para integrar a sustentabilidade na governação organizacional e nos processos operacionais. Estas normas apoiam a melhoria contínua e fornecem provas reconhecidas de gestão ambiental responsável a parceiros, auditores e clientes. Estas estruturas globais complementam as políticas regionais, fornecendo os princípios orientadores, as ferramentas de medição e os compromissos voluntários que apoiam a transição do setor do turismo para modelos de negócio mais sustentáveis e resilientes.

Sensibilização

Por que razão as empresas do setor do turismo precisam de compreender a sustentabilidade

A sustentabilidade já não é um conceito de nicho no turismo. Tornou-se um fator importante que molda a forma como as empresas turísticas operam e competem. As pressões ambientais, as expectativas em constante mudança dos visitantes e a evolução da regulamentação estão a influenciar a viabilidade a longo prazo de muitos destinos turísticos. Para as PME do setor do turismo, compreender a sustentabilidade é, por isso, essencial. Ajuda os gestores a tomar decisões informadas sobre a utilização de recursos, investimentos, parcerias e desenvolvimento de produtos. As empresas que reconhecem estas tendências numa fase inicial estão mais bem preparadas para se adaptarem e manterem a sua competitividade. Vários fatores-chave explicam por que razão a consciência da sustentabilidade está a tornar-se cada vez mais importante.

Um fator determinante é a continuidade dos negócios. As atividades turísticas estão intimamente ligadas às condições ambientais e à disponibilidade de recursos. Perturbações relacionadas com o clima, tais como ondas de calor, inundações, incêndios florestais ou a diminuição da fiabilidade da neve, podem afetar a sazonalidade e a experiência dos visitantes, enquanto os custos crescentes da energia, da água e da gestão de resíduos influenciam cada vez mais o desempenho operacional. As empresas que reconhecem estes riscos estão em melhor posição para se adaptarem e manterem a qualidade do serviço. As expectativas do mercado também estão a evoluir. Os viajantes têm cada vez mais em conta a responsabilidade ambiental, a autenticidade e a equidade, a par do preço e da conveniência, ao escolherem serviços turísticos. Ao mesmo tempo, os operadores turísticos, os compradores empresariais e as plataformas digitais estão a elevar as expectativas de sustentabilidade ao longo das suas cadeias de abastecimento, tornando as práticas responsáveis cada vez mais importantes para manter a visibilidade e o acesso ao mercado.

O ambiente regulamentar é outro fator importante. As políticas a nível da UE, nacional e dos destinos estão a tornar-se progressivamente mais rigorosas em áreas como a eficiência energética, a redução de emissões, a gestão de resíduos e as normas laborais. As empresas que antecipam estes desenvolvimentos podem adaptar-se mais facilmente, enquanto aquelas que adiam a ação podem enfrentar custos de conformidade mais elevados ou restrições

operacionais. A sustentabilidade também oferece benefícios práticos para as empresas. Melhorar a eficiência no consumo de energia, água e materiais pode reduzir os custos operacionais, enquanto relações mais fortes com as comunidades locais e os fornecedores podem reforçar a reputação e a resiliência do destino. Além disso, muitos colaboradores procuram cada vez mais empregadores com valores sociais e ambientais claros, o que significa que as iniciativas de sustentabilidade podem apoiar o recrutamento, a retenção e o desenvolvimento da força de trabalho.

A consciência em matéria de sustentabilidade reforça a disponibilidade para o investimento. As instituições financeiras e os investidores estão a integrar cada vez mais considerações ambientais, sociais e de governação (ESG) nas decisões de concessão de crédito. As empresas de turismo que monitorizam o seu desempenho ambiental e demonstram práticas responsáveis estão, por conseguinte, melhor posicionadas para aceder a oportunidades de financiamento verde e de financiamento público. Em conjunto, estes fatores ilustram por que razão a consciência em matéria de sustentabilidade não é simplesmente uma questão de responsabilidade ambiental. É, cada vez mais, uma condição para a resiliência, a competitividade e o sucesso a longo prazo no setor do turismo.

Oportunidades de alto nível

A sustentabilidade é frequentemente vista, em primeiro lugar, como uma obrigação de conformidade ou uma responsabilidade ambiental. No entanto, quando abordada de forma estratégica, pode também criar oportunidades significativas para as empresas do setor do turismo. A integração da sustentabilidade nas operações e nos modelos de negócio pode reforçar a competitividade, reduzir custos e melhorar as relações com os clientes e as partes interessadas locais. As principais oportunidades para as PME do setor do turismo incluem:

- **Crescimento das receitas através da diferenciação**

As experiências turísticas que demonstrem uma responsabilidade ambiental credível ou um forte envolvimento com a comunidade podem atrair segmentos de mercado emergentes e contribuir para a aplicação de preços mais elevados, uma melhor reputação e uma maior fidelização dos visitantes.

- **Redução de custos através da utilização eficiente dos recursos**

A redução do consumo de energia, do consumo de água e do desperdício de materiais pode gerar poupanças operacionais significativas, ao mesmo tempo que diminui a exposição à volatilidade dos preços dos recursos.

- **Acesso a novos mercados e oportunidades de contratação pública**

A adesão a normas de sustentabilidade reconhecidas, sistemas de certificação ou programas de sustentabilidade dos destinos pode abrir novos canais de distribuição, incluindo parcerias com operadores turísticos responsáveis, clientes empresariais ou iniciativas de contratos públicos.

- **Parcerias locais e cadeias de abastecimento mais sólidas**

A colaboração com fornecedores, produtores e parceiros comunitários locais pode

melhorar a qualidade dos produtos, reforçar a identidade do destino e criar redes económicas locais mais resilientes.

- **Maior valor da marca e maior confiança dos clientes**

Uma comunicação transparente sobre sustentabilidade e uma certificação credível podem reforçar a reputação da marca e aumentar a confiança dos clientes.

- **Maior capacidade de atrair e reter pessoal**

As empresas que demonstram valores ambientais e sociais claros atraem frequentemente colaboradores motivados por um trabalho com um propósito, melhorando os resultados em termos de recrutamento e retenção.

- **Inovação e renovação de produtos**

As iniciativas de sustentabilidade incentivam frequentemente as empresas a repensar as experiências turísticas, a introduzir atividades de baixo impacto ou a desenvolver novas ofertas que prolonguem a estadia dos visitantes e diversifiquem a procura sazonal.

- **Melhoria da gestão de riscos**

A avaliação dos impactos ambientais e o planeamento para os riscos relacionados com o clima ajudam as empresas a antecipar perturbações e a reforçar a resiliência a longo prazo.

Riscos de alto nível

Ao mesmo tempo, não dar resposta aos desafios da sustentabilidade ou fazê-lo sem credibilidade pode criar riscos significativos para as empresas do setor do turismo. As pressões ambientais, as alterações regulamentares e a evolução das expectativas do mercado significam que a inação ou a má implementação de iniciativas de sustentabilidade podem comprometer a competitividade a longo prazo.

Os principais riscos incluem:

- **Riscos regulamentares e de conformidade**

Requisitos mais rigorosos em matéria de desempenho energético, gestão de resíduos, utilização da água ou condições de trabalho podem aumentar os custos operacionais ou restringir as atividades comerciais caso as normas não sejam cumpridas.

- **Riscos de acesso ao mercado**

Os operadores turísticos, os compradores corporativos e as plataformas de reservas exigem cada vez mais dados sobre o desempenho ambiental e social. As empresas que não consigam demonstrar práticas responsáveis podem ver a sua visibilidade reduzida ou ser excluídas de determinados mercados.

- **Volatilidade dos custos**

A utilização ineficiente de energia, água ou materiais expõe as empresas a custos

operacionais mais elevados, especialmente durante períodos de volatilidade dos preços.

- **Riscos de reputação e preocupações com o *greenwashing***

Afirmações de sustentabilidade sem fundamento ou iniciativas mal implementadas podem minar a confiança dos clientes, das comunidades e dos parceiros.

- **Perturbações operacionais decorrentes de pressões ambientais**

Os fenómenos relacionados com o clima, tais como condições meteorológicas extremas, escassez de água ou degradação dos ecossistemas, podem afetar diretamente as infraestruturas turísticas, a experiência dos visitantes e a procura sazonal.

- **Desafios relacionados com a força de trabalho**

A fraca qualidade do emprego, a instabilidade sazonal ou as limitadas perspetivas de progressão na carreira podem dificultar a atração e a retenção de pessoal qualificado.

- **Resistência da comunidade e pressão do destino**

Os impactos negativos percebidos, tais como o congestionamento, a pressão sobre o mercado imobiliário ou a perturbação cultural, podem conduzir a restrições regulamentares ou à perda de apoio local.

- **Riscos financeiros e de investimento**

As empresas que não demonstrem progressos nos indicadores de sustentabilidade poderão enfrentar dificuldades no acesso ao financiamento verde, ao financiamento público ou ao investimento vinculado à sustentabilidade.

A sensibilização não é um fim em si mesma; permite tomar decisões informadas sobre por onde começar, quais as ações que geram maior valor e como demonstrar o progresso de forma credível. O resto deste programa traduz estes fatores em ferramentas práticas, indicadores e opções de governação que apoiam modelos de negócio resilientes, competitivos e responsáveis.



Questões para reflexão e discussão

Relevância estratégica

- Nas suas próprias palavras, por que razão a sustentabilidade ocupa agora um lugar central no seu modelo de negócio, em vez de ser apenas um complemento, e onde é que se encontra a ligação mais evidente com as receitas, os custos ou os riscos na sua atividade?

Mapeamento de impacto Impact mapping

- Quais são os impactos ambientais, sociais e económicos da sua oferta que se revelam mais significativos no seu contexto e que práticas existentes (se as houver) já os mitigam?

Alinhamento do modelo

- Que quadros normativos da UE ou internacionais (por exemplo, Transition Pathway, ODS, GSTC) considera mais relevantes para a sua empresa e de que forma poderiam orientar as suas ações nos próximos 12 meses?

Oportunidades e riscos

- Onde vê a oportunidade mais promissora a curto prazo para diferenciar a sua oferta de forma sustentável e qual é o principal risco caso adie a tomada de medidas?

Provas e credibilidade

- Que indicador-chave de desempenho (KPI) começaria a monitorizar na próxima semana para demonstrar o progresso de forma credível aos hóspedes, funcionários, parceiros ou financiadores, e porquê?



Resumo do capítulo

Pontos principais

- A sustentabilidade no turismo é uma necessidade estratégica, não um mero complemento de marketing; afeta diretamente os custos, as receitas, a exposição ao risco, o talento e a confiança na marca.
- O turismo é um importante setor económico da UE, dominado pelas PME, o que significa que o progresso depende de ações práticas e escaláveis, em vez de soluções complexas ou que exigem muitos recursos.
- O turismo sustentável integra valores ambientais, sociais e económicos, enquanto o turismo verde se centra principalmente no desempenho ambiental; as abordagens regenerativas visam resultados líquidos positivos.
- As atividades turísticas geram impactos ambientais, sociais e económicos significativos, incluindo emissões, pressões sobre a água e os resíduos, efeitos na comunidade e exposição a riscos climáticos.
- Os quadros da UE e internacionais (por exemplo, Pacto Ecológico, Rota de Transição, ODS, GSTC) proporcionam uma orientação comum e credibilidade, moldando a regulamentação, o acesso ao mercado e o financiamento.
- A sensibilização permite estabelecer prioridades: as empresas devem concentrar-se, em primeiro lugar, em ações de alto impacto e a curto prazo que proporcionem melhorias mensuráveis.
- Traduzir a sensibilização em ação requer indicadores-chave de desempenho (KPI) simples (por exemplo, energia, água, desperdício alimentar ou emissões por hóspede) para comprovar o progresso e evitar o *greenwashing*.

Os conceitos e mensagens apresentados no Capítulo 1 constituem a base para as próximas masterclasses, nas quais as PME são orientadas através de ferramentas práticas, métodos e aplicações no mundo real. As masterclasses traduzirão estas áreas operacionais em passos concretos de implementação, adaptados às necessidades e capacidades das PME do setor do turismo.



02



CAPÍTULO 2

Desenvolvimento sustentável e ambiente

Capítulo 2: Desenvolvimento sustentável e ambiente

Título	Desenvolvimento sustentável e ambiente
Resultados de aprendizagem	<ul style="list-style-type: none">▪ Identificar de que forma as políticas de sustentabilidade afetam as PME do setor do turismo.▪ Compreender as principais áreas de impacto ambiental e social das atividades das PME.▪ Reconhecer a importância da adaptação às alterações climáticas para a continuidade das atividades empresariais.▪ Explicar por que razão a sustentabilidade reforça a competitividade das PME.

Introdução

O turismo é um setor dinâmico que depende fortemente da qualidade ambiental, do bem-estar social e da viabilidade económica. No entanto, o turismo também contribui para as alterações climáticas, o esgotamento dos recursos e a pressão sobre as comunidades locais e os ecossistemas. O desenvolvimento sustentável oferece uma resposta estratégica a estes desafios, ajudando as empresas turísticas, especialmente as PME, a operar de forma a equilibrar a rentabilidade com a responsabilidade ambiental e a resiliência a longo prazo.

Para as pequenas empresas turísticas, a sustentabilidade já não é um conceito periférico ou um exercício de branding. Está cada vez mais ligada à eficiência de custos, à gestão de riscos, às expectativas regulamentares, ao posicionamento no mercado e ao acesso a financiamento. Os viajantes estão a tornar-se mais conscientes dos impactos ambientais e os mercados turísticos europeus estão a evoluir rapidamente para modelos de negócio mais ecológicos. Esta transição cria tanto oportunidades como obrigações para as PME, que representam a maioria do setor do turismo na Europa.

Este capítulo tem como objetivo fornecer uma base prática para compreender como o desenvolvimento sustentável se aplica ao turismo na perspetiva das PME. Explica o contexto político mais alargado que impulsiona as expectativas de sustentabilidade, apresenta as principais prioridades ambientais e sociais relevantes para as operações turísticas e identifica os argumentos comerciais a favor da adoção de práticas mais ecológicas. O capítulo prepara também o terreno para as próximas masterclasses, esclarecendo por que razão a sustentabilidade não é apenas ambientalmente necessária, mas também estrategicamente vantajosa para as empresas turísticas.

Da política à realidade empresarial

O contexto da transição ecológica

A União Europeia colocou a sustentabilidade no centro da sua estratégia económica a longo prazo. Iniciativas como o Pacto Ecológico Europeu, o Plano de Ação para a Economia Circular e as orientações da UE em matéria de turismo estão a redefinir as expectativas quanto à forma como as empresas operam no que diz respeito ao clima, aos recursos, à energia e à proteção ambiental.

Estas orientações políticas estão alinhadas com quadros internacionais mais amplos, como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU e o Acordo de Paris, que, em conjunto, estabelecem as expectativas a longo prazo em matéria de clima e sustentabilidade para o setor do turismo.

O que estas políticas significam para as PME do setor do turismo

Para os grandes operadores turísticos, a conformidade manifesta-se frequentemente sob a forma de estratégias formais de sustentabilidade ou de obrigações de prestação de contas. Para as PME, no entanto, os efeitos fazem-se sentir de forma mais operacional e imediata, através de:

- Maior exposição aos custos da energia, da água e dos materiais
- Expectativas crescentes dos visitantes em relação a serviços de turismo responsável
- Acesso a subsídios e instrumentos financeiros que dependem de critérios de sustentabilidade
- Requisitos a nível do destino associados a compromissos de sustentabilidade
- Maiores expectativas de transparência por parte dos intermediários e das cadeias de abastecimento

Na prática, isto significa que a sustentabilidade já não é opcional. Pelo contrário, está a tornar-se progressivamente uma referência operacional.

Relevância para a transição ecológica no turismo (por que razão as PME precisam de se adaptar)

As PME do setor do turismo são particularmente sensíveis à qualidade ambiental, aos impactos climáticos e à reputação do destino. As empresas que adotam precocemente práticas operacionais sustentáveis ganham em eficiência, diferenciação e confiança. Aquelas que demoram a agir arriscam-se a enfrentar custos mais elevados, uma deterioração da reputação e uma futura exclusão regulamentar ou do mercado. A sustentabilidade é, cada vez mais, uma condição essencial para a continuidade dos negócios a longo prazo.

Sustentabilidade no turismo: uma perspetiva operacional

A sustentabilidade do turismo pode ser compreendida de forma mais eficaz quando os princípios abstratos são traduzidos em áreas concretas da prática empresarial. Para as PME, a sustentabilidade é vivida através das decisões operacionais do dia-a-dia, e não através de quadros teóricos.

Os pilares ambiental, social e económico da sustentabilidade refletem-se aqui nas áreas operacionais que afetam mais diretamente as PME do setor do turismo.

Energia nas PME do setor do turismo

O consumo de energia é uma das áreas com maior impacto no turismo, especialmente no setor do alojamento e nos serviços que dependem de aquecimento, refrigeração, iluminação ou equipamento de cozinha. A redução da procura de energia através de medidas de eficiência energética pode proporcionar poupanças imediatas, ao mesmo tempo que diminui as emissões. A transição dos combustíveis fósseis para soluções renováveis reforça ainda mais a resiliência e alinha as empresas com os objetivos climáticos a longo prazo. Mesmo melhorias de pequena escala, como um melhor isolamento, iluminação LED ou termóstatos inteligentes, podem gerar benefícios financeiros para as PME.

Gestão da água

A escassez de água e o abastecimento irregular são desafios cada vez mais comuns para os destinos turísticos, especialmente aqueles afetados por pressões climáticas ou picos sazonais de procura. As PME podem mitigar esta pressão através de intervenções de baixo custo, tais como a instalação de equipamentos de poupança de água, a garantia de uma deteção rápida de fugas, o incentivo a comportamentos responsáveis por parte dos hóspedes e o acompanhamento dos padrões de consumo. Uma gestão eficiente da água protege as empresas da vulnerabilidade à escassez e ao aumento das tarifas dos serviços públicos, contribuindo simultaneamente para a sustentabilidade geral do destino.

Resíduos

O turismo gera uma grande variedade de resíduos. Isso inclui resíduos alimentares, embalagens descartáveis, produtos de limpeza e resíduos gerais associados à rotatividade dos hóspedes. Reduzir a intensidade de materiais, privilegiar alternativas reutilizáveis e separar os fluxos de resíduos pode diminuir significativamente os impactos ambientais. Estas ações também reduzem os custos de eliminação e constituem a base para práticas mais avançadas de economia circular, que serão aprofundadas mais adiante nas masterclasses.

Mobilidade e Acessibilidade

A mobilidade afeta tanto a pegada ambiental do turismo como a inclusão da experiência do visitante. Embora o transporte de longa distância esteja fora do controlo das PME, as decisões relativas às deslocações locais podem ser influenciadas pela forma como as empresas comunicam as opções, estruturam os serviços e colaboram com parceiros locais. Fornecer

informações sobre percursos pedestres, transportes públicos, serviços de transporte ou aluguer de bicicletas incentiva escolhas de mobilidade de baixo impacto. Garantir a acessibilidade também apoia a inclusão social e alarga a base de visitantes.

Para as PME, as considerações de mobilidade envolvem:

- Colaboração com os operadores de transportes locais
- Oferecer aos visitantes alternativas à utilização do automóvel particular
- Facilitar a criação de infraestruturas para peões e ciclistas ou o acesso às mesmas
- Garantir que as soluções de mobilidade continuem a ser inclusivas para todos os utilizadores

Natureza e Biodiversidade

Muitas experiências turísticas têm origem em paisagens naturais, ecossistemas ou ambientes culturais. A perda de biodiversidade, a degradação dos solos e a má gestão dos fluxos de visitantes podem diminuir a atratividade dos destinos e prejudicar os meios de subsistência locais. As PME podem proteger o capital natural através de uma gestão responsável da utilização dos recursos, evitando perturbações em áreas sensíveis e apoiando iniciativas ambientais locais. Atuar como guardiãs do local reforça a relação da empresa com o território do qual depende.

As PME podem apoiar a biodiversidade através das seguintes medidas:

- Adquirir alimentos e produtos junto de fornecedores regenerativos ou locais
- Proteger as áreas naturais em redor dos locais turísticos
- Reduzir a poluição sonora e luminosa que afeta a vida selvagem
- Colaborar com ONG ambientais ou iniciativas locais de conservação

Valor local e bem-estar da comunidade

Uma empresa de turismo contribui para a sustentabilidade não só através do seu desempenho ambiental, mas também através da sua relação com a comunidade anfitriã. As PME reforçam a sustentabilidade social quando contratam mão de obra local, colaboram com fornecedores da comunidade e respeitam a autenticidade cultural. Estas ações reforçam a identidade do destino, criam confiança a nível local e garantem que os benefícios do turismo são partilhados, em vez de serem apenas extraídos. Em muitas regiões, a boa vontade da comunidade é também um fator essencial para a continuidade e a reputação das empresas. Para as PME, isto pode implicar:

- Contratação local e desenvolvimento de competências
- Parcerias com produtores e artesãos da comunidade
- Promoção da autenticidade cultural e do património
- Colaboração transparente com as partes interessadas locais

Esta dimensão associa a sustentabilidade ambiental à legitimidade social e à coesão do destino.

Adaptação às alterações climáticas nas PME do setor do turismo

As alterações climáticas afetam não só os sistemas globais, mas também as operações comerciais quotidianas das PME do setor do turismo. Ao contrário da mitigação, que se centra na redução das emissões, a adaptação consiste em lidar com os impactos que já se verificam ou que se prevê que se intensifiquem.

Por que razão a adaptação é importante para as PME

O turismo é um setor altamente sensível às alterações climáticas. Temperaturas extremas, escassez de água, tempestades e pressões ecológicas afetam diretamente a continuidade das atividades. As PME dispõem de menos reservas financeiras do que as grandes empresas, tornando a adaptação essencial para a gestão de riscos. Neste contexto, a adaptação torna-se não só uma responsabilidade ambiental, mas também uma condição para a resiliência económica.

Os riscos comuns para as PME do setor do turismo incluem:

- O stress térmico afeta o conforto dos hóspedes e aumenta os custos com refrigeração
- A escassez de água está a reduzir a fiabilidade do abastecimento, especialmente durante a época alta
- Inundações ou tempestades que danificam as infraestruturas ou interrompem o acesso
- A exposição a incêndios florestais ameaça a segurança e a imagem do destino
- A erosão e a degradação da paisagem reduzem a atratividade
- O declínio dos ecossistemas afeta a qualidade do turismo baseado na natureza

Neste contexto, a adaptação não é apenas uma preocupação ambiental, mas um elemento estratégico da gestão de riscos e da continuidade das atividades.

Medidas práticas de adaptação

As PME podem aplicar estratégias de adaptação que sejam realistas, de baixo custo e proporcionais à sua dimensão e nível de exposição. O foco está na proteção prática e na continuidade, e não em investimentos em infraestruturas de grande escala.

Área de impacto	Exemplos de medidas de adaptação para as PME
Aumento das temperaturas	Estruturas de sombreamento, conceção de refrigeração passiva, melhorias na ventilação e horários de funcionamento adaptados
Escassez de água	Tanques de armazenamento, equipamentos de poupança de água, paisagismo resistente à seca e sensibilização dos hóspedes

Inundações/ tempestades	Melhoria da drenagem, barreiras de proteção, realocação de equipamentos vulneráveis e protocolos de emergência
Risco de incêndios florestais	Zonas tampão de vegetação, perímetros de segurança, sinalização de evacuação e coordenação com as autoridades
Degradação da natureza	Apoio a ações de recuperação, redução de perturbações em zonas sensíveis e abastecimento sustentável

Estas medidas ajudam as PME a salvaguardar os serviços essenciais, a manter a experiência do cliente e a demonstrar responsabilidade em relação à resiliência do destino.

A adaptação como vantagem estratégica

A adaptação não é apenas uma resposta ao risco; pode também reforçar a competitividade. Os destinos turísticos dão cada vez mais prioridade aos operadores que conseguem garantir a continuidade do serviço, proteger os recursos locais e contribuir para os esforços de resiliência climática. As PME que adotam proativamente medidas de adaptação são vistas como parceiros mais fiáveis pelos intermediários, gestores de destinos e visitantes.

A adaptação também contribui para a reputação. Uma empresa que protege o seu ambiente natural, gere os riscos climáticos de forma responsável e zela pelo bem-estar dos hóspedes posiciona-se como uma entidade voltada para o futuro e digna de confiança. Isto reforça o valor da marca e fortalece os laços com as autoridades locais e as partes interessadas que trabalham em prol de objetivos de sustentabilidade. Neste sentido, a adaptação é simultaneamente uma estratégia de resiliência e um fator de diferenciação no mercado, ajudando as PME a manterem-se viáveis e atrativas à medida que as pressões ambientais se intensificam.

O Argumento Comercial a Favor da Sustentabilidade nas PME do Setor do Turismo

Para as PME do setor do turismo, a sustentabilidade não se resume apenas ao cumprimento de normas ou à ética; está ligada à competitividade, ao posicionamento no mercado, à redução de riscos e à viabilidade a longo prazo. À medida que as expectativas dos consumidores evoluem e os destinos dão prioridade ao crescimento responsável, as empresas que integram a sustentabilidade estão melhor posicionadas para responder à procura e garantir a confiança das partes interessadas.

Eficiência de custos e estabilidade dos recursos

Os custos com energia, água e materiais estão a aumentar em toda a Europa. As medidas de eficiência reduzem as despesas operacionais a longo prazo e tornam as PME menos vulneráveis à volatilidade do mercado. Mesmo pequenas mudanças na gestão de recursos podem gerar retornos financeiros duradouros.

Diferenciação no mercado e reputação

Os viajantes preferem cada vez mais prestadores de serviços que demonstrem responsabilidade ambiental e social. A sustentabilidade pode, portanto, ser uma estratégia de diferenciação,

sinalizando qualidade, cuidado com o local e alinhamento com os valores emergentes do turismo. Aumenta a confiança e amplia a visibilidade nas redes de destinos e nas cadeias de abastecimento.

Continuidade dos negócios e redução de riscos

Ao antecipar riscos climáticos, regulamentares e de mercado, as PME orientadas para a sustentabilidade protegem a continuidade operacional. A adaptação e a gestão ambiental reforçam a resiliência e reduzem a exposição da reputação. As empresas de turismo que não se adaptarem podem enfrentar a exclusão de futuras cadeias de valor ou estratégias de destino.

Questões para reflexão

- Onde se concentram as principais pressões sobre os recursos nas minhas operações?
- Que riscos ambientais ou climáticos poderiam afetar a continuidade do serviço?
- Que medidas de sustentabilidade poderiam também reduzir custos ou melhorar a experiência?
- Com que atores locais poderia colaborar para promover a mudança?

Estes «pontos de partida» são de natureza conceptual e não técnica. Ajudam as PME a familiarizarem-se e a prepararem-se para os instrumentos e metodologias práticas que serão abordados nas masterclasses do WP3.

Resumo do capítulo

Pontos principais

- As PME do setor do turismo são afetadas pelas políticas de sustentabilidade não como quadros abstratos, mas como expectativas operacionais.
- O desempenho ambiental, a adaptação às alterações climáticas e a criação de valor local são fatores interligados que impulsionam a resiliência e a competitividade.
- A sustentabilidade é, cada vez mais, uma condição para o acesso ao mercado, a reputação e as oportunidades de parceria.
- A monitorização de indicadores básicos ajuda as PME a antecipar melhorias futuras sem complexidade imediata.
- O próximo passo é passar da compreensão para a aplicação prática através das masterclasses.

Os conceitos e mensagens apresentados no Capítulo 2 constituem a base para as próximas masterclasses, nas quais as PME são orientadas através de ferramentas práticas, métodos e aplicações no mundo real. As masterclasses traduzirão estas áreas operacionais em passos

concretos de implementação, adaptados às necessidades e capacidades das PME do setor do turismo.



03



CAPÍTULO 3

Recolha de estudos de caso

Capítulo 3: Recolha de estudos de caso

Introdução

Os estudos de caso apresentados neste capítulo oferecem exemplos práticos de turismo sustentável. Enquanto o Capítulo 1 aborda os conceitos básicos do turismo e do turismo sustentável, incluindo definições, tendências do setor e a contribuição deste para a economia da UE, e o Capítulo 2 explora os conceitos de desenvolvimento sustentável, gestão ambiental e transição ecológica, este capítulo passa a centrar-se na aplicação prática, em vez da teoria. Destaca a forma como os princípios da sustentabilidade são postos em prática com sucesso por organizações em diferentes contextos e escalas.

Cada estudo de caso apresenta abordagens estruturadas de sustentabilidade implementadas por PME, cooperativas, redes, ONG e autoridades públicas que procuram equilibrar a gestão ambiental, o valor social e a viabilidade económica. Estes exemplos demonstram como diversos intervenientes traduzem compromissos estratégicos de sustentabilidade em ações mensuráveis e enraizadas a nível local. Estes exemplos ilustram como a colaboração estruturada, a inovação e o envolvimento das partes interessadas podem gerar resultados mensuráveis em matéria de sustentabilidade.

Em toda a Europa, os agentes do setor do turismo têm implementado medidas como:

- Implementaram sistemas de gestão ambiental e obtiveram certificações ecológicas.
- Construíram redes enraizadas na comunidade, reinvestindo recursos e energia no património local e no bem-estar das pessoas.
- Criaram opções de turismo de baixo impacto, como a oferta de uma combinação de atividades terrestres, marítimas e culturais, visitas educativas guiadas e viagens culturais que deixam uma pegada ecológica reduzida.
- Asseguram que os visitantes e a população local aprendam mais sobre sustentabilidade, transformando a educação em ação.
- E reuniram grupos públicos e privados, garantindo que os seus esforços tenham um impacto duradouro na região.

Este capítulo estabelece uma ligação entre a teoria subjacente ao turismo sustentável e o que realmente acontece no terreno. Mostra que não existe um único caminho para tornar o turismo mais sustentável — há muitas formas de alcançar esse objetivo. A transformação sustentável surge através de um planeamento estruturado, de uma governação inclusiva e do envolvimento coordenado das partes interessadas.

Ecoturismo

O ecoturismo refere-se a viagens responsáveis a áreas naturais que dão prioridade à conservação, ao bem-estar das comunidades e à educação ambiental. Na Europa, constitui frequentemente um verdadeiro impulso para as zonas rurais e as áreas protegidas. Quando gerido estrategicamente, o ecoturismo pode apoiar os objetivos de conservação, reforçando simultaneamente as economias rurais. Os exemplos que se seguem ilustram como o ecoturismo pode integrar a conservação, a participação da comunidade e práticas turísticas inovadoras. Demonstram que a gestão ambiental e o desempenho económico não são mutuamente exclusivos; quando estrategicamente alinhados, podem reforçar-se e fortalecer-se mutuamente.

1 Melhores práticas 1:



Título	Burren Ecotourism Network (BEN)
País	<i>Irlanda</i>
Organizador/ Prestador/Setor	<ul style="list-style-type: none"> ● Rede de PME, ONG e organismos públicos ● Operador turístico ● Colaboração com as autoridades públicas
Sumário executivo	<p>A Rede de Ecoturismo do Burren reúne mais de 60 empresas turísticas do Geoparque Global da UNESCO do Burren e dos Penhascos de Moher. A Rede tem como objetivo integrar a sustentabilidade de forma sistemática nas operações diárias das empresas, em vez de a tratar como um argumento promocional. Todos os membros da rede seguem o Código de Conduta do Geoparque para o Turismo Sustentável. O Código fornece orientações estruturadas que abrangem energia, água, resíduos, conservação, envolvimento da comunidade e educação dos visitantes. Existem ferramentas de formação e de autoavaliação para ajudar as pessoas a manterem-se no caminho certo. A rede colabora com iniciativas do Geoparque, como a «Leave No Trace» (Não Deixe Rastros), para promover um comportamento responsável por parte dos visitantes e reforçar a gestão ambiental. Como resultado, a colaboração entre as empresas reforçou-se, ao mesmo tempo que os impactos ambientais foram reduzidos e o património local foi valorizado.</p>

Contexto e desafio	As pequenas empresas careciam de ferramentas coordenadas, indicadores partilhados e uma narrativa de sustentabilidade coerente capaz de sustentar o seu posicionamento no mercado. Sem ferramentas concretas, sem um plano de ação comum, sem nada que as ajudasse a reduzir o seu impacto ou a construir uma história convincente sobre sustentabilidade. E, devido a tudo isso, entrar em novos mercados parecia quase impossível.
Objetivos	Para ajudar as empresas a cuidar melhor do ambiente, incentivá-las a reinvestir no património local e criar um destino que se destaque pela sua sustentabilidade. Um lugar que as pessoas reconheçam como estando pronto para o mercado e genuinamente empenhado em preservar o que é importante.
Abordagem/Medidas tomadas	O Geopark LIFE e os seus parceiros elaboraram um Código de Conduta bastante prático. Oferecem formação para ajudar a definir valores de referência e metas em matéria de energia, água e resíduos. As auditorias regulares garantem que todos cumprem os objetivos, e existe um caminho claro para a obtenção de certificações independentes. Para aderir à rede, é necessário respeitar o Código e utilizar a marca do destino de forma adequada — desta forma, os esforços de todos fazem realmente a diferença.
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Ambiental: O Código de Boas Práticas centra-se na forma como a energia e a água são utilizadas, na gestão dos resíduos e na conservação da paisagem. O princípio «Não Deixe Rastros» está incluído na formação como algo que as pessoas realmente aprendem e aplicam. ● Social: Foram estabelecidas fortes ligações com outros membros da comunidade do Geoparque, e todos trabalham em conjunto e ajudam-se mutuamente a crescer. Há muitas oportunidades de networking, desenvolvimento de competências e possibilidades para os visitantes aprenderem algo novo. ● Económico: Os membros da BEN unem-se no marketing, o que ajuda todos a destacarem-se. Esta abordagem torna as pequenas empresas locais mais resistentes e mantém o turismo ativo durante todo o ano, não apenas nos meses de maior afluência.
Recomendações/Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Partilhar abordagens práticas que funcionam para as PME.</i> ● <i>Conseguir que todos adiram a um conjunto comum de diretrizes.</i> ● <i>Oferecer formação prática que as pessoas possam realmente aplicar.</i> ● <i>Acompanhar o seu progresso e comparar resultados para ver o que está a funcionar.</i> ● <i>Estabelecer um calendário claro para cumprir normas de certificação reconhecidas e cumpri-lo rigorosamente.</i>
Sítio Web	https://www.burrengeopark.ie/sustainable-tourism/code-of-practice/

Justificação da seleção

O BEN demonstra como um código aplicável a todo o destino, apoiado por formação e monitorização, pode integrar a sustentabilidade nas práticas de muitos pequenos operadores, tornando-o um modelo escalável para as regiões rurais.

**Questões para reflexão**

1. Que dados mínimos devem as PME recolher para avaliar os impactos de forma credível?
2. De que forma um código de destino pode incentivar as microempresas, em vez de lhes impor um fardo?
3. Que certificações de terceiros se adequam melhor aos pequenos operadores rurais?



2 Melhores práticas 2:



Título	Ecoturismo nos Picos de Europa
País	<i>Espanha</i>
Organizador/ Prestador/Setor	<ul style="list-style-type: none"> ● Autoridades públicas ● PME, ONG ● Operadores turísticos
Sumário executivo	<p>O plano «Ecoturismo nos Picos de Europa: Destino Onís» teve início mesmo no coração de Onís, uma pequena zona rural das Astúrias situada no seio da cordilheira dos Picos de Europa. A ideia é afastar-se das multidões e do barulho habituais e concentrar-se num tipo de turismo que beneficie efetivamente as pessoas que lá vivem. O objetivo é reposicionar o turismo através de um quadro de sustentabilidade enraizado na comunidade. As pequenas empresas locais têm assim uma oportunidade real de se destacarem. O plano incentiva-as a aderir à rede «Soy Ecoturista», mas apenas se respeitarem o ambiente, valorizarem as tradições locais e garantirem que os benefícios permanecem efetivamente na região. Estão a implementar passeios guiados pela natureza, a destacar a gastronomia local — especialmente o queijo Gamonéu, que praticamente se vende sozinho — e a repensar a forma como as pessoas se deslocam, para que tudo funcione de forma mais limpa e inteligente. A iniciativa enfatiza a participação da comunidade e o envolvimento das partes interessadas. Onís ilustra como o ecoturismo pode ser implementado com sucesso em destinos rurais de montanha. Isto serve de exemplo de como a proteção ambiental, a preservação cultural e o desenvolvimento económico podem ser promovidos simultaneamente através de um planeamento integrado do destino.</p>
Contexto e desafio	<p>Onís situa-se no coração dos Picos de Europa, uma região caracterizada por uma rica biodiversidade, tradições pastorais de longa data e comunidades de montanha que, historicamente, viveram em isolamento geográfico. Nos últimos anos, porém, a zona começou a sentir uma pressão turística crescente. Os fluxos de visitantes provenientes de atrações populares nas proximidades, como os Lagos de Covadonga, estendem-se cada vez mais ao município, criando novos desafios de gestão. Ao mesmo tempo, muitas empresas locais continuam altamente dependentes do turismo sazonal, o que resulta em rendimentos flutuantes e numa estabilidade económica limitada fora dos períodos de pico.</p>

Objetivos	<p>Para orientar o turismo numa nova direção — menos impacto, mais valor real. O projeto centrou-se no reforço dos laços com o património e as tradições agro-pastoris, ao mesmo tempo que proporcionava às empresas locais as ferramentas necessárias para crescerem de uma forma que realmente ajudasse a comunidade. O objetivo era desenvolver produtos de ecoturismo alinhados com a proteção da biodiversidade, o património cultural e a mobilidade de baixo impacto. As pessoas ajudariam a proteger a biodiversidade, escolheriam formas mais ecológicas de se deslocarem e evitariam os habituais pontos turísticos sobrelotados. Em vez disso, poderiam explorar os Picos de Europa através de opções que deixam uma pegada mais leve e oferecem algo diferente do turismo de massa.</p>
Abordagem/Medidas tomadas	<p>A Onís uniu-se a empresas locais, ONG e autoridades regionais para lançar um grande Plano de Ecoturismo. O projeto combinou o planeamento estratégico com medidas práticas de implementação, apoiadas por formação estruturada e investimento. Ao longo de quatro anos, realizaram mais de 200 horas de formação para empresas locais, abrangendo tudo, desde a sustentabilidade e competências digitais até à acessibilidade. Ajudaram as pequenas empresas a aderir ao Club de Ecoturismo en España, o que deu um verdadeiro impulso à credibilidade do turismo local. Também traçaram novos percursos temáticos que mostram a biodiversidade da região, as suas antigas tradições pastorais e o famoso queijo local. Além disso, investiram em meios de transporte ecológicos, como ciclovias e um autocarro elétrico para visitantes. Modernizaram a sinalização, renovaram os centros de visitantes e criaram novos guias para ajudar as pessoas a conectarem-se verdadeiramente com o local. Tudo isto colocou Onís no centro das atenções como uma escolha de excelência para viagens sustentáveis nos Picos de Europa.</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Ambiental: O sistema organizado de trilhos alivia a pressão sobre áreas frágeis, ajuda a proteger habitats e permite que as pessoas explorem a região sem causar grandes danos. ● Social: Quando os habitantes locais conduzem atividades — como visitas guiadas à produção de queijo, passeios com pastores ou observação da vida selvagem —, isso reforça o orgulho da comunidade e mantém as tradições vivas. As pessoas que vivem aqui ajudam a moldar as experiências e a orientar os visitantes, desenvolvendo assim competências e sentindo-se verdadeiramente parte integrante do processo. ● Económico: Os rendimentos rurais aumentam à medida que as pessoas diversificam as suas atividades — pense em visitas guiadas pela natureza, venda de produtos locais ou certificação de pequenas empresas. Não se trata apenas de atrair mais visitantes; trata-se de fazer com que cada visita valha a pena.

Recomendações/Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none">● <i>Comece com um plano de destino bem definido e obtenha a certificação Soy Ecoturista. Esta certificação estabelece critérios claros, oferece formação prática e confere credibilidade ao seu projeto no mercado.</i>● <i>Crie experiências em torno de temas que liguem a natureza, a cultura e os produtos locais — assim, os visitantes aproveitam melhor a viagem e ficam com boas recordações.</i>● <i>Envolva a comunidade local. Inclua-a desde o início. O apoio desta comunidade é fundamental para que o projeto seja duradouro.</i>
Sítio Web	https://www.onisecoturismo.es/
Justificação da seleção	<p>É um excelente exemplo de como as autoridades públicas podem liderar o ecoturismo numa área natural protegida e de grande valor. As pequenas empresas locais também se envolvem — pense em produtores de queijo, pastores e pessoas que trabalham nas pastagens. A conservação desempenha um papel central, com foco na biodiversidade e na observação de espécies. Existe até infraestrutura para viagens de baixo impacto, além de apoio para certificações. No conjunto, isto mostra como as zonas rurais podem avançar para o turismo sustentável de uma forma que realmente funciona e pode ser replicada noutros locais.</p>



Perguntas para a autorreflexão

1. Que indicadores devem o destino e as PME participantes acompanhar para avaliar o sucesso em termos de conservação, benefícios para a comunidade e resiliência económica?
2. De que forma é que o património local (produção de queijo, pastoreio, fauna local, etc.) pode ser integrado nas experiências dos visitantes sem ser mercantilizado ou perder a sua autenticidade?
3. Que estratégias de gestão de visitantes (itinerários, sinalização, mobilidade, etc.) são mais eficazes para prevenir a degradação ambiental nos ecossistemas montanhosos?



Turismo cultural

O turismo cultural centra-se na interpretação e na vivência dos bens do património material e imaterial, incluindo a arquitetura, as tradições, a gastronomia e as indústrias criativas. Este tipo de turismo aproxima as pessoas, ajuda as comunidades a preservar a sua identidade e estimula o diálogo genuíno entre a população local e os visitantes. Quando bem conduzido, o turismo cultural não se limita a proteger o património — permite que a população local dê forma à história e tire proveito dela. Encontrará muitos locais por toda a Europa a adotar abordagens inovadoras, utilizando o seu património e as indústrias criativas para construir futuros mais inclusivos, inovadores e sustentáveis. Os estudos de caso que se seguem ilustram como estas abordagens são implementadas na prática.

3

Melhores práticas 3:



Título	Les Maisons du Voyage
País	<i>França</i>
Organizador/ Prestador/Setor	● Agência de viagens - PME
Sumário executivo	A Les Maisons du Voyage é uma agência de viagens francesa especializada em viagens personalizadas e aventuras em pequenos grupos, não só em França, mas em todo o mundo. A agência distingue-se pelo seu forte compromisso com experiências de viagem que promovem a imersão cultural e são estruturadas de forma ética. As suas viagens são concebidas com o objetivo de apoiar o património, a natureza e as comunidades locais. Este compromisso está formalizado através da certificação «Agir pour un Tourisme Responsable».

Contexto e desafio	<p>A Les Maisons du Voyage dedica-se há décadas a criar viagens que realmente têm significado. A organização dá prioridade a experiências de viagem imersivas que promovem um envolvimento significativo com as culturas e comunidades locais. Desde 1991, tornaram-se especialistas na conceção de viagens com um toque pessoal, ajudando as pessoas a estabelecerem uma ligação genuína com os locais e as comunidades que visitam. O seu compromisso com o turismo responsável não se fica pelas palavras – é comprovado pela certificação ATR e por uma longa parceria com a Fundação GoodPlanet, apoiando projetos com impacto social e ambiental real em todo o mundo. Operar produtos de viagens de longo curso responsáveis apresenta desafios ambientais e operacionais mensuráveis. Criar excursões de alta qualidade e responsáveis exige um enorme esforço, e o mundo das viagens pode mudar da noite para o dia. A Les Maisons du Voyage prova que uma empresa pequena e apaixonada pode tornar a sustentabilidade parte do trabalho quotidiano — mesmo quando os desafios da indústria do turismo aumentam.</p>
Objetivos	<p>A Les Maisons du Voyage quer que os viajantes vivam as culturas locais e criem uma ligação genuína com as pessoas e as tradições que encontram. A organização dá prioridade à conceção de viagens éticas, baseadas em princípios de responsabilidade ambiental e social. Para eles, a sustentabilidade não é apenas uma palavra da moda; está presente em tudo o que fazem, desde a criação de viagens personalizadas até à escolha dos parceiros certos. A organização tem como objetivo conceber viagens que gerem resultados positivos tanto para os viajantes como para os destinos que visitam. Para além de conceber experiências de viagem responsáveis, a organização também apoia programas ambientais e sociais mais abrangentes. A Les Maisons du Voyage envolve-se também em projetos de maior dimensão — pense em reflorestação, agrossilvicultura e no apoio ao fortalecimento das comunidades. Acreditam que viajar pode fazer mais do que apenas abrir mentes; pode realmente fazer a diferença. Para eles, o turismo cultural não tem de escolher entre ganhar dinheiro e fazer o que está certo. É possível ter ambos.</p>

Abordagem/Medidas tomadas	<p>Em 2020, a Les Maisons du Voyage oficializou o seu compromisso com o turismo responsável ao obter o selo ATR, certificado pela Ecocert. Para os seus clientes e parceiros, isto transformou os valores que há muito defendiam numa promessa concreta e auditada. Este compromisso foi institucionalizado através da criação de uma função interna dedicada à sustentabilidade, responsável pela governação e transparência. Desde 2017, a empresa tem colaborado com a Fundação GoodPlanet, apoiando projetos em todo o mundo. Entre os exemplos contam-se projetos de agrossilvicultura no Equador, apoio a iniciativas de agricultura familiar na Etiópia e programas de conservação florestal no Peru. O seu impacto vai muito além do turismo. No que diz respeito às viagens, concebem os seus percursos com vista a um verdadeiro intercâmbio cultural e a experiências em pequenos grupos. Pretendem que os viajantes se relacionem com as comunidades locais e respeitem o património, privilegiando sempre a qualidade e a autenticidade em detrimento do turismo de massa. Além disso, partilham uma carta ética com os viajantes, incentivando todos a viajar de forma responsável. Para eles, a sustentabilidade não é apenas uma política — está presente em todas as partes da viagem.</p>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Ambiental: <i>Leva as pessoas a refletir sobre como as suas escolhas de viagem afetam o planeta. Destaca destinos e atividades ecológicos — pense em alojamentos ecológicos, ajuda a espécies ameaçadas de extinção ou colaboração com ONG locais. Também incentiva os viajantes a abrandar o ritmo e a experimentar formas mais sustentáveis de se deslocarem.</i> ● Social: <i>Trata-se de um verdadeiro intercâmbio cultural e do respeito pelas tradições locais. O turismo torna-se uma forma de promover a compreensão, a tolerância e a inclusão social. Os viajantes têm a oportunidade de mergulhar nas culturas locais e de estabelecer ligações com as comunidades.</i> ● Económico: <i>Impulsiona as economias locais, criando procura por experiências que parecem genuinamente autênticas. Os fornecedores locais também beneficiam. Além disso, mostra que a sustentabilidade não é apenas boa para o mundo — é uma estratégia empresarial sólida.</i>
Recomendações/Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● <i>Obtenha uma certificação em turismo responsável.</i> ● <i>Crie uma equipa interna de sustentabilidade que se preocupe verdadeiramente em fazer a diferença.</i> ● <i>Trabalhe com organizações em que confia — pessoas que sabem o que estão a fazer.</i> ● <i>Crie experiências autênticas que aproximem os viajantes das comunidades locais.</i> ● <i>Mostre aos viajantes como viajar de forma responsável e envolva-os nesse processo.</i>
Sítio Web	https://www.maisonsduvoyage.com/

Justificação da seleção

Esta agência integra a sustentabilidade em tudo o que faz. As viagens não se resumem a visitas turísticas – são concebidas para que os viajantes vivam a cultura local, estabeleçam uma ligação genuína com as pessoas e deixem uma marca positiva. Seguem o selo «Agir pour un Tourisme Responsable», que não é apenas um requisito a cumprir. Significa que prestam atenção ao ambiente, apoiam as comunidades locais e respeitam o património local, tudo ao mesmo tempo. Toda a sua abordagem prova que é possível gerir uma agência de viagens que oferece aos viajantes algo autêntico, ajuda os locais que visitam e, ao mesmo tempo, zela pela natureza e pela tradição.

**Questões para reflexão**

1. Como pode um prestador de serviços turísticos conciliar a oferta de experiências autênticas e culturalmente ricas com a responsabilidade ambiental e social?
2. Que medidas pode uma empresa tomar para formalizar os seus compromissos de sustentabilidade, tais como a obtenção de certificações, a criação de políticas internas ou o estabelecimento de parcerias estratégicas?
3. Como é que se pode incentivar os viajantes a adotarem comportamentos responsáveis que apoiem as comunidades locais e protejam o ambiente?

4 Melhores práticas 4:



Título	Museu ao Ar Livre da Mazóvia em Sierpc – Património Vivo e Turismo Sustentável
País	<i>Polónia</i>
Organizador/ Prestador/Setor	● Museu público/instituição cultural
Sumário executivo	<p>O Museu ao Ar Livre da Mazóvia, em Sierpc, adota um modelo de interpretação do património imersivo, recriando a vida rural da Mazóvia no contexto da sua paisagem histórica. Através de exposições interativas e oficinas de artesanato local, conseguem tornar a história mais real. O museu dá prioridade aos materiais locais e aos produtos alimentares regionais, ao mesmo tempo que apoia os artesãos locais e demonstra práticas tradicionais de vida sustentável. Esta abordagem demonstra como o turismo cultural pode apoiar tanto a responsabilidade ambiental como o envolvimento da comunidade. O Museu do Campo da Mazóvia leva esta ideia ainda mais longe. Trabalham arduamente para manter vivas as tradições locais e partilhá-las de uma forma que pareça genuína. Integram o museu no ambiente natural, mantendo a sua pegada ambiental reduzida, e apostam verdadeiramente no envolvimento da comunidade. Através da educação e do incentivo ao turismo responsável, garantem que o foco se mantém na preservação do que é importante — tanto a cultura como a terra.</p>
Contexto e desafio	<p>O Museu do Campo da Mazóvia, em Sierpc, foi fundado em 1971, precisamente numa altura em que os antigos costumes rurais da Mazóvia estavam a desaparecer rapidamente. A arquitetura rural tradicional, os sistemas de produção artesanal e as práticas culturais imateriais corriam o risco de desaparecer devido a mudanças demográficas e estruturais. O museu assumiu uma tarefa difícil. Não se tratava apenas de salvar edifícios. O objetivo era manter vivo o quadro completo: a terra, a disposição do espaço, o espírito da forma como as pessoas viviam. Ao visitá-lo, não se vê apenas artefactos — tem-se uma noção real da vida quotidiana e das tradições do campo da Mazóvia, tal como eram na realidade.</p>

Objetivos	O museu pretende manter viva a arquitetura local e as tradições folclóricas. Está a reconstruir uma antiga aldeia, peça a peça, para que os visitantes possam mergulhar no passado e sentir como era a vida no campo. As pessoas aprendem através de exposições interativas, workshops e todo o tipo de eventos sazonais. O museu centra-se na educação real — não se limita a expor objetos, mas mostra efetivamente como as coisas funcionavam. E, em vez de transformar o património numa mera atração turística, o museu trabalha para proteger e dar nova vida à cultura local, garantindo que o turismo ajuda a comunidade em vez de a explorar.
Abordagem/Medidas tomadas	O museu dá vida à história ao deslocar e reconstruir edifícios antigos, enchendo-os de objetos tradicionais e mantendo a atmosfera de uma verdadeira aldeia da Mazóvia. Não se vêem apenas paredes — há jardins, pomares, campos e animais, tudo integrado na paisagem. Estas peças vivas mantêm vivas as tradições antigas e, ao mesmo tempo, contribuem para a preservação do ambiente. Os visitantes não se limitam a observar — eles participam. Festas sazonais, oficinas práticas e demonstrações de artesanato atraem as pessoas e tornam-nas parte da história. É um lugar onde se começa a perceber verdadeiramente por que razão este património é importante e de onde se sai com vontade de o proteger. O museu mantém a autenticidade, mas não exclui as pessoas. Caminhos, sinalização e instalações facilitam a exploração, mas não interferem na experiência real. É um local onde o turismo não se limita a preservar o passado — mantém as tradições vivas e liga as pessoas à comunidade.
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Ambiental: Promoção de materiais tradicionais de baixo impacto e de práticas agrícolas sustentáveis. ● Social: Preservação do património cultural imaterial, educação sobre a vida rural e participação da comunidade. ● Económico: Abastecimento local, emprego de artesãos e promoção de produtos regionais.
Recomendações/Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● Reconstrução e realocação como estratégia de conservação. ● Património vivo e participação. ● Modelo de turismo sustentável que concilia a autenticidade com as necessidades dos visitantes. ● Sustentabilidade cultural através do envolvimento. ● Utilização multifuncional — museu, centro educativo, ponto de encontro comunitário, local de filmagens.
Sítio Web	https://mwmskansen.pl/

Justificação da seleção

Este museu demonstra como as instituições culturais podem realmente abraçar a sustentabilidade. Conjuga o turismo, a educação e a preservação do património de uma forma que funciona na prática. Quando os visitantes chegam, são incentivados a viajar de forma responsável, e todo o espaço contribui para ligar ainda mais a cultura à economia local. Não se trata apenas de observar artefactos antigos — trata-se de apoiar a comunidade e manter vivas as tradições.

**Questões para reflexão**

1. Como é que um prestador de serviços turísticos na sua comunidade pode integrar o património, as tradições ou o artesanato locais nas suas ofertas, de modo a criar ligações culturais significativas para os visitantes?
2. De que forma é que um prestador de serviços turísticos pode conceber experiências que permitam aos visitantes participar ativamente em práticas culturais sem comprometer a autenticidade ou a integridade do local patrimonial?
3. Que estratégias pode uma organização implementar para garantir que o aumento do número de visitantes não prejudique os recursos culturais, sociais ou naturais dos quais depende?

Turismo de aventura

O turismo de aventura leva as pessoas para a natureza — pense em caminhadas, escalada, remo —, garantindo ao mesmo tempo que respeitem o ambiente e as culturas locais ao longo do percurso. Incentiva os viajantes a descobrir locais fora dos circuitos habituais, aproximando-os de comunidades remotas ou rurais e ajudando a promover a gestão responsável, a inclusão e benefícios reais para a população local. Quando os destinos gerem bem este tipo de turismo, isso alivia a pressão das épocas altas, ajuda a proteger as áreas naturais e proporciona às comunidades formas mais fiáveis de ganhar a vida. Os estudos de caso abaixo mostram como diferentes locais utilizam o turismo de aventura para recuperar e construir um futuro mais resiliente.

5 Melhores práticas 5:



Imagem por Ghost Acolyte em pexels

Título	Parque Natural da Arrábida
País	Portugal
Organizador/ Prestador/Setor	<ul style="list-style-type: none">● Autoridades públicas● PME, ONG● Operadores turísticos

Sumário executivo	Situado a sul de Lisboa, o Parque Natural da Arrábida tornou-se um modelo estruturado de turismo de aventura orientado para a conservação. Os guias locais trabalham em conjunto com equipas de conservação para organizar atividades que vão desde caminhadas e caiaque até mergulho e exploração da costa. Isto demonstra como o turismo de aventura estruturado pode gerar valor económico, salvaguardando simultaneamente a integridade ecológica. Desta forma, o parque afasta-se do habitual cenário de praias lotadas. Em vez disso, atrai visitantes durante todo o ano, impulsiona a economia local e inspira as pessoas a cuidar da terra e do mar.
Contexto e desafio	O Parque Natural da Arrábida existe desde 1976 e abrange 176 km ² de colinas escarpadas e costa mediterrânica. O parque inclui falésias calcárias impressionantes, ecossistemas mediterrânicos e zonas de grande biodiversidade marinha. Ao longo dos anos, o turismo, a pesca e a navegação não regulamentados começaram a exercer uma pressão real sobre o local, especialmente em pontos frágeis como as pradarias de ervas marinhas. O grande desafio consistiu em tentar proteger o ambiente enquanto o turismo continua a crescer. Trata-se de um equilíbrio constante: manter a natureza segura, utilizar as áreas sensíveis de forma responsável e garantir que a comunidade local beneficia efetivamente.
Objetivos	O turismo de aventura da Arrábida pretende ir além do simples entretenimento dos visitantes. Trata-se de criar experiências autênticas e memoráveis, que respeitem o ambiente e a cultura local. A ideia é ajudar as pessoas a conectarem-se com o património e as tradições da região, e não apenas a desfrutarem da paisagem. Ao mesmo tempo, esta abordagem apoia o emprego e as empresas locais, protege tanto a terra como o mar e dá às pessoas um motivo para visitarem a região para além das habituais férias na praia. No final, o objetivo é criar uma ligação mais profunda entre os viajantes, a comunidade e o mundo natural.
Abordagem/Medidas tomadas	Operadores locais como a Vertente Natural começaram por organizar excursões em terra, mas agora oferecem também passeios de caiaque, passeios de barco e aventuras costeiras, em parte graças ao financiamento público. Cumprem as regras do ICNF para áreas protegidas, pelo que a conservação continua a ser uma prioridade — especialmente nas zonas marinhas. Nas visitas guiadas, os visitantes aprendem sobre a vida selvagem, a geologia e a cultura locais. A tecnologia também desempenha o seu papel, registando o número de visitantes e divulgando a importância da proteção do ambiente. O destino dá prioridade ao turismo de pequena escala e baseado na natureza, alinhado com os quadros de gestão da conservação. O destino privilegia o turismo de pequena escala e baseado na natureza, em vez do desenvolvimento de turismo de grande volume. Em vez disso, as pessoas vêm para caminhar, andar de bicicleta, observar aves e deixar uma pegada ecológica reduzida.

Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Ambiental: o turismo baseado na natureza reduz a pressão sobre praias frágeis, promove a proteção dos habitats e recorre a práticas sustentáveis, como a eficiência energética e hídrica. Os programas educativos e as ferramentas digitais sensibilizam para a biodiversidade e a conservação. ● Social: o turismo durante todo o ano cria empregos para os jovens locais nos setores do turismo e do ambiente, ajudando-os a permanecer na região, enquanto as experiências guiadas reforçam as ligações com a natureza. ● Económico: os prestadores de serviços locais atraem visitantes nacionais e internacionais, gerando emprego durante todo o ano e impulsionando o crescimento económico sustentável na região.
Recomendações/Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● Envolver as autoridades do parque, as comunidades locais e os operadores turísticos para conciliar o turismo com a conservação e as necessidades locais. ● Oferecer uma combinação de atividades terrestres, marítimas e culturais para reduzir a pressão sobre locais vulneráveis e evitar o excesso de turismo. ● Utilizar visitas guiadas, conteúdos interpretativos e ferramentas digitais para educar os visitantes e promover comportamentos responsáveis. ● Formar e empregar residentes locais para desenvolver competências, criar empregos durante todo o ano e manter os benefícios na comunidade. ● Implementar práticas ambientais no setor hoteleiro e fazer cumprir os regulamentos das áreas protegidas para equilibrar o turismo e a conservação.
Sítio Web	http://www.natural.pt/en
Justificação da seleção	<p>O Parque Natural da Arrábida oferece um cenário diversificado para atividades de turismo de natureza, como caminhadas, caiaque e mergulho. Pode fazer caminhadas, andar de caiaque, escalar ou mergulhar, tudo isto rodeado por uma beleza selvagem cuidadosamente protegida. O parque funciona sob um quadro de gestão de conservação que envolve as empresas e as comunidades locais no desenvolvimento do turismo. O destino integra o turismo de natureza, o património cultural e o envolvimento da comunidade local. O destino demonstra como o turismo de aventura pode apoiar a resiliência regional a longo prazo e o desenvolvimento sustentável. Os operadores turísticos locais não se limitam a mostrar o local às pessoas; estão a criar empregos reais, especialmente com alguma ajuda de subsídios públicos. O turismo aqui impulsiona efetivamente a economia local, sem destruir o ambiente.</p>



Questões para reflexão

1. Que estratégias poderia um operador turístico implementar para conciliar o desenvolvimento do turismo com a proteção ambiental?

2. Com base no exemplo da Arrábida, como poderia o turismo de baixo impacto ser aplicado para reduzir a pressão ecológica e apoiar as comunidades locais?
3. Como poderia um operador turístico utilizar a educação para sensibilizar os visitantes para a sua região?

6 Melhores práticas 6:

KILLARY ADVENTURE CO

Título	Killary Adventure Centre
País	<i>Irlanda</i>
Organizador/ Prestador/Setor	<ul style="list-style-type: none"> ● Killary Adventure Company - PME - Turismo de aventura, alojamento e ecoturismo
Sumário executivo	<p>A Killary Adventure Company existe desde 1981, situada nas margens do fiorde de Killary, em Connemara. O que começou por ser uma pequena empresa oferece agora todo o tipo de atividades de aventura e alojamentos, com grande ênfase no ambiente. Recentemente, a empresa intensificou significativamente o seu compromisso com a sustentabilidade – obtendo a certificação B Corporation, abrindo um novo eco-hostel, mudando para energias renováveis, reduzindo o desperdício e colaborando mais com a população local. A empresa concretiza os princípios de sustentabilidade através de um desempenho ambiental mensurável e de certificações reconhecidas. O Killary Adventure Centre demonstra como o turismo de aventura pode realmente funcionar num local tão sensível e belo como este.</p>
Contexto e desafio	<p>Fundada em 1981 por entusiastas de atividades ao ar livre, a Killary Adventure Company tornou-se uma das primeiras operadoras de turismo de aventura da Irlanda. Desde então, a empresa diversificou a sua oferta. Agora, não se trata apenas de férias de aventura — organizam visitas escolares, acampamentos de verão, programas corporativos, atividades aquáticas e terrestres, visitas guiadas e não guiadas e até grandes eventos de aventura através da sua empresa derivada, a Gaelforce Events. Mas gerir um negócio de turismo de aventura num local tão selvagem e belo não é fácil. Trabalha-se mesmo no meio de montanhas, de um fiorde e de manchas de floresta nativa. Isso significa que é preciso estar muito atento aos resíduos, ao consumo de energia e à forma como se utiliza o terreno — tudo isto enquanto se tenta proteger a paisagem e manter a flora e a fauna locais a prosperar. E à medida que mais pessoas apareciam e se criavam mais locais para elas ficarem, a pressão sobre o ambiente só se tornou mais intensa.</p>
Objetivos	<p>A Killary Adventure Company quer que todos possam viver a experiência da aventura ao ar livre, independentemente da sua origem. Oferecem alojamentos ecológicos e organizam as suas atividades de forma a preservar o ambiente. O seu objetivo é minimizar o impacto na natureza, apoiar a comunidade local e impulsionar a economia local. Pretendem provar que o turismo de aventura não tem de prejudicar o planeta — na verdade, pode estabelecer um novo padrão para o turismo responsável nas zonas rurais da Irlanda.</p>

Abordagem/Medidas tomadas	A Killary Adventure Company leva a sustentabilidade muito a sério. A empresa investiu em infraestruturas energeticamente eficientes, sistemas de energia renovável e soluções integradas de gestão de resíduos. Também poderá ver o impacto que têm na comunidade local: criando empregos, recuperando edifícios antigos e mantendo as atividades de aventura em funcionamento durante todo o ano. A sua certificação B Corporation demonstra o seu compromisso com práticas empresariais responsáveis a nível ambiental e social. E eles nunca param realmente — estão sempre a melhorar as suas instalações, sempre a empenhar-se por um turismo melhor e mais responsável.
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> ● Ambiental: Reduziram o seu impacto ambiental através da utilização de energias renováveis, da gestão de resíduos e da preservação da paisagem natural circundante. ● Social: A empresa criou postos de trabalho e apoiou a comunidade local, ao mesmo tempo que tornou as atividades de aventura ao ar livre acessíveis a um vasto leque de pessoas. ● Económico: A variedade de atividades e alojamentos impulsionou o turismo e reforçou a sua reputação de empresa sustentável.
Recomendações/Lições aprendidas	<ul style="list-style-type: none"> ● Começar com a sustentabilidade e adaptar-se ao longo do tempo para melhorar as práticas ecológicas. ● Oferecer atividades e serviços diversificados para gerir a procura dos visitantes e as flutuações sazonais. ● Conceber infraestruturas de forma ponderada, recorrendo a energias renováveis, edifícios eficientes e materiais locais. ● Apoiar a comunidade local através da criação de postos de trabalho, da restauração de edifícios históricos e do recurso a fornecedores locais. ● Manter a transparência e as certificações para criar confiança e garantir um turismo responsável.
Sítio Web	https://killaryadventure.com/en/environment
Justificação da seleção	O Killary Adventure Centre existe há anos, demonstrando a todos que o turismo não tem de prejudicar o planeta. Eles têm uma visão abrangente no que diz respeito à sustentabilidade — não apenas o ambiente, mas também as pessoas, a economia local e a forma como gerem o seu dia-a-dia. A sua localização é também bastante especial, mesmo no meio de uma paisagem frágil, pelo que aprenderam a equilibrar a diversão com a proteção da natureza. Com certificações como a B Corp no seu currículo, estão na vanguarda do turismo sustentável. Outras empresas de turismo de aventura podem, de facto, observar o que o Killary faz e seguir o exemplo. O modelo demonstra escalabilidade e replicabilidade no contexto do turismo de aventura rural.



Questões para reflexão

1. Como podem os operadores de turismo de aventura conciliar o crescimento do negócio com a conservação ambiental em áreas naturais sensíveis?
2. De que forma a integração da sustentabilidade social, económica e ecológica pode contribuir para o sucesso a longo prazo de uma empresa de turismo?
3. Que lições do Killary Adventure Centre poderiam ser aplicadas à minha própria abordagem em relação às práticas de turismo responsável e sustentável?

Os conceitos e mensagens apresentados no Capítulo 3 constituem a base para as próximas masterclasses, nas quais as PME são orientadas através de ferramentas práticas, métodos e aplicações no mundo real. As masterclasses traduzirão estas áreas operacionais em passos concretos de implementação, adaptados às necessidades e capacidades das PME do setor do turismo.





PROGRAMA DE FORMAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEIS

Conclusão

Conclusão

Este manual teórico estabeleceu uma base abrangente para a compreensão da sustentabilidade no turismo, numa perspetiva das PME europeias. Ao longo dos três capítulos, o texto avançou deliberadamente desde os conceitos e definições fundamentais, passando pelos contextos políticos e ambientais, até chegar a exemplos concretos de sustentabilidade na prática. Em conjunto, estes capítulos esclarecem por que razão a sustentabilidade já não é uma preocupação secundária para as empresas do setor do turismo, mas sim um imperativo estratégico que afeta diretamente a competitividade, a resiliência e a viabilidade a longo prazo.

- ❖ O Capítulo 1 apresentou os conceitos fundamentais do turismo, da hotelaria e do turismo sustentável e regenerativo, situando-os no contexto da dimensão e da estrutura do ecossistema turístico da UE. Ao destacar o papel preponderante das PME e os impactos ambientais, sociais e económicos concretos gerados ao longo das cadeias de valor do turismo, o capítulo redefiniu a sustentabilidade como uma realidade operacional, em vez de uma ambição política abstrata. A discussão sobre os quadros regulamentares da UE e internacionais demonstrou ainda como os sinais regulamentares, financeiros e de mercado moldam cada vez mais as condições de negócio para as empresas turísticas, tornando o alinhamento tanto uma estratégia de gestão de risco como uma fonte de oportunidades.
- ❖ O Capítulo 2 aprofundou esta compreensão, traduzindo os princípios do desenvolvimento sustentável para as realidades quotidianas enfrentadas pelas PME do setor do turismo. Explorou a forma como o desempenho ambiental, a adaptação às alterações climáticas e a criação de valor local se interligam com a eficiência de custos, a continuidade dos serviços, a estabilidade da força de trabalho e a resiliência do destino. Ao centrar-se em áreas operacionais práticas, tais como a energia, a água, os resíduos, a mobilidade, a biodiversidade e o envolvimento da comunidade, o capítulo reforçou a ideia de que a sustentabilidade está enraizada nas decisões diárias, e não em iniciativas isoladas. É importante referir que posicionou a adaptação climática não apenas como uma responsabilidade ambiental, mas como uma componente crítica da continuidade dos negócios num contexto climático cada vez mais volátil.
- ❖ O Capítulo 3 passou então a centrar-se na aplicação prática, em vez da teoria, demonstrando como os princípios da sustentabilidade podem ser implementados em diversos contextos turísticos. Os estudos de caso ilustraram múltiplas vias para o turismo sustentável, que vão desde redes de ecoturismo e instituições de património cultural até operadores de turismo de aventura em paisagens protegidas. Em conjunto, estes exemplos mostraram que não existe um modelo único para o turismo sustentável, mas sim um leque de abordagens moldadas pelo contexto local, pelas estruturas de governação e pela capacidade empresarial. O que os une é um compromisso com a

colaboração, a medição credível, o envolvimento da comunidade e a gestão responsável do local a longo prazo.

Em conjunto, estes capítulos vão além da simples sensibilização. Estabelecem a lógica estratégica para a transformação. Esclarecem os riscos da inação, as oportunidades inerentes à sustentabilidade e as mudanças estruturais em curso no ecossistema do turismo europeu. As Masterclasses que se seguem passam da compreensão à execução. Traduzem a visão estratégica em conceção operacional. Enquanto os capítulos teóricos explicaram por que razão a sustentabilidade é importante e onde ocorre o impacto, as masterclasses centram-se na forma como as PME do setor do turismo podem redesenhar os seus modelos de negócio, definir indicadores mensuráveis, priorizar intervenções e integrar a sustentabilidade na criação de valor central.

Através de exercícios estruturados, modelos de modelos de negócio e ferramentas de planeamento aplicadas, as Masterclasses apoiam as empresas turísticas na transformação da sustentabilidade de um princípio abstrato numa estratégia competitiva prática e mensurável. Especificamente, o Modelo de Modelo de Negócio introduzido nas Masterclasses serve como o instrumento prático através do qual esta transformação estratégica é operacionalizada. Esta transição marca uma mudança deliberada: da reflexão à ação, da sensibilização à mudança estruturada e da teoria à transformação.



PROGRAMA DE FORMAÇÃO EM MODELOS DE NEGÓCIO SUSTENTÁVEIS

Masterclasses

Programa de Formação em Modelos de Negócio Sustentáveis – Masterclasses

Visão geral

As masterclasses constituem o núcleo da implementação do Programa de Formação. Enquanto os capítulos teóricos explicam por que razão a transformação sustentável é necessária, as masterclasses demonstram como esta pode ser concretizada em contextos reais do setor do turismo.

Cada masterclass centra-se numa via estratégica para o turismo sustentável:

- Ecoturismo e sustentabilidade ambiental
- Turismo cultural e sustentabilidade social
- Turismo de aventura e sustentabilidade económica

Estes temas representam pontos de partida práticos através dos quais as PME do setor do turismo podem redefinir as suas propostas de valor, reforçar a resiliência e alinhar-se com as prioridades da transição ecológica da UE.

A estrutura da masterclass é deliberadamente orientada para a ação. Os formandos são guiados através de um processo estruturado que inclui:

- Mapeamento dos impactos operacionais
- Identificação de intervenções prioritárias em matéria de sustentabilidade
- Definição de indicadores de desempenho mensuráveis
- Reformulação das principais propostas de valor
- Integração da sustentabilidade na lógica do modelo de negócio

Uma característica central das masterclasses é o Modelo de Negócio, que garante que a sustentabilidade seja integrada em componentes essenciais, tais como parcerias, estruturas de custos, fontes de receita e segmentos de clientes. Isto evita que a sustentabilidade seja tratada como um elemento acessório e, em vez disso, posiciona-a como um motor da competitividade a longo prazo.

No final das masterclasses, os formandos terão desenvolvido:

- Um Plano de Ação Ecológico estruturado

- Indicadores-chave de desempenho (KPI) claros
- Uma proposta de valor redesenhada e alinhada com a sustentabilidade
- Um roteiro para a melhoria contínua

As masterclasses, portanto, deslocam o foco da sensibilização para a implementação. Demonstram que os modelos de negócio orientados para a sustentabilidade podem reduzir o risco sistémico, reforçando simultaneamente a rentabilidade, a resiliência e o valor do destino.



01



MASTERCLASS 1

Ecoturismo e Sustentabilidade Ambiental

Masterclass 1: Ecoturismo e Sustentabilidade Ambiental

Título do módulo	Ecoturismo e Sustentabilidade Ambiental
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none">● Proprietários de empresas do setor do turismo e da hotelaria● Gestores empresariais● Formadores de ensino e formação profissional
Introdução	<p>O ecoturismo é mais do que viajar — é um compromisso com a proteção da natureza e o apoio às comunidades locais. Ao centrar-se em atividades de baixo impacto, na conservação e na educação, permite que as empresas turísticas reduzam a sua pegada ambiental, criando simultaneamente experiências autênticas que acrescentam valor a longo prazo tanto para os visitantes como para os destinos. À medida que as alterações climáticas, a perda de biodiversidade e o esgotamento dos recursos ameaçam cada vez mais as áreas naturais, o ecoturismo e a sustentabilidade ambiental tornaram-se estratégias essenciais para um turismo responsável. A integração destas práticas ajuda as empresas a contribuir para um planeta mais saudável, mantendo-se competitivas num mercado em crescimento para as viagens sustentáveis.</p>
Resultados de aprendizagem	<ol style="list-style-type: none">1. Compreender os princípios fundamentais do ecoturismo e da sustentabilidade ambiental.2. Identificar os principais impactos ambientais do turismo (por exemplo, emissões, resíduos, perda de biodiversidade).3. Reconhecer estratégias práticas para reduzir a pegada ambiental nas operações turísticas.4. Aplicar práticas ecológicas na gestão da energia, da água, dos resíduos e da mobilidade.5. Desenvolver uma Proposta de Valor Ecológica para aumentar a competitividade empresarial.6. Criar um plano de sustentabilidade exequível para objetivos a curto, médio e longo prazo.
Duração	7 horas
Preparação	<p>O facilitador:</p> <ul style="list-style-type: none">- Analisa a estrutura do módulo, os objetivos e as atividades.- Assegura-se de que estão disponíveis os materiais necessários: um projetor, cartazes, quadros de folhas soltas, folhetos e acesso a vídeos.

PLANO DE AULA (2 HORAS)

Vídeo curto

Visão geral: Este vídeo apresenta os princípios fundamentais do turismo sustentável, com foco na minimização dos impactos ambientais, na promoção de práticas responsáveis e na valorização dos benefícios tanto para as empresas como para os destinos. É ideal para empresários do setor do turismo que procuram orientações práticas sobre a implementação de soluções sustentáveis nas suas operações.

Assista: <https://www.youtube.com/watch?v=oL-X2iQi864>

Visão geral: Este vídeo explica o ecoturismo e o seu papel na promoção da sustentabilidade ambiental. Destaca formas práticas através das quais as empresas do setor do turismo podem reduzir o seu impacto na natureza, beneficiando simultaneamente as comunidades locais.

Assista:

<https://www.youtube.com/watch?v=bxOgeDBX8w4>

Desenvolvimento do módulo

A. Introdução ao módulo (5 min)

O capital natural sustenta a competitividade do turismo e a atratividade dos destinos em toda a Europa. Ao longo dos séculos, as pessoas viajaram para conhecer estes espaços naturais, procurando aventura, relaxamento e ligação à natureza. No entanto, à medida que o turismo cresceu, também aumentou o seu impacto no ambiente — as florestas diminuem, os habitats da vida selvagem são perturbados e a poluição ameaça a própria beleza que atrai os visitantes em primeiro lugar.

O ecoturismo oferece um quadro estruturado para alinhar o desenvolvimento turístico com as prioridades de conservação. Não se trata apenas de visitar áreas naturais; é uma forma de viajar que respeita os ecossistemas, promove a conservação e envolve as comunidades locais como parceiras, em vez de meras espectadoras. Ao integrar a sustentabilidade ambiental nas operações turísticas, as empresas podem reduzir a sua pegada ecológica, preservar os recursos naturais e proporcionar experiências autênticas que beneficiem tanto os visitantes como as comunidades anfitriãs.

Este módulo apresenta os princípios do ecoturismo e da sustentabilidade ambiental, enquadrando-os no contexto mais amplo das políticas da União Europeia, dos desafios ambientais globais e das estratégias empresariais práticas. Os participantes irão explorar de que forma o turismo pode ser uma força de regeneração, em vez de degradação, aprendendo não apenas a teoria, mas também ferramentas práticas para implementar práticas sustentáveis nos seus próprios negócios.

Através deste módulo, pretendemos capacitar os operadores turísticos para repensarem a sua relação com o mundo natural, conceberem experiências de baixo impacto, educativas e enriquecedoras, e reconhecerem que a sustentabilidade é simultaneamente uma responsabilidade ética e uma vantagem competitiva.

B. Desenvolvimento do módulo (1h 45 min)

1: Introdução ao Ecoturismo (5 min)

O ecoturismo é definido como “viagens responsáveis para áreas naturais que conservam o ambiente, promovem o bem-estar das

populações locais e incluem interpretação e educação”. Esta sessão introduz os participantes aos princípios fundamentais do ecoturismo, destacando a sua distinção em relação ao turismo de massas. Os principais temas incluem:

- **Definição e princípios:** Compreender o foco do ecoturismo na conservação, no bem-estar das comunidades e na educação.
- **Comparação com o turismo de massas:** Destacar as diferenças em termos de impacto e abordagem.
- **Papel no Pacto Ecológico Europeu (EU Green Deal):** Discutir de que forma o ecoturismo está alinhado com os objetivos de sustentabilidade da União Europeia.

Exemplo: O EU Ecolabel para alojamentos turísticos estabelece critérios relativos ao consumo de energia, utilização de água, uso de produtos químicos e gestão de resíduos, promovendo a responsabilidade ambiental (Comissão Europeia, 2023).

2: Impactos Ambientais do Turismo (15 min)

O turismo pode provocar desafios ambientais significativos, incluindo emissões de gases com efeito de estufa, perda de biodiversidade e produção excessiva de resíduos. Esta sessão explora estes impactos e discute estratégias de mitigação:

- **Principais pressões ambientais:** Identificação dos principais problemas ambientais causados pelo turismo.
- **Discussão em grupo:** Análise de exemplos locais de impactos negativos e possíveis soluções.

Exemplo: Um elevado número de turistas pode exercer pressão sobre os ecossistemas locais, conduzindo à degradação dos habitats naturais e ao aumento da poluição (Gössling et al., 2021).

3: Ferramentas para a Sustentabilidade (15 min)

A implementação de práticas sustentáveis requer ferramentas e enquadramentos eficazes. Esta sessão aborda:

- **Certificações ambientais:** Visão geral do EU Ecolabel e das normas do Global Sustainable Tourism Council.
- **Avaliações de Impacte Ambiental (AIA):** Compreender o seu papel no planeamento e na tomada de decisões.
- **Conceção de infraestruturas sustentáveis:** Princípios para o desenvolvimento de instalações ecológicas.

Atividade: Os participantes utilizam uma “Checklist de Auditoria de Ecoturismo” para avaliar um destino turístico de exemplo, identificando áreas de melhoria.

Exemplo: As normas reconhecidas pelo Global Sustainable Tourism Council para hotéis ajudam as empresas a implementar práticas sustentáveis, com foco na sustentabilidade ambiental, social e económica (Global Sustainable Tourism Council, 2023).

4: Tornar as Suas Operações Mais Sustentáveis (15 min)

As mudanças operacionais são essenciais para a sustentabilidade. Esta

sessão centra-se em:

- **Gestão de energia, água e resíduos:** Estratégias para reduzir o consumo e a produção de resíduos.
- **Cadeia de abastecimento e compras sustentáveis:** Aprovisionamento responsável e redução do impacto ambiental.
- **Certificações ecológicas e boas práticas:** Implementação de normas reconhecidas para orientar as operações.

Exemplo: A certificação Green Globe ajuda as empresas turísticas a melhorar o seu desempenho em sustentabilidade, abrangendo áreas como a eficiência energética e a gestão de resíduos (Green Globe, 2023).

Tarefa: Elaborar um pequeno plano de ação destacando uma melhoria operacional que possa ser implementada de imediato (por exemplo, redução do consumo de energia ou separação de resíduos).

5: Eco-Mobilidade no Turismo (15 min)

Os transportes contribuem significativamente para a pegada ambiental do turismo. Esta sessão explora:

- **Tipos de transporte ecológico:** Caminhadas, ciclismo, transportes elétricos e transportes públicos.
- **Planeamento de rotas verdes para visitantes:** Conceção de itinerários que minimizem o impacto ambiental.
- **Acessibilidade e inclusão:** Garantir que as opções sustentáveis estejam disponíveis para todos os visitantes.

Exemplo: A City of Copenhagen implementou iniciativas que recompensam turistas que utilizam transportes públicos ou bicicletas, promovendo uma mobilidade mais ecológica (City of Copenhagen, 2024).

6: Marketing e Experiência do Visitante (15 min)

Comunicar eficazmente os esforços de sustentabilidade aumenta o envolvimento dos visitantes. Esta sessão aborda:

- **Comunicar os seus valores ecológicos:** Estratégias para uma comunicação transparente e autêntica.
- **Storytelling e ferramentas digitais:** Utilização de narrativas e tecnologia para criar ligação com os públicos.
- **Trabalhar com comunidades locais e DMOs:** Colaboração para melhorar a experiência do visitante.

Exemplo: A iniciativa United Nations World Tourism Organization “Best Tourism Villages” destaca destinos que demonstram boas práticas de turismo sustentável (Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas, 2024).

Atividade: *Mini Plano de Marketing* (10 min) — os participantes delineiam uma pequena campanha destacando uma prática sustentável do seu negócio.

7: Planear a Mudança (15 min)

Transformar conhecimento em ação é essencial. Esta sessão centra-se

em:

- **Autoavaliação do negócio:** Avaliar as atuais práticas de sustentabilidade.
- **Definição de objetivos:** Identificar mudanças a implementar a curto, médio e longo prazo.
- **Plano de Ação Verde:** Desenvolver um roteiro para o desenvolvimento sustentável.

Exemplo: O Jordan Ministry of Environment desenvolveu o “Green Growth National Action Plan 2021–2025”, que define estratégias para reforçar a sustentabilidade no setor do turismo (Ministério do Ambiente da Jordânia, 2021).

8: Troca de Experiências e Encerramento (10 min)

Partilhar experiências e perspetivas promove a aprendizagem. Esta sessão inclui:

- **Partilha de ideias e estudos de caso:** Discussão de iniciativas bem-sucedidas e desafios encontrados.
- **Apresentações opcionais:** Os participantes apresentam planos preliminares para receber feedback.

Exemplo: Killarney, na Irlanda, está a trabalhar para se tornar a cidade mais sustentável até 2030, implementando iniciativas como a eliminação de copos descartáveis e a promoção da conservação ambiental (*The Times*, 2024).

C. C. Conclusões (10 min)

O ecoturismo não é apenas um segmento de nicho — é um caminho para um turismo mais resiliente, responsável e rentável. Ao longo deste módulo, os participantes exploraram os princípios do ecoturismo, analisaram os impactos ambientais do turismo e aprenderam ferramentas práticas para integrar a sustentabilidade nas operações, no marketing e nas experiências dos visitantes.

As práticas sustentáveis são simultaneamente uma responsabilidade ética e uma vantagem competitiva. Ao reduzir a pegada carbónica, conservar a biodiversidade e envolver as comunidades locais, as empresas turísticas podem reforçar a reputação da sua marca, atrair viajantes conscientes das questões ambientais e contribuir para a saúde a longo prazo dos destinos turísticos.

A combinação entre teoria e prática nesta masterclass permite que gestores e proprietários de negócios:

- Identifiquem pressões ambientais nas suas operações e implementem estratégias eficazes de mitigação.
- Apliquem ferramentas de sustentabilidade, como certificações ecológicas, avaliações de impacto e planeamento de infraestruturas sustentáveis.
- Comuniquem práticas ecológicas aos hóspedes de forma autêntica e envolvente.
- Desenvolvam planos de ação concretos para transformar o seu modelo de negócio rumo à sustentabilidade a longo prazo.

Em última análise, o ecoturismo e a sustentabilidade ambiental estão interligados: cada pequena melhoria contribui para um impacto positivo mais amplo nos ecossistemas, nas comunidades e no setor do turismo como um todo. As empresas que adotam esta abordagem não estão apenas a apoiar o planeta — estão também a moldar um futuro em que o turismo prospera em harmonia com a natureza.

CONTEÚDO DA AULA

Introdução ao Ecoturismo

Resultados do Conteúdo Teórico

Definição e princípios do ecoturismo

Comparação com o turismo de massas

Papel do ecoturismo no Pacto Ecológico Europeu (EU Green Deal)

Comparação: Ecoturismo vs Turismo de Massas

Aspeto	Ecoturismo	
Turismo de Massas	Foco principal Sustentabilidade e conservação	Entretenimento e lucro
Escala	Pequena escala, baixo número de visitantes	Grande escala, elevado número de visitantes
Impacto ambiental	Reduzido, cuidadosamente gerido	Elevado (poluição, sobreutilização de recursos)
Papel da comunidade local	Participação ativa e benefícios para a comunidade	Frequentemente marginalizada
Modelo económico	Desenvolvimento local e de longo prazo	Retorno de curto prazo e investidores externos
Experiência turística	Educativa, baseada na natureza e autêntica	Padronizada e centrada no consumo
Infraestruturas	Ecológicas e de baixo impacto	Grandes resorts e infraestruturas intensivas

Papel do Ecoturismo no Pacto Ecológico Europeu (EU Green Deal)

O Pacto Ecológico Europeu (European Green Deal) é a estratégia da União Europeia para alcançar a neutralidade climática até 2050, promover o crescimento sustentável e proteger os ecossistemas naturais. O ecoturismo contribui diretamente para vários dos seus objetivos.

Áreas de Contributo

Ação Climática

- Promoção de opções de viagem de baixo carbono
- Alojamentos energeticamente eficientes
- Apoio a estratégias de redução de carbono no turismo

Biodiversidade e Proteção da Natureza

- Incentiva a proteção das áreas Natura 2000

	<ul style="list-style-type: none"> ● Apoia projetos de restauração e conservação dos ecossistemas ● Reduz a pressão do excesso de turismo em áreas sensíveis <p>Crescimento Económico Sustentável</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cria empregos verdes e locais ● Apoia regiões rurais e remotas ● Incentiva práticas de economia circular (redução de resíduos e abastecimento local) <p>Inclusão Social e Desenvolvimento Regional</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Reforça as comunidades locais ● Ajuda a prevenir o despovoamento das zonas rurais ● Apoia modelos de turismo justos e inclusivos
Impactos ambientais do turismo	<ul style="list-style-type: none"> ● Principais pressões ambientais (emissões de GEE, perda de biodiversidade, produção de resíduos) <ul style="list-style-type: none"> ○ Aumento da pressão sobre os recursos naturais (água, energia e solo) ○ Poluição do ar, da água e dos solos (transportes, resíduos e águas residuais) ○ Danos nos ecossistemas e na biodiversidade (perda de habitats e perturbação da vida selvagem) ○ Produção de grandes quantidades de resíduos, especialmente nas épocas de maior procura turística ○ Contributo para as alterações climáticas através das emissões associadas aos transportes ○ Degradação das paisagens e dos locais naturais e culturais devido à sobrelotação ○ Sobreutilização de ambientes frágeis (zonas costeiras, montanhas e áreas protegidas) ● Potencial de apoio à conservação quando o turismo é bem gerido ● Financiamento de projetos de conservação ● Sensibilização ambiental de visitantes e comunidades locais
Novas formas de oferta turística mais sustentável	<ul style="list-style-type: none"> ● Eco-lodges, experiências guiadas na natureza e voluntariado para a conservação — os eco-lodges são alojamentos ecológicos concebidos para minimizar o consumo de energia e o impacto ambiental, integrando-se harmoniosamente na paisagem natural. As experiências guiadas na natureza centram-se na educação ambiental, na sensibilização para a biodiversidade e na interação responsável com os ecossistemas, sendo frequentemente conduzidas por guias locais qualificados. O voluntariado para a conservação permite aos turistas participar ativamente em projetos de proteção ambiental, como a monitorização da vida selvagem ou a recuperação de habitats. Em conjunto, estas formas de turismo apoiam as economias locais e contribuem diretamente para a conservação da natureza. ● Turismo de impacto mínimo — o turismo de impacto mínimo

	<p>procura reduzir os efeitos ambientais negativos através da limitação do consumo de recursos, da produção de resíduos e das emissões de carbono. Promove práticas como viagens em pequenos grupos, transportes de baixo impacto e alojamentos sustentáveis. Os turistas são incentivados a adotar comportamentos responsáveis, respeitando a vida selvagem, as paisagens e as culturas locais. Esta abordagem ajuda a preservar as áreas naturais para as gerações futuras, mantendo simultaneamente a viabilidade da atividade turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofertas altamente especializadas — as ofertas turísticas altamente especializadas destinam-se a nichos de mercado, como observação de aves, caminhadas, fotografia de vida selvagem ou turismo de património cultural. Estas experiências são geralmente de pequena escala e cuidadosamente geridas para evitar a sobreexploração dos recursos naturais e culturais. Atraem viajantes ambientalmente conscientes, que valorizam a qualidade e a autenticidade em detrimento do consumo de massas. Como resultado, estas ofertas geram maior valor com menor pressão ambiental.
Propostas de valor e melhores práticas	<ul style="list-style-type: none"> • Propostas de Valor para o Tema da Masterclass <p>Exemplo de Estudo de Caso 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este estudo de caso centra-se numa iniciativa de ecoturismo de base comunitária numa área natural protegida. Demonstra como o envolvimento das comunidades locais melhora os resultados da conservação e a satisfação dos visitantes. Os participantes aprendem de que forma a criação de valor partilhado apoia simultaneamente objetivos ambientais e sociais. <p>Exemplo de Estudo de Caso 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este estudo de caso analisa um <i>eco-lodge</i> que integra energias renováveis e tecnologias eficientes na utilização de recursos. Destaca o papel da transparência e da educação dos hóspedes na promoção de comportamentos sustentáveis. O exemplo demonstra como o conforto e a sustentabilidade podem coexistir no setor da hospitalidade. <p>Exemplo de Estudo de Caso 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este estudo de caso apresenta um programa de turismo de voluntariado para a conservação. Ilustra como a participação prática aumenta a sensibilização ambiental e o envolvimento emocional. Os participantes compreendem de que forma experiências significativas podem incentivar o apoio a longo prazo a iniciativas de conservação.
Inovação e ferramentas digitais	<ul style="list-style-type: none"> • SIG para Cartografia da Conservação (GIS for Conservation Mapping) — os Sistemas de Informação Geográfica (SIG) são utilizados para mapear e monitorizar recursos naturais, áreas protegidas e zonas de elevada biodiversidade. Ajudam os planeadores turísticos a identificar ecossistemas sensíveis e a gerir os fluxos de visitantes, reduzindo a pressão ambiental. Os SIG apoiam a tomada de decisões baseada em evidências, através da combinação de dados espaciais com indicadores

	<p>ambientais. Esta tecnologia é essencial para equilibrar o desenvolvimento turístico com os objetivos de conservação.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensores Inteligentes para Monitorização de Água e Energia (Smart Sensors for Water and Energy Monitoring) — os sensores inteligentes permitem a monitorização em tempo real do consumo de água e energia em instalações turísticas. Ajudam a identificar ineficiências, fugas e consumos excessivos, permitindo aos operadores reduzir o desperdício de recursos. Ao fornecer dados precisos, estes sensores contribuem para a redução de custos e para uma maior responsabilidade ambiental. A sua utilização favorece a diminuição das emissões de carbono e operações mais sustentáveis. • Plataformas Online de Eco-Certificação (Online Eco-Certification Platforms) — as plataformas digitais de eco-certificação permitem às empresas turísticas avaliar, documentar e verificar as suas práticas de sustentabilidade de forma digital. Aumentam a transparência e a credibilidade ao disponibilizar critérios normalizados de sustentabilidade e relatórios públicos. Estas plataformas ajudam os turistas a fazer escolhas informadas ao selecionar serviços ambientalmente responsáveis. Como resultado, a eco-certificação incentiva padrões mais elevados de sustentabilidade em todo o setor turístico. • Gestão Inteligente de Energia em Hotéis e Restaurantes (Intelligent Energy Management in Hotels & Restaurants) — os sistemas inteligentes de gestão de energia otimizam o aquecimento, arrefecimento, iluminação e utilização de equipamentos com base na procura em tempo real. Utilizam automação e análise de dados para reduzir consumos energéticos desnecessários sem comprometer o conforto dos hóspedes. Estes sistemas reduzem os custos operacionais e apoiam os objetivos climáticos. A sua adoção representa uma inovação fundamental para melhorar a eficiência energética nas empresas de hotelaria e restauração.
Criação de novos modelos de negócio	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologia CANVAS — o <i>Business Model Canvas</i> (BMC) é uma ferramenta estratégica utilizada para conceber, analisar e inovar modelos de negócio de forma clara e visual. É composto por nove blocos fundamentais que descrevem como uma empresa cria, entrega e capta valor. No turismo sustentável, a metodologia CANVAS ajuda a integrar o valor ambiental e social juntamente com o desempenho económico. Apoia a inovação ao tornar os objetivos de sustentabilidade visíveis e mensuráveis dentro do modelo de negócio. • Modelo de negócio (<i>Business Model Template</i>) — um modelo de negócio fornece uma estrutura organizada para desenvolver e documentar as operações e a estratégia de uma empresa. Inclui normalmente elementos-chave como a proposta de valor, segmentos de clientes, fontes de receita e parcerias principais. No turismo sustentável, estes modelos são adaptados para incluir indicadores de sustentabilidade, como eficiência no uso de recursos, impacto na comunidade e pegada carbónica. Isto ajuda as empresas a alinhar a rentabilidade com a responsabilidade ambiental e social a longo prazo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Exemplos de modelos de negócio mais sustentáveis — os modelos de negócio de turismo sustentável focam-se frequentemente em operações de baixo impacto, abastecimento local e gestão baseada na comunidade. Exemplos incluem <i>eco-lodges</i> alimentados por energias renováveis, operadores turísticos que oferecem viagens neutras em carbono e hotéis que aplicam princípios de economia circular. Estes modelos privilegiam a criação de valor a longo prazo em vez do lucro imediato. Ao reduzir o impacto ambiental e apoiar as comunidades locais, contribuem para um setor turístico mais resiliente.
Turismo inclusivo para grupos diversos (etnia, género, capacidade)	<p>Experiências na Natureza Adaptadas para Pessoas com Deficiência Visual e Apoios de Mobilidade em Trilhos</p> <p>O turismo inclusivo procura garantir que as experiências turísticas sejam acessíveis, seguras e acolhedoras para pessoas de todas as origens e capacidades. As experiências na natureza adaptadas para visitantes com deficiência visual podem incluir trilhos táteis, audioguias, sinalização em Braille e experiências sensoriais guiadas.</p> <p>Os apoios de mobilidade em trilhos — como passadiços, rampas e plataformas de observação acessíveis — permitem que pessoas com mobilidade reduzida desfrutem dos ambientes naturais de forma autónoma.</p> <p>Ao eliminar barreiras físicas e sociais, o turismo inclusivo promove a participação igualitária, ao mesmo tempo que apoia a justiça social e a diversidade no desenvolvimento do turismo sustentável.</p>
Ferramentas para a implementação	<ul style="list-style-type: none"> • Programas de certificação ecológica (<i>EU Ecolabel, Green Key</i>) Os programas de certificação ecológica, como o EU Ecolabel e o Green Key, fornecem normas reconhecidas para o desempenho ambiental no turismo e na hotelaria. Avaliam critérios como eficiência energética, consumo de água, gestão de resíduos e abastecimento sustentável. A certificação ajuda as empresas a melhorar as suas práticas ambientais, aumentando simultaneamente a credibilidade e a confiança junto de turistas ambientalmente conscientes. Estes programas apoiam também o alinhamento com as políticas de sustentabilidade e os objetivos climáticos da União Europeia. • Calculadoras de impacto ambiental As calculadoras de impacto ambiental são ferramentas digitais utilizadas para medir a pegada carbónica e o consumo de recursos associados às atividades turísticas. Ajudam empresas turísticas e viajantes a compreender as consequências ambientais das escolhas relacionadas com transportes, alojamento e consumo. Ao fornecer dados quantificáveis, estas ferramentas apoiam uma melhor tomada de decisão e incentivam estratégias de redução de emissões. A sua utilização contribui para a transparência e para a melhoria contínua na gestão do turismo sustentável.
Financiamento da transição para novos modelos de negócio	<ul style="list-style-type: none"> • Estimativa dos custos de transformação e necessidades de investimento A estimativa dos custos de transformação envolve a avaliação dos

investimentos necessários em tecnologias energeticamente eficientes, infraestruturas sustentáveis, formação de colaboradores e ferramentas digitais. Este processo ajuda as empresas a compreender os custos de curto prazo em comparação com as poupanças e benefícios ambientais a longo prazo. Uma estimativa rigorosa dos custos reduz o risco financeiro e apoia o planeamento estratégico. Também permite identificar prioridades e definir prazos realistas para a transição para modelos de negócio mais sustentáveis.

- **Fontes de financiamento: LIFE Programme, Horizon Europe e microcrédito verde**

O LIFE Programme apoia projetos focados na proteção ambiental, ação climática e conservação da biodiversidade. O Horizon Europe disponibiliza financiamento para inovação, investigação e projetos-piloto, incluindo soluções de turismo sustentável. Os microcréditos verdes oferecem financiamento acessível para pequenas e médias empresas do setor turístico que implementem medidas ecológicas. Em conjunto, estas fontes de financiamento permitem às empresas investir em sustentabilidade, reduzindo simultaneamente as barreiras financeiras à transformação.

EXERCÍCIOS DE NETWORKING (1 HORA)

Casos de estudo

Até 3 Estudos de Caso de Turismo Ambiental Baseados na Experiência dos Participantes

Estudo de Caso 1: Ecoturismo de Base Comunitária numa Área Natural Protegida

Os participantes participam em caminhadas guiadas por membros da comunidade local, que partilham conhecimentos sobre os ecossistemas e os usos tradicionais do território. Os visitantes relatam um forte sentimento de ligação à natureza devido aos pequenos grupos e à reduzida perturbação ambiental. Atividades educativas, como observação da vida selvagem e sessões sobre conservação, aumentam a sensibilização para a proteção da biodiversidade. Os turistas valorizam o facto de as suas contribuições financeiras apoiarem diretamente a conservação e os meios de subsistência locais. De forma geral, a experiência é descrita como autêntica, educativa e socialmente responsável.

Estudo de Caso 2: Estadia num *Eco-Lodge* Focada num Estilo de Vida Sustentável

Os hóspedes de um *eco-lodge* experienciam o uso de energias renováveis, sistemas de poupança de água e alimentação proveniente de produtores locais. Muitos participantes destacam que as práticas sustentáveis são claramente explicadas e visíveis ao longo da estadia. Atividades ligadas à natureza, como observação de aves e visitas guiadas à floresta, reforçam a aprendizagem ambiental. Os visitantes referem frequentemente um aumento da motivação para adotar hábitos mais sustentáveis após regressarem a casa. A experiência no *eco-lodge* combina conforto com responsabilidade ambiental.

Estudo de Caso 3: Experiência de Turismo de Voluntariado para a Conservação

Os participantes integram projetos de conservação de curta duração, como recuperação de habitats ou monitorização da vida selvagem. O

	<p>envolvimento prático cria um forte sentimento de contribuição pessoal para a proteção ambiental. Os turistas valorizam a oportunidade de trabalhar ao lado de especialistas e aprender competências práticas de conservação. A colaboração em grupo e os objetivos partilhados promovem um sentimento de comunidade entre os participantes. A experiência é frequentemente descrita como significativa, impactante e emocionalmente gratificante.</p>
<p>Criação de novos modelos de negócio para Ecoturismo e Sustentabilidade Ambiental</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metodologia CANVAS <p>O Business Model Canvas (BMC) é uma ferramenta estratégica utilizada para conceber, analisar e inovar modelos de negócio de forma clara e visual. É composto por nove blocos fundamentais que descrevem como uma empresa cria, entrega e capta valor. No turismo sustentável, a metodologia CANVAS ajuda a integrar valor ambiental e social juntamente com o desempenho económico. Apoia a inovação ao tornar os objetivos de sustentabilidade visíveis e mensuráveis dentro do modelo de negócio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de negócio (Business Model Template) <p>Um modelo de negócio fornece uma estrutura organizada para desenvolver e documentar as operações e a estratégia de uma empresa. Inclui normalmente elementos-chave como proposta de valor, segmentos de clientes, fontes de receita e parcerias estratégicas. No turismo sustentável, estes modelos são adaptados para incluir indicadores de sustentabilidade, como eficiência no uso de recursos, impacto comunitário e pegada carbónica. Isto ajuda as empresas a alinhar a rentabilidade com a responsabilidade ambiental e social a longo prazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exemplos de modelos de negócio mais sustentáveis • Os modelos de negócio de turismo sustentável centram-se frequentemente em operações de baixo impacto, abastecimento local e gestão baseada na comunidade. Exemplos incluem eco-lodges alimentados por energias renováveis, operadores turísticos que oferecem viagens neutras em carbono e hotéis que aplicam princípios de economia circular. Estes modelos privilegiam a criação de valor a longo prazo em vez do lucro imediato. Ao reduzir o impacto ambiental e apoiar as comunidades locais, contribuem para um setor turístico mais resiliente. • Preparação de um exemplo de proposta para um novo modelo de negócio (trabalho de grupo) <p>Os participantes desenvolvem, em grupo, uma proposta de modelo de negócio sustentável aplicada ao setor do turismo. A atividade envolve a definição da proposta de valor, identificação de clientes-alvo, recursos necessários, práticas sustentáveis e potenciais impactos ambientais e sociais. O objetivo é aplicar os princípios da metodologia CANVAS na criação de soluções inovadoras e sustentáveis para o turismo.</p>
<p>ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM AUTODIRIGIDA (4 HORAS)</p>	
<p>Leituras, vídeos, podcasts e outros recursos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Literatura científica / artigos científicos sobre o tema - Vídeos e documentários sobre o tema - Livros e outras leituras - Outros recursos

Atividade

Nesta secção, pode escrever uma atividade para avaliar o módulo. É livre de escolher a atividade: escrever um artigo, um ensaio ou outra opção. Preparar um vídeo curto sobre o que aprendeu. Sinta-se à vontade para propor qualquer atividade!

Exemplo de modelo de negócio

Elemento do Modelo de Negócio	Informação-Chave
1 Segmentos de Clientes (Grupos-Alvo Principais) <i>Descrição do principal grupo de clientes, o seu potencial de procura e as suas principais necessidades.</i>	2 Proposta de Valor <i>Quais os valores que serão os pilares da nova oferta de negócio para o cliente.</i>
3 Fontes de Receita <i>Descrição dos principais produtos. O que será vendido aos clientes? Como irão os clientes pagar pelos produtos/serviços (pagamento único, por noite, subscrição, etc.)?</i>	4 Estrutura de Custos <i>Quais são os principais custos do modelo planeado? Qual a dimensão das margens previstas? Qual é a estrutura dos custos?</i>
5 Canais de Vendas e Distribuição <i>Descrição dos canais de venda e distribuição.</i>	6 Relação com Clientes <i>Como atrair e manter clientes; que ferramentas e estratégias devem ser implementadas. Ideias de marketing, estratégias e ferramentas.</i>
7 Recursos-Chave <i>Principais recursos próprios necessários para implementar o novo modelo de negócio e recursos adicionais a obter para a sua implementação.</i>	8 Parceiros-Chave <i>Parceiros principais no modelo de negócio (fornecedores, parceiros de vendas, etc.). Descrição dos principais grupos e da relação com eles.</i>
9 Plano de Implementação (Plano de Ação) <i>Descrição das principais atividades/tarefas necessárias para implementar o modelo na prática empresarial.</i>	

Leituras, vídeos, podcasts e outros recursos

Os melhores podcasts sobre ecoturismo e sustentabilidade ambiental

The Tourism RESET (Rebecca Woolford)	<ul style="list-style-type: none"> Foco: Reimaginar a forma como as viagens podem servir as pessoas, os locais e a natureza — com análises aprofundadas sobre ecoturismo, pegada de carbono, turismo comunitário e conservação. https://kiwanotourism.com/stories/the-tourism-reset/?utm_source=chatgpt.com
GOOD Awaits (Centre for GOOD Travel)	<ul style="list-style-type: none"> Foco: Explora o turismo regenerativo — como o turismo pode não só reduzir os impactos negativos, mas também melhorar ativamente as comunidades e o ambiente, com histórias da Nova Zelândia e de outros países. https://www.good-travel.org/storytelling/good-awaits-podcast?utm_source=chatgpt.com
Curious Tourism: Podcast sobre viagens responsáveis	<ul style="list-style-type: none"> Foco: Episódios mais curtos e práticos sobre como os viajantes podem incorporar a sustentabilidade e minimizar os impactos negativos ao planejar as suas viagens. https://podcast.feedspot.com/sustainable_tourism_podcasts/?utm_source=chatgpt.com

Artigos em destaque sobre ecoturismo e sustentabilidade ambiental

Modelo PLS-PM para o desenvolvimento sustentável do ecoturismo: (Sciendo, estudo de caso do Parque Natural de Ulytau, Cazaquistão)	<ul style="list-style-type: none"> Foco: Uma combinação de investigação quantitativa e qualitativa que desenvolve um modelo preditivo para o desenvolvimento sustentável do ecoturismo, baseado nas perceções da comunidade e no planeamento estratégico. https://sciendo.com/article/10.2478/eoik-2025-0019?utm_source=chatgpt.com
Rumo ao turismo verde: o papel das energias renováveis para o desenvolvimento sustentável... (Frontiers in Sustainable Tourism / região BIMSTEC)	<ul style="list-style-type: none"> Foco: Este artigo investiga como as energias renováveis podem mitigar os impactos ambientais do turismo no Sul e Sudeste Asiático, destacando a sinergia entre o turismo e a energia verde. https://www.frontiersin.org/journals/sustainable-tourism/articles/10.3389/frsut.2025.1512922/full?utm_source=chatgpt.com

Os melhores vídeos sobre ecoturismo e sustentabilidade ambiental de 2025

Ecoturismo 2025: Uma nova forma de viajar e proteger o planeta	<ul style="list-style-type: none"> Foco: Este artigo percorre destinos ecológicos, projetos de turismo sustentável liderados por comunidades indígenas e inovações em viagens ecológicas — uma boa introdução ao que poderá ser o turismo
--	---



02



MASTERCLASS 2

Turismo cultural e sustentabilidade social

Masterclass 2: Turismo cultural e sustentabilidade social

Título do módulo	Turismo cultural e sustentabilidade social
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none">• Proprietários de empresas do setor do turismo e da hotelaria• Gestores empresariais• Formadores de ensino e formação profissional
Introdução	Esta masterclass explora a interseção entre o turismo cultural e a sustentabilidade social, analisando como as experiências de viagem podem promover a compreensão cultural, preservar o património e contribuir para o bem-estar da comunidade. Os participantes irão analisar o papel do turismo na promoção da identidade cultural, da equidade e da inclusão, ao mesmo tempo que debatem desafios como o excesso de turismo, a mercantilização cultural e o deslocamento social. Através de estudos de caso e de modelos práticos, a sessão apresenta estratégias para o desenvolvimento de modelos de turismo responsável que privilegiem o envolvimento local, as práticas éticas e o impacto social a longo prazo.
Resultados de aprendizagem	<ol style="list-style-type: none">1. Compreender a relação entre o turismo cultural e a sustentabilidade social nos contextos global e local.2. Identificar os principais desafios e oportunidades no desenvolvimento de iniciativas de turismo cultural socialmente responsáveis.3. Analisar as implicações sociais, culturais e éticas do turismo nas comunidades locais e na preservação do património.4. Aplicar práticas sustentáveis no planeamento turístico que promovam a diversidade cultural, a inclusão e a equidade.5. Conceber estratégias que promovam um intercâmbio cultural autêntico e benefícios a longo prazo para a comunidade.
Duração	7 horas
Preparação	O facilitador: <ul style="list-style-type: none">- Analisa a estrutura, os objetivos e as atividades do módulo.- Assegura-se de que estão disponíveis os materiais necessários: um projetor, cartazes, quadros de folhas soltas, folhetos e acesso a vídeos.
PLANO DE AULA (2 HORAS)	
Vídeo curto	How to Pick a Sustainable Destination <p>Nesta palestra do TEDxBarcelona, a oradora Khalisah Stevens apresenta ao público os princípios e critérios para escolher destinos de viagem que</p>

	<p>estejam em sintonia com os valores da sustentabilidade. Ela aborda fatores ambientais, sociais e culturais que os viajantes devem ter em conta para minimizar os impactos negativos e maximizar as contribuições positivas para as comunidades anfitriãs. Através de exemplos e conselhos práticos, a apresentação oferece um quadro prático para tomar decisões de viagem mais responsáveis.</p> <p>https://youtu.be/P4lpb5radew?si=5nhQxplAiORhF5AH</p>
Desenvolvimento do módulo	<p>A. A. Introdução ao módulo (5 min) Breve apresentação e introdução ao módulo, aos objetivos, ao enquadramento teórico, etc.</p> <p>B. B. Desenvolvimento do módulo (1h 45 min)</p> <p>Passo 1. Boas-vindas e atividade de quebra-gelo (5 minutos)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ronda rápida de apresentações. ● Pergunta: “O que lhe vem à mente quando ouve a expressão ‘turismo sustentável?’” (As respostas são registadas num flip chart.) <p>Passo 2. Atividade de brainstorming: O que é o Turismo Sustentável? (20 minutos)</p> <p>Os participantes irão identificar práticas sustentáveis já existentes na sua comunidade e refletir sobre a forma como um operador turístico local poderá adotar princípios de sustentabilidade, analisando o potencial impacto na comunidade.</p> <p>Individualmente ou em pares, reflita sobre os princípios de sustentabilidade abordados no módulo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Parte 1: Pensar na sua comunidade <p>Identifique 1 a 2 exemplos de boas práticas que promovam a sustentabilidade (transportes ecológicos, utilização de produtos alimentares locais, gestão de resíduos, turismo liderado pela comunidade).</p> <p>Registe:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● A prática; ● Porque é sustentável; ● Que princípios de sustentabilidade representa (proteção ambiental, participação da comunidade, viabilidade económica). <p>Parte 2: Pensar num operador turístico local</p> <p>Pense agora num operador turístico local (hotel, guia turístico, espaço cultural) que possa tornar-se mais sustentável.</p> <p>Responda às seguintes questões:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Que mudanças ou ações poderiam ser adotadas para aumentar a sustentabilidade? ● Que princípios de sustentabilidade seriam promovidos por essas mudanças? ● Que impacto teriam essas mudanças na comunidade (criação de emprego, benefícios ambientais, preservação cultural)? <p>Incentive a utilização de exemplos reais e de ideias criativas, mas realistas</p>

(como a adoção de energia solar, contratação de guias locais, redução do uso de plástico).

Peça a voluntários ou a cada grupo que partilhe:

- 1 ideia da Parte 1;
- 1 ideia da Parte 2.

Registe as ideias no quadro para identificar temas comuns ou propostas particularmente inovadoras.

Questões para discussão adicional:

- Que desafios poderão os operadores turísticos enfrentar ao procurar tornar-se mais sustentáveis?
- Como podem as comunidades apoiar estas transições?

Passo 3. Desenvolvimento de conteúdos: Turismo Sustentável (60 minutos)

Conteúdos a abordar

1. Introdução ao turismo cultural;
2. Impactos ambientais do turismo;
3. Novas formas de oferta mais sustentável no turismo de aventura;
4. Inovação e ferramentas digitais;
 - Ferramentas para a implementação;
5. Financiamento da transição dos modelos de negócio.

Passo 4. Discussão em grupo: Aplicações locais

Tarefa: Em pares ou grupos (10 minutos)

- Identificar um problema ou oportunidade local no setor do turismo em que a sustentabilidade possa ser melhorada;
- Partilhar exemplos de como a formação ou a educação podem apoiar essa melhoria;
- O/a facilitador(a) circula entre os grupos e apoia a reflexão.

Passo 5. Encerramento e avaliação (25 minutos)

- Recapitulação rápida dos principais ensinamentos;
- Partilha de reflexões finais;
- Discussão das questões incluídas na secção de atividades;
- Orientação dos participantes para os materiais de aprendizagem autónoma (SDL – *Self-Directed Learning*) e explicação da atividade a realizar após essa fase.

C. C. Conclusões (10 min)

Ao concluir este módulo sobre os Princípios do Turismo Sustentável, os participantes deverão ter uma compreensão mais clara de como o turismo pode constituir uma força positiva para a proteção ambiental, o bem-estar social e a resiliência económica. Através de atividades interativas, momentos de reflexão e da palestra TEDx de Khalisah Stevens, explorou-se de que forma as escolhas individuais e as ações ao nível da comunidade influenciam a sustentabilidade de um destino.

Os participantes identificaram práticas sustentáveis nas suas próprias comunidades, avaliaram oportunidades de melhoria junto de operadores turísticos locais e discutiram formas práticas de a educação e a formação apoiarem transições sustentáveis. Estas reflexões demonstram que o turismo sustentável não é um modelo fixo, mas sim um compromisso contínuo que exige sensibilização, colaboração e inovação.

Ao aplicarem os princípios analisados — proteção ambiental, participação da comunidade e responsabilidade económica — os participantes estarão mais bem preparados para tomar decisões informadas enquanto viajantes, educadores ou profissionais do setor do turismo. O caminho para a sustentabilidade é coletivo, e pequenos passos dados a nível local podem gerar mudanças significativas a longo prazo.

Este módulo incentiva a continuação da reflexão, o envolvimento comunitário e a adoção de estratégias práticas que contribuam para um desenvolvimento turístico mais responsável e resiliente.

CONTEÚDO DA AULA

Introdução ao turismo cultural

O turismo cultural é um tipo de turismo centrado na descoberta e vivência da cultura, do património e das tradições de um determinado lugar. Envolve a visita a museus, monumentos e festivais, bem como a interação com as comunidades locais, com o objetivo de compreender o seu modo de vida.

Os seus principais princípios incluem o respeito pela cultura local, a autenticidade, a participação da comunidade e a sustentabilidade, assegurando a preservação das expressões culturais e garantindo que as populações locais beneficiem das atividades turísticas.

Ao contrário do turismo de massas, que se caracteriza por uma oferta em grande escala, padronizada e orientada sobretudo para o lazer e o lucro, o turismo cultural promove experiências mais pequenas e significativas, centradas na aprendizagem, no respeito e na troca de conhecimentos e vivências. O seu objetivo é gerar impactos sociais e culturais positivos, contribuindo simultaneamente para o desenvolvimento das comunidades locais.

Impactos ambientais do turismo

- Principais pressões ambientais (emissões de gases com efeito de estufa, perda de biodiversidade e produção de resíduos);
- Comercialização excessiva da cultura;
- Deslocação de populações e gentrificação;
- Emprego sazonal e precário.

Novas formas de oferta mais sustentável para o turismo de aventura

- Turismo cultural de base comunitária;
- Turismo criativo;
- Experiências de património vivo;
- Rotas e itinerários culturais;
- Turismo do património culinário e gastronómico;
- Programas de intercâmbio intercultural;
- Turismo cultural inclusivo.

Inovação e ferramentas digitais

- Narrativas digitais e interpretação do património com realidade virtual e aumentada (VR/AR);

	<ul style="list-style-type: none"> • Cartografia cultural com Sistemas de Informação Geográfica (SIG); • Bilhética inteligente e ferramentas de gestão de fluxos de visitantes; • Plataformas digitais de comercialização de produtos e experiências culturais; • Ferramentas de tradução e acessibilidade baseadas em inteligência artificial (IA).
Ferramentas para a implementação	<ul style="list-style-type: none"> • UNESCO Sustainable Tourism Toolkit; • European Capitals of Culture / Creative Cities Network; • Normas de Fair Trade Tourism e cartas de princípios éticos; • Avaliações de impacto cultural (CIA – <i>Cultural Impact Assessments</i>); • Modelos de partilha de benefícios com a comunidade.
Financiamento da transição dos modelos de negócio	<ul style="list-style-type: none"> • Estimativa dos custos de transformação e das necessidades de investimento; • Fontes de financiamento: LIFE Programme, Horizon Europe e microcrédito verde.

EXERCÍCIOS DE NETWORKING (1 HORA)

Casos de estudo	<p>Kyoto, Japão – Património e Envolvimento Comunitário</p> <p>Quioto valoriza os seus templos, jardins e cerimónias tradicionais para promover o turismo cultural. Residentes locais e artesãos participam em oficinas e apresentações, garantindo experiências autênticas. O turismo gera benefícios económicos significativos, mas também traz desafios, como a congestão e a pressão sobre a habitação e os serviços públicos.</p> <p>Cusco e Machu Picchu, Perú – Turismo Cultural de Base Comunitária</p> <p>Cusco combina o património inca e colonial e promove um modelo de turismo que envolve ativamente as comunidades locais. Os visitantes têm contacto com tradições quíchuas, gastronomia local e artesanato, gerando rendimento e reforçando a identidade cultural. A gestão sustentável protege os sítios arqueológicos e reduz as pressões ambientais, embora o turismo de massas continue a representar um desafio.</p> <p>Barcelona, Espanha – Turismo Cultural e Criativo em Contexto Urbano</p> <p>Barcelona integra arte, arquitetura e gastronomia na sua oferta turística urbana. Os bairros culturais e os eventos envolvem tanto residentes como visitantes, promovendo a inclusão social. O turismo contribui de forma significativa para a economia local, mas exige uma gestão cuidadosa das infraestruturas urbanas e dos serviços públicos para assegurar a sustentabilidade.</p>
Criação de novos modelos de negócio para a Sustentabilidade cultural e social	<p>Objetivo: Aprender a conceber negócios de turismo cultural e socialmente sustentáveis, utilizando ferramentas práticas.</p> <p>Conteúdo e atividade:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metodologia CANVAS: Breve introdução ao Business Model CANVAS, uma ferramenta que permite mapear os principais elementos de um negócio (proposta de valor, segmentos de clientes, canais, fontes de receita, atividades-chave, recursos-

chave, parcerias e estrutura de custos), com enfoque na sustentabilidade social.

2. **Modelo de negócio:** Pequeno modelo exemplificativo que demonstra como estruturar um negócio de turismo cultural, integrando o envolvimento da comunidade, a preservação do património e a distribuição equitativa de benefícios.
3. **Exemplos:** Solicitar aos participantes que apresentem 2 a 3 exemplos reais de negócios de turismo cultural que demonstrem sustentabilidade social (por exemplo, visitas patrimoniais conduzidas pela comunidade, bairros culturais urbanos ou oficinas de artesanato).
4. **Exercício em grupo:** Em pequenos grupos, os participantes utilizarão a metodologia CANVAS e o modelo apresentado para criar um novo modelo de negócio de turismo cultural. Cada grupo fará uma breve apresentação da sua ideia à turma.

Resultado esperado: Os participantes compreenderão como aplicar o CANVAS e um modelo de negócio para conceber iniciativas turísticas socialmente responsáveis, culturalmente autênticas e centradas na comunidade.

ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM AUTODIRIGIDA (4 HORAS)

Leituras, vídeos, podcasts e outros recursos

Vídeos e documentários sobre o tema

Tourism – A Primary Connector of Communities | Patrick Tuttle | TEDxMSSU (15 minutos)

Nesta palestra TEDx, Patrick Tuttle explora a forma como o turismo funciona como um importante elemento de ligação entre comunidades, promovendo o intercâmbio cultural, o entendimento mútuo e o crescimento partilhado. O autor sublinha que o turismo deve ser encarado não apenas como uma atividade económica, mas também como uma força social capaz de fortalecer as relações humanas.

<https://youtu.be/AqQW-N5Y7b8?si=-jmHojPYYxmtLnPO>

Overtourism: How to be a Responsible Tourist – The Global Story podcast, BBC World Service (15 minutos)

Este episódio em formato de vídeo-podcast aborda os desafios do excesso de turismo (*overtourism*), analisando de que forma um afluxo excessivo de visitantes pode exercer pressão sobre as comunidades locais, os recursos naturais e o património cultural. Os apresentadores debatem possíveis soluções, como a dispersão dos visitantes, a definição de quotas turísticas e a promoção de comportamentos de viagem responsáveis, com o objetivo de proteger os destinos e as comunidades locais.

<https://youtu.be/gfckTMN-5CI?si=JadgnLNf3x0NMD6h>

CAS Trips: Student Travel for Global Citizens (5 minutos)

O filme acompanha grupos escolares em Lisboa que participam em experiências autênticas e sustentáveis com a população local, incluindo a aprendizagem de artes e ofícios com mulheres mais velhas, aulas de culinária com chefs locais e a criação de azulejos tradicionais portugueses.

A CAS Trips valoriza o impacto social, a consciencialização para a economia circular e a promoção da cidadania global através de interações culturais imersivas e práticas.

<https://sustainabletravel.org/episode/cas-trips-student-travel-programs/>

The Rise of Cultural Tourism | Everything You Need to Know About Cultural Tourism (15 minutos)

O turismo cultural tem vindo a ganhar popularidade em todo o mundo. Embora praticamente todas as viagens de lazer incluam, de alguma forma, uma componente de turismo cultural, esta pode assumir características muito distintas consoante o contexto.

Neste vídeo, é apresentada uma explicação detalhada sobre a indústria do turismo cultural, acompanhada de diversos exemplos práticos, bem como de uma análise das principais vantagens e desvantagens deste tipo de turismo.

<https://www.youtube.com/watch?v=jMEQI6KNNWs>

Literatura científica / artigos científicos sobre o tema

Measuring and evaluating the influence of cultural sustainability indicators on sustainable cultural tourism development: Scale development and validation (85 minutos)

Este estudo desenvolve e mede uma nova escala de Indicadores de Sustentabilidade Cultural (CSIs – *Cultural Sustainability Indicators*) para avaliar o seu impacto no Desenvolvimento Sustentável do Turismo Cultural (SCTD – *Sustainable Cultural Tourism Development*). Os resultados demonstram que a maioria dos CSIs — como a autenticidade, a sensibilização e a capacitação — exerce uma influência positiva no desenvolvimento sustentável do turismo cultural, evidenciando a cultura como um fator determinante para a concretização de um turismo sustentável.

The Place and Role of Environmental Labels for Tourist Accommodations: A Survey-Based Characterisation for the European Union (45 minutos)

Este estudo destaca que, embora instrumentos da European Union, como o EU Ecolabel, apoiem a transição ecológica e o contributo do turismo para o European Green Deal, é necessária uma maior harmonização e transparência para aumentar a sua eficácia.

<https://www.mdpi.com/2673-5768/6/1/22>

Atividade

Artigo ou publicação de blogue (600–800 palavras)

Prepare um artigo apelativo com o título: “Pode o turismo cultural contribuir para uma sociedade mais sustentável?”

O seu artigo deverá:

- Explicar, de forma clara e acessível, a relação entre cultura, turismo e sustentabilidade;
- Incluir pelo menos um exemplo concreto (cidade, sítio patrimonial ou iniciativa comunitária);
- Utilizar elementos visuais ou hiperligações (caso o artigo seja em

formato digital), de modo a torná-lo mais atrativo para o público em geral.

Exemplo de modelo de negócio

Elemento do Modelo de Negócio	Informação-Chave
1 Segmentos de Clientes (Grupos-Alvo Principais) <i>Descrição do principal grupo de clientes, o seu potencial de procura e as suas principais necessidades.</i>	2 Proposta de Valor <i>Quais os valores que serão os pilares da nova oferta de negócio para o cliente.</i>
3 Fontes de Receita <i>Descrição dos principais produtos. O que será vendido aos clientes? Como irão os clientes pagar pelos produtos/serviços (pagamento único, por noite, subscrição, etc.)?</i>	4 Estrutura de Custos <i>Quais são os principais custos do modelo planeado? Qual a dimensão das margens previstas? Qual é a estrutura dos custos?</i>
5 Canais de Vendas e Distribuição <i>Descrição dos canais de venda e distribuição.</i>	6 Relação com Clientes <i>Como atrair e manter clientes; que ferramentas e estratégias devem ser implementadas. Ideias de marketing, estratégias e ferramentas.</i>
7 Recursos-Chave <i>Principais recursos próprios necessários para implementar o novo modelo de negócio e recursos adicionais a obter para a sua implementação.</i>	8 Parceiros-Chave <i>Parceiros principais no modelo de negócio (fornecedores, parceiros de vendas, etc.). Descrição dos principais grupos e da relação com eles.</i>
9 Plano de Implementação (Plano de Ação) <i>Descrição das principais atividades/tarefas necessárias para implementar o modelo na prática empresarial.</i>	



03



MASTERCLASS 3

Turismo de aventura e sustentabilidade económica

Masterclass 3: Turismo de aventura e sustentabilidade económica

Título do módulo	Turismo de aventura e sustentabilidade económica
Público-alvo	<ul style="list-style-type: none"> • Proprietários de empresas do setor do turismo e da hotelaria • Gestores empresariais • Formadores de ensino e formação profissional
Introdução	<p>O turismo de aventura desempenha um papel cada vez mais importante nas economias turísticas contemporâneas, especialmente em destinos rurais e baseados na natureza. Através de atividades que dependem de serviços de guias, equipamento, alojamento e cadeias de abastecimento locais, tem o potencial de gerar rendimentos, emprego e oportunidades empresariais. Ao mesmo tempo, as empresas de turismo de aventura operam em contextos marcados pela sazonalidade, dependência ambiental, risco financeiro e choques externos. A sustentabilidade económica torna-se, portanto, uma preocupação central tanto para as empresas individuais como para os destinos. Este módulo explora como as empresas de turismo de aventura podem reforçar a sua viabilidade económica através de modelos de negócio sustentáveis, ferramentas práticas e decisões de investimento informadas, mantendo-se ao mesmo tempo enraizadas no seu contexto local.</p>
Resultados de aprendizagem	<p>No final deste módulo, os participantes serão capazes de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar o papel do turismo de aventura no apoio à sustentabilidade económica local e regional 2. Identificar ferramentas práticas para implementar modelos de negócio sustentáveis em empresas de turismo de aventura 3. Avaliar opções de financiamento que apoiem a transição para modelos de turismo de aventura mais sustentáveis e resilientes 1. 4. Aplicar indicadores básicos para monitorizar a sustentabilidade económica das empresas de turismo de aventura
Duração	7 horas
Preparação	<p>O facilitador:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analisa a estrutura, os objetivos e as atividades do módulo. - Assegura-se de que estão disponíveis os materiais necessários: um projetor, cartazes, quadros de folhas soltas, folhetos e acesso a vídeos.
PLANO DE AULA (2 HORAS)	
Vídeo curto	Visão geral: Este vídeo trata do turismo sustentável e das viagens de

Desenvolvimento do módulo

aventura. Explica como os viajantes podem explorar o mundo de uma forma que respeite o ambiente e as culturas locais, combinando experiências emocionantes ao ar livre com práticas responsáveis que minimizam o impacto ecológico. **Assista:**
<https://www.youtube.com/watch?v=4gPsDQCbjy0>

● Introdução ao módulo (5 min)

O turismo de aventura desempenha um papel cada vez mais relevante nas economias locais e regionais, particularmente em destinos rurais e de natureza, onde pequenas empresas e serviços de guias estão estreitamente ligados aos recursos e às comunidades locais. Embora este setor possa gerar rendimento, emprego e oportunidades de empreendedorismo, desenvolve-se em contextos marcados pela sazonalidade, por recursos limitados, pela incerteza financeira e pela dependência dos ambientes natural e social. Garantir a viabilidade económica a longo prazo exige, por isso, mais do que rentabilidade imediata; requer modelos de negócio que utilizem os recursos de forma responsável, promovam meios de subsistência estáveis e sejam compatíveis com as condições ambientais e sociais locais.

Este módulo apresenta o turismo de aventura numa perspetiva de sustentabilidade económica, centrando-se na forma como as empresas podem construir resiliência e rentabilidade a longo prazo, contribuindo simultaneamente de forma positiva para o destino onde operam. Os participantes irão explorar conceitos-chave, ferramentas práticas e mecanismos de financiamento que permitem alinhar o desempenho económico com a utilização responsável dos recursos e com a criação de valor local, promovendo a prosperidade das gerações presentes e futuras.

● Desenvolvimento do módulo (1h 45 min)**Passo 1. Boas-vindas e atividade de quebra-gelo (5 minutos)**

- Ronda rápida de apresentações;
- Pergunta: “O que lhe vem à mente quando ouve a expressão ‘turismo de aventura?’” (As respostas podem ser registadas no Mentimeter ou noutra plataforma digital.)

Passo 2. Atividade de brainstorming: O que é o Turismo Sustentável? (15 minutos)**Questões para discussão em grupo:**

- “Que benefícios económicos traz o turismo de aventura para a sua região?”
- “Que riscos económicos já observou?”

Passo 3. Desenvolvimento de conteúdos: Turismo Sustentável (50 minutos)**Conteúdos a abordar:**

- Introdução ao turismo de aventura;
- Impactos sociais, ambientais e económicos do turismo de aventura;

- Novas formas de oferta mais sustentável no turismo de aventura;
- Inovação e ferramentas digitais para a sustentabilidade económica;
- Ferramentas para a implementação;
- Financiamento da transição dos modelos de negócio.

Passo 4. Atividade: Inovação e ferramentas digitais para a sustentabilidade económica (25 minutos)

Tarefa: Pequenos grupos (3 a 5 participantes)

- Dividir os participantes em pequenos grupos e atribuir (ou permitir que escolham) um cenário de turismo de aventura, por exemplo: uma empresa local de caminhadas ou trekking; um operador de rafting ou canoagem; um destino de BTT ou escalada; uma iniciativa comunitária de turismo de aventura; ou um operador de turismo de natureza num ecossistema frágil. (3 minutos)
- Cada grupo responde à questão: "Quais são os principais desafios de sustentabilidade económica enfrentados por este negócio?" (6 minutos). Incentivar a reflexão sobre: Sazonalidade; Margens reduzidas; Dependência excessiva de intermediários; Operações ineficientes; Acesso limitado aos mercados; Falta de dados para apoiar a tomada de decisão. Os grupos deverão identificar 2 a 3 desafios principais.
- Os grupos realizam um brainstorming sobre soluções digitais ou inovadoras que possam responder a esses desafios. (8 minutos). Questão orientadora: "Que ferramentas digitais poderiam ajudar este negócio a aumentar as receitas sem intensificar os impactos negativos?" Cada grupo deverá selecionar 1 a 2 ferramentas e explicar: Como melhoram a sustentabilidade económica; Porque são particularmente adequadas ao turismo de aventura.
- Partilha rápida em plenário. (8 minutos) Cada grupo apresenta: O desafio selecionado; Uma ferramenta digital ou inovação; Um benefício concreto (por exemplo: aumento das margens, melhor gestão dos visitantes, diversificação das fontes de rendimento).

Passo 5. Encerramento e avaliação (10 minutos)

- Recapitulação dos principais ensinamentos;
- Partilha de reflexões finais;
- Discussão das questões incluídas na secção de atividades;
- Orientação dos participantes para os materiais de aprendizagem autónoma (SDL – *Self-Directed Learning*);
- **Explicação da atividade a realizar após a aprendizagem autónoma.**

Conclusões (10 min)

A sustentabilidade económica é essencial para garantir a viabilidade a longo prazo das empresas de turismo de aventura e a resiliência dos

destinos onde estas operam. Ao longo deste módulo, os participantes exploraram de que forma o turismo de aventura pode gerar valor económico estável, mantendo-se compatível com as condições ambientais e sociais locais. Ao apostar no planeamento de longo prazo, na utilização eficiente dos recursos e em fortes ligações à economia local, as empresas de turismo de aventura podem reforçar a sua rentabilidade e, simultaneamente, reduzir a sua vulnerabilidade económica.

A combinação entre teoria e prática permitiu aos participantes: compreender a sustentabilidade económica como um pilar fundamental do turismo verde; reconhecer o potencial do turismo de aventura para apoiar economias locais resilientes; identificar a importância da inovação, das parcerias e da diversificação na redução do risco financeiro; aplicar uma perspetiva de longo prazo para equilibrar rentabilidade, estabilidade e criação de valor local.

Para os empresários, a principal mensagem é que o desempenho económico sustentável depende da resiliência e não apenas de ganhos imediatos. Para os formadores do ensino e formação profissional (EFP), o foco está em traduzir estes princípios em ferramentas práticas e atividades pedagógicas alinhadas com contextos empresariais reais.

A sustentabilidade económica no turismo de aventura constrói-se através de um processo contínuo de melhoria. Mesmo pequenas ações concretas, como ajustar a oferta de atividades, reforçar uma parceria ou aperfeiçoar práticas de planeamento, podem contribuir para empresas mais resilientes e destinos mais sustentáveis.

CONTEÚDO DA AULA

Introdução ao turismo de aventura

Definição e princípios

O turismo de aventura é geralmente definido como “uma forma de viajar que combina atividade física, contacto com o ambiente natural e, frequentemente, um certo grau de imersão cultural. Envolve, normalmente, algum nível de risco ou incerteza percebidos e pode variar entre atividades suaves, de baixo risco, e expedições exigentes, de elevado risco” (Huddart & Stott, 2019). Revisões recentes definem o turismo de aventura com base em três elementos interligados:

- Risco e perigo (reais ou percebidos);
- Atividade física e desafio;
- Ambientes naturais (frequentemente remotos) e/ou uma imersão cultural profunda.

Tipo de aventura	Características típicas	Exemplos
Aventura suave (Soft Adventure)	Risco baixo a moderado, acessível à maioria das pessoas, geralmente com acompanhamento de guias e de curta duração (Janowski et al., 2021; Mykletun, 2018; Huddart & Stott, 2019; Petroman et al., 2018).	Caminhadas guiadas, passeios a cavalo, snorkeling, esqui na neve, esqui aquático, rafting de baixa dificuldade, ciclismo, caminhadas em glaciares por percursos preparados e campismo.

Aventura exigente (Hard Adventure)	Requer maiores competências técnicas, esforço físico e níveis de risco mais elevados; apresenta pontos de contacto com os desportos radicais (Janowski et al., 2021; Mykletun, 2018; Swarbrooke et al., 2003; Buckley, 2012).	Escalada em rocha ou gelo, trekking em áreas remotas, espeleologia, canoagem em águas bravas, paraquedismo e ciclismo de montanha.
---	---	--

As principais tendências globais no turismo de aventura são as seguintes:

- **Crescimento acelerado e consolidação no mercado:** O turismo de aventura deixou de ser um nicho para se tornar um segmento consolidado do turismo global, registando um forte crescimento antes da pandemia de COVID-19 e mantendo uma expansão sustentada no período pós-pandemia.
- **Predominância da aventura suave:** As atividades de aventura suave (*soft adventure*) dominam atualmente o mercado, superando as modalidades mais extremas e de maior risco.
- **Novos segmentos de consumidores:** A participação tem-se alargado a públicos como adultos mais velhos e famílias, enquanto os consumidores mais jovens demonstram uma crescente preferência por “microaventuras” locais e de curta duração.
- **Motivações no período pós-pandemia:** A saúde, o bem-estar, a redução do stress, o desenvolvimento pessoal e a ligação social assumem hoje um papel central, posicionando o turismo de aventura como uma ferramenta de recuperação psicológica.
- **Globalização e emergência de novos destinos:** Regiões novas e não tradicionais, sobretudo em países em desenvolvimento, estão a afirmar-se como destinos de turismo de aventura, beneficiando de melhores acessibilidades e da distribuição digital.
- **Influência das tecnologias digitais e das redes sociais:** As redes sociais exercem uma forte influência na escolha dos destinos e nos padrões de participação, dando visibilidade a novas atividades e experiências.

Principais tendências europeias e regionais

- **Procura impulsionada pelos jovens e pela geração Millennial:** Os Millennials representam uma parte significativa das viagens internacionais e influenciam fortemente a procura de experiências de aventura ativas, em contacto com a natureza e mediadas por tecnologias digitais.
- **Crescimento do turismo de aventura associado à natureza e à água:** Este crescimento intensificou-se durante e após a pandemia de COVID-19, devido ao aumento da procura por atividades recreativas em ambientes naturais e com baixa densidade de utilização.

- **Aventura como experiência quotidiana e acessível:** O turismo de aventura é cada vez mais percecionado como uma atividade acessível à generalidade das pessoas, e não apenas como uma prática extrema.
- **Microaventuras e natureza de proximidade:** Experiências curtas e realizadas em destinos próximos têm vindo a ser preferidas em detrimento de viagens de longa distância.
- **Implicações para as políticas públicas e para o desenvolvimento de produtos:** O turismo de aventura e o turismo ativo são considerados nichos estratégicos nas políticas de turismo, sendo utilizados para promover a diversificação dos destinos, o desenvolvimento rural e os objetivos de sustentabilidade.

Principais padrões de procura e motivações

A procura no turismo de aventura é ampla e segmentada em função da idade, da cultura, das motivações e das preferências entre atividades de aventura suave (*soft adventure*) e aventura exigente (*hard adventure*). A investigação identifica vários mercados-alvo distintos, com expectativas e padrões de despesa diferenciados.

Principais grupos de motivações na procura de turismo de aventura

- Relaxamento e evasão em contacto com a natureza (Segmento abrangente, incluindo famílias e seniores).
- Adrenalina, superação do medo, desafio e autodescoberta (Mais frequente entre os jovens e praticantes de aventura exigente).
- Aprendizagem, desenvolvimento de competências e imersão cultural (Particularmente relevante entre jovens e viajantes com níveis de educação mais elevados).
- Segurança, biossegurança e sustentabilidade (Motivação transversal a todas as idades, reforçada no período pós-COVID-19).

Padrões sociodemográficos e culturais

- **Género e idade:** O turismo de aventura apresenta padrões claros associados à idade e ao género. Os homens e os adultos mais jovens tendem a participar com maior frequência em atividades de aventura exigente (*hard adventure*) e de risco elevado, enquanto as mulheres e os adultos mais velhos demonstram preferência por experiências mais suaves, guiadas e com menor nível de risco. As gerações mais jovens, em particular as gerações Y e Z, procuram novidade, construção de identidade e experiências transformadoras passíveis de serem partilhadas nas redes sociais. Por sua vez, os *baby boomers* e os seniores valorizam cada vez mais aventuras moderadas, bem organizadas e centradas no prazer, na autenticidade e na interação social, mais do que no risco.
- **Personalidade:** Traços como a extroversão e o desejo de “conhecer-se melhor” estão associados à preferência por atividades de aventura exigente.

- **Cultura:** Os jovens de diferentes contextos culturais partilham uma procura por novidade e por identidades sociais semelhantes, o que sugere a existência de um mercado global relativamente homogéneo de turismo de aventura juvenil. Ainda assim, persistem diferenças culturais na perceção do risco e da natureza.

Papel das PME e microempresas nos ecossistemas do turismo de aventura

As pequenas e médias empresas (PME) e as microempresas constituem a espinha dorsal dos ecossistemas do turismo de aventura. São os principais prestadores de serviços ligados à aventura, motores fundamentais da criação de valor local e da inovação, e agentes essenciais para a sustentabilidade e o desenvolvimento comunitário, embora enfrentem vulnerabilidades estruturais decorrentes dos seus recursos limitados.

Principais funções nos ecossistemas do turismo de aventura

- **Prestadores locais dominantes de serviços** - Asseguram serviços como guiamento, alojamento, transporte, aluguer de equipamento e restauração, sobretudo em destinos rurais e de natureza, influenciando de forma decisiva a experiência do visitante e a competitividade do destino.
- **Âncoras das cadeias de valor locais e dos ecossistemas de inovação** - Estabelecem ligações entre o turismo, os produtores locais, as empresas comunitárias, as entidades públicas e as instituições de ensino e formação.
- **Guardiões do capital territorial e cultural** - Utilizam de forma criativa as paisagens, o património e os conhecimentos locais para desenvolver ofertas de turismo de aventura distintivas e de baixo impacto.
- **Promotores da sustentabilidade sociocultural** - Contribuem para o desenvolvimento local através do abastecimento local, da inclusão social, da educação e da colaboração com a comunidade.

Limitações e implicações para as políticas públicas

- Vulnerabilidades persistentes das PME: As pequenas e médias empresas enfrentam desafios estruturais relacionados com o acesso ao financiamento, a escassez de competências, a limitada capacidade de gestão e governação, a sazonalidade e a exposição a crises. Acrescem ainda obstáculos à digitalização e à adoção de práticas de economia circular.
- Necessidade de políticas de apoio específicas: O desenvolvimento de ecossistemas eficazes de turismo de aventura exige ações direcionadas de capacitação, desenvolvimento de lideranças, apoio tecnológico, plataformas de cooperação e enquadramentos políticos favoráveis. Estas medidas são fundamentais para permitir que as PME ofereçam produtos e serviços de turismo de aventura de elevada qualidade e alinhados com os princípios da sustentabilidade.

Impactos sociais, ambientais e económicos do turismo de aventura

Impactos sociais e ambientais - O turismo de aventura gera benefícios económicos, mas concentra visitantes e atividades em ambientes sensíveis, criando pressões ambientais e sociais significativas.

Pressões ambientais:

- Os transportes (utilização de automóveis e viagens aéreas) são a principal fonte de emissões no turismo de aventura europeu.
- As expedições de alta altitude organizadas a partir da Europa externalizam as emissões de carbono para regiões distantes.
- O turismo baseado na natureza prejudica a vegetação e a vida selvagem em áreas protegidas e rurais, exigindo uma regulamentação mais rigorosa.
- Os residentes percebem tanto os benefícios económicos como a degradação ambiental associados ao crescimento do turismo.

Turismo excessivo e gentrificação:

- Os destinos de turismo de aventura enfrentam sobrelotação, comercialização e aumento dos custos de habitação, à semelhança do que acontece com o turismo excessivo nas zonas urbanas.
- Os alugueres de curta duração e os negócios orientados para o turismo substituem as funções residenciais.
- As cidades dedicadas ao surf, ao esqui e à escalada correm o risco de seguir as trajetórias de gentrificação observadas nas grandes cidades europeias.

Emprego precário:

- O turismo de aventura depende fortemente de mão de obra sazonal, mal remunerada e precária.
- O emprego no turismo reforça frequentemente as desigualdades sociais e económicas.
- Existe uma clara divisão socioeconómica entre os turistas de aventura e os trabalhadores do turismo.

Potencial para a gestão responsável:

- As atividades de aventura podem promover o bem-estar e atitudes pró-ambientais.
- Uma interpretação forte, a educação ambiental e a liderança comunitária podem ajudar a orientar os impactos para a gestão responsável.

Impactos económicos - O turismo de aventura pode gerar benefícios económicos locais significativos, especialmente em regiões rurais e periféricas, mas esses ganhos vêm acompanhados de riscos consideráveis relacionados com a volatilidade, a desigualdade e a sustentabilidade a longo prazo. O planeamento estratégico é, por isso, essencial para

converter o crescimento a curto prazo em valor económico duradouro.

Impactos económicos positivos:

- Gera um elevado nível de despesas locais em serviços de guias, equipamento, alojamento, alimentação e transportes, beneficiando significativamente as pequenas economias regionais.
- Cria mais empregos locais por dólar gasto do que o turismo de massa e integra mais empresas locais nas cadeias de abastecimento.
- Produz fortes efeitos multiplicadores através de rendimentos indiretos e induzidos, investimento em infraestruturas e formação de centros regionais.
- Apoia a diversificação económica, adicionando atividades baseadas em serviços e experiências às economias agrícolas ou baseadas em recursos.
- Os modelos de turismo de aventura e ecoturismo baseados na comunidade reforçam a apropriação local, a estabilidade dos rendimentos e o desenvolvimento rural a longo prazo.

Riscos e desafios económicos:

- A forte sazonalidade e a dependência do turismo geram instabilidade de rendimentos, capacidade ociosa e fraco crescimento das empresas.
- A elevada vulnerabilidade a choques externos (pandemias, geopolítica, crises económicas) pode desencadear ciclos de expansão e recessão.
- A ambiguidade regulamentar aumenta a incerteza e os custos de conformidade, além de desincentivar o investimento.
- As lacunas nas infraestruturas, os riscos de segurança e os perigos ambientais limitam o crescimento em muitas regiões de turismo de aventura.
- A distribuição desigual dos benefícios, a fuga de receitas e a capacidade local limitada podem transferir valor para operadores externos.

Importância do planeamento económico a longo prazo para as empresas de turismo de aventura:

- O planeamento financeiro e de crise a longo prazo melhora a resiliência, a estabilidade do fluxo de caixa e a capacidade de recuperação durante choques.
- O planeamento estratégico ajuda a equilibrar as receitas de curto prazo com a sustentabilidade ambiental, social e económica a longo prazo.
- O planeamento integrado que articula infraestruturas, gestão de riscos, envolvimento da comunidade e proteção ambiental

	<p>reforça a procura ao longo do ano e a resiliência do destino.</p> <p>Principais prioridades estratégicas para as empresas do setor de turismo de aventura:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Gestão ambiental e certificação para proteger os recursos naturais, reduzir custos e reforçar o posicionamento no mercado. ● Estratégias financeiras sustentáveis para melhorar o acesso ao capital, gerir o risco e promover a inovação ecológica. ● Parcerias com a comunidade para garantir o apoio local, a prosperidade partilhada e a estabilidade do destino. ● Competitividade no mercado e inovação através do investimento na segurança, no desenvolvimento de produtos e em práticas de economia circular
<p>Novas formas de oferta turística mais sustentável</p>	<p>O turismo de aventura está a passar de um crescimento baseado no volume para modelos baseados no valor, que dão prioridade à regeneração dos ecossistemas e das comunidades, a experiências de alta qualidade e à utilização circular dos recursos. Em vez de se limitarem a minimizar os danos, as novas ofertas de turismo de aventura contribuem ativamente para a recuperação ambiental, a criação de valor social e a resiliência a longo prazo dos destinos.</p> <p>Transição do turismo de aventura baseado no volume para o turismo de aventura baseado no valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● O turismo de aventura regenerativo integra a conservação, a restauração de habitats e iniciativas sociais diretamente nas experiências de viagem. ● Os modelos baseados no valor limitam o número de visitantes, dão prioridade às PME locais e visam segmentos de maior rendimento para reduzir a pressão sobre os recursos, aumentando simultaneamente os benefícios económicos locais. <p>Inovação em produtos de aventura sustentáveis:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Os formatos emergentes incluem caminhadas e ciclismo regenerativos, trilhos de eco-aventura baseados na comunidade, retiros de aventura, bem-estar e ecoturismo (AWE), condução todo-o-terreno gerida e atividades de aventura suave planeadas especialmente. ● As experiências em pequenos grupos e de estadias mais longas reduzem a pressão ecológica, ao mesmo tempo que aumentam a autenticidade, a aprendizagem e o rendimento local. ● Os guias locais, as estadias em casas de família e a narração de histórias reforçam a experiência dos visitantes, a preservação cultural e o empoderamento da comunidade. ● A combinação da aventura com experiências culturais, de agroturismo e baseadas na natureza diversifica os rendimentos e apoia o desenvolvimento alinhado com os ODS. <p>Princípios da economia circular no turismo de aventura:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> ● As abordagens da economia circular substituem os modelos lineares de turismo pela eficiência de recursos, redução de resíduos e sistemas regenerativos. ● Os esquemas de reutilização, reparação, aluguer e partilha de equipamento reduzem o impacto ambiental e atraem viajantes com consciência ecológica. ● O abastecimento local e as parcerias com agricultores, fornecedores de energia e serviços de gestão de resíduos encurtam as cadeias de abastecimento e reforçam as cadeias de valor locais. ● As plataformas digitais possibilitam ecossistemas de turismo circular, ligando fornecedores certificados a mercados conscientes. <p>Evidências de casos de turismo de aventura sustentável:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelos de trekking e eco-aventura baseados na comunidade no Nepal, Sikkim e Ladakh mostram que a apropriação local, a partilha de benefícios e a gestão de visitantes podem simultaneamente apoiar os meios de subsistência e a conservação. ● Aplicações da economia circular em alojamentos europeus e chineses demonstram como os sistemas de ciclo fechado reduzem custos e impactos ambientais, reforçando simultaneamente o posicionamento no mercado.
<p>Inovação e ferramentas digitais para a sustentabilidade económica</p>	<p>A sustentabilidade económica no turismo de aventura é cada vez mais possibilitada pela inovação digital, que promove a eficiência, receitas estáveis, resiliência e a redução dos custos ambientais e sociais.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Eficiência operacional e redução de custos: Ferramentas como GPS, aplicações móveis, dispositivos vestíveis, plataformas inteligentes e sistemas de reservas baseados em dados melhoram a segurança, o planeamento de percursos, a gestão da capacidade e a fixação de preços, diminuindo os custos operacionais e reduzindo as ineficiências. ● Acesso ao mercado e estímulo à procura: O marketing digital, as redes sociais, as pré-visualizações em RA/RV e a distribuição através de plataformas ampliam o alcance no mercado, reduzem a perceção de risco e criam novas fontes de receita, especialmente para pequenos operadores de turismo de aventura e operadores rurais. ● Apoio à sustentabilidade e à circularidade: A monitorização digital, o rastreio por QR e os sistemas baseados na nuvem permitem a eficiência de recursos, a reutilização de equipamentos e modelos de negócio circulares que reduzem custos e atraem visitantes com consciência ecológica. ● Gestão de riscos e resiliência: Dados em tempo real, dispositivos vestíveis e análises preditivas melhoram a segurança, a resposta a crises e a gestão de destinos, protegendo o valor da

marca e as receitas a longo prazo.

- **Vantagem competitiva a longo prazo:** As empresas que combinam liderança digital com eco-inovação e partilha de conhecimento reforçam a capacidade de absorção ecológica e alcançam uma competitividade mais duradoura e orientada para a sustentabilidade.

A digitalização não é apenas uma atualização tecnológica, mas sim uma alavanca estratégica que melhora a eficiência, a segurança, a sustentabilidade e a rentabilidade, mesmo para pequenas empresas de turismo de aventura.

Área de inovação / ferramenta	Como apoia a sustentabilidade económica no turismo de aventura
GPS, aplicações móveis e dispositivos wearables	Melhoram a segurança, o planeamento de percursos e as experiências autoguiadas, reduzindo os custos de guiamento e operação e alargando o mercado potencial.
	Experiências de realidade aumentada e realidade virtual (AR/VR) Visualizações pré-viagem e visitas virtuais reduzem a perceção de risco, aumentam as reservas e criam novas fontes de receita (excursões virtuais e vendas na época baixa).
Marketing digital e redes sociais	Campanhas segmentadas e conteúdos gerados pelos utilizadores aumentam a procura com custos reduzidos, sendo particularmente importantes para pequenas empresas de turismo de aventura e operadores comunitários.
Plataformas inteligentes e Big Data	Plataformas que utilizam inteligência artificial (IA), Big Data, Internet das Coisas (IoT) e sistemas de reservas otimizam preços, capacidade e fluxos de visitantes, melhorando a rentabilidade e reduzindo o risco de excesso de turismo.
Soluções digitais para a economia circular	A monitorização digital do consumo de recursos, resíduos e energia ajuda as PME de turismo de aventura a adotar modelos circulares, reduzindo custos operacionais e atraindo visitantes ambientalmente conscientes. Etiquetagem por QR e ferramentas baseadas na cloud Permitem acompanhar equipamentos, transportes e alugueres, reduzindo perdas e prolongando a vida útil dos ativos.
Blockchain e fintech	Tornam as transações mais eficientes e transparentes e permitem contratos inteligentes para reservas e seguros, reduzindo comissões de intermediários e reforçando a confiança nos pequenos operadores.
Gestão do conhecimento e liderança digital	A liderança digital, aliada a ferramentas de partilha de conhecimento, reforça a eco-inovação e a capacidade de absorção de práticas sustentáveis, criando vantagens competitivas duradouras.

Ferramentas para a implementação

As empresas de turismo de aventura são, em geral, de pequena dimensão, ligadas a um local específico e intimamente ligadas às comunidades e aos ecossistemas locais. Por este motivo, são essenciais

ferramentas práticas e transparentes para apoiar uma tomada de decisões económica e socialmente sustentável.

Existem vários quadros estabelecidos que apoiam a conceção e a gestão de empresas de turismo de aventura sustentáveis:

Critérios do Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC) - Os

Critérios GSTC constituem o quadro de sustentabilidade mais amplamente reconhecido no setor do turismo. Para os operadores de turismo de aventura (por exemplo, caminhadas, rafting, escalada, turismo de observação da vida selvagem), estes critérios fornecem uma norma de referência para operações responsáveis, orientações para a conceção de modelos de negócio, apoio na definição de indicadores-chave de desempenho (KPI) de sustentabilidade e preparação para processos de certificação.

Indicadores de Turismo Sustentável da OMT - Estes indicadores oferecem ferramentas mensuráveis para monitorizar o desempenho em matéria de sustentabilidade, incluindo a pressão sobre os ecossistemas, o impacto dos visitantes nos trilhos, na vida selvagem e nos recursos hídricos, a geração de emprego e a criação de rendimento local.

As principais ferramentas de gestão ambiental e de risco são:

- **Avaliação de Impacto Ambiental (AIA)** — As AIA são particularmente relevantes no planeamento de novas atividades de aventura ou infraestruturas (por exemplo, trilhos, alojamentos, acampamentos, estradas de acesso). Permitem aos operadores avaliar os impactos relacionados com a erosão, a gestão de resíduos, o ruído e os efeitos das emissões nos rios, na vida selvagem e nos ecossistemas.
- **Adventure Risk Management (ARM) e ISO 21101 - ISO 21101 (Adventure tourism — Safety management systems)** define os requisitos mínimos para os sistemas de gestão da segurança destinados a prestadores de serviços de turismo de aventura. Os seus objetivos incluem melhorar o desempenho em matéria de segurança, garantir a segurança dos participantes e do pessoal, demonstrar práticas seguras e apoiar a conformidade legal. As estruturas de ARM integram o planeamento da segurança, os limites ambientais e a gestão do risco operacional.

Algumas práticas empresariais éticas e responsáveis são:

- **Normas de Turismo de Comércio Justo** - Estas apoiam cadeias de abastecimento éticas, condições de trabalho justas e reforçam a credibilidade das alegações de sustentabilidade no marketing.
- **Adventure Travel Trade Association (ATTA)** — é uma rede global de partes interessadas no turismo de aventura (guias, operadores, alojamentos, organizações de destinos). Através das suas normas, diretrizes e redes profissionais, a ATTA promove práticas empresariais responsáveis, gestão ambiental e abordagens de turismo baseadas na comunidade.
- Existem também ferramentas de envolvimento comunitário e partilha de benefícios, uma vez que o turismo de aventura sustentável depende fortemente de relações locais sólidas. As ferramentas práticas incluem **modelos de negócio baseados na**

Financiamento da transição para novos modelos de negócio

comunidade (acordos de partilha de receitas, alojamentos de propriedade da comunidade, cooperativas de guias e abastecimento local (alimentação, transportes, artesanato)) e **Workshops de Planeamento Participativo**. Estas apoiam o envolvimento da comunidade na conceção de percursos, limites de capacidade de visitantes, protocolos culturais e cocriação de experiências e prevenção de conflitos

Um processo estruturado de mapeamento das partes interessadas reforça o desenvolvimento empresarial sustentável, começando por: identificar os principais intervenientes (associações comunitárias, gestores de terras, PME locais, prestadores de serviços de transporte, artesãos, centros de formação); mapear funções e benefícios (empregos, contratos de fornecimento, acordos de conservação, mecanismos de cogovernança); e associar os parceiros a indicadores de sustentabilidade.

A transição para formas mais sustentáveis de turismo de aventura exige, frequentemente, investimentos iniciais significativos. Estes investimentos podem aumentar a pressão financeira no curto prazo, pelo que o acesso a mecanismos de financiamento adequados é essencial para viabilizar a transição para a sustentabilidade, particularmente no caso das pequenas e médias empresas (PME) e dos operadores de base comunitária.

O financiamento da transição para um turismo de aventura sustentável pode ser assegurado através de uma combinação de mecanismos de financiamento públicos, privados e comunitários.

O **financiamento público e os subsídios** desempenham um papel especialmente importante no apoio às transições ecológicas, à inovação e ao desenvolvimento rural no setor do turismo, uma vez que são frequentemente concebidos para reduzir o risco financeiro associado aos investimentos em sustentabilidade. Ao nível europeu e nacional, programas como os **fundos estruturais, os fundos de desenvolvimento rural e os sistemas de apoio à inovação no turismo** dirigem-se às PME e às iniciativas de ação climática. As **Organizações de Gestão de Destinos** (DMO – *Destination Management Organisations*) e os **governos locais** podem igualmente disponibilizar incentivos ou mecanismos de cofinanciamento.

O financiamento público e institucional à escala europeia reforça ainda mais a transição para um turismo de aventura sustentável. O **LIFE Programme** centra-se na proteção ambiental, na conservação da biodiversidade e na ação climática, apoiando iniciativas como a recuperação de habitats associada a atividades turísticas e a adaptação às alterações climáticas em destinos de natureza. Este programa é particularmente adequado para projetos-piloto e iniciativas ao nível dos destinos que pretendam testar e ampliar práticas de turismo sustentável. O **Horizon Europe** é igualmente relevante, ao financiar a inovação em modelos de turismo sustentável, o desenvolvimento de ferramentas digitais para monitorização de impactos e sistemas de turismo de aventura resilientes às alterações climáticas.

Para além do financiamento público, o **financiamento verde e a banca ética** desempenham um papel cada vez mais importante na promoção das transições para a sustentabilidade ao nível das empresas. O financiamento verde refere-se a produtos financeiros que integram explicitamente critérios ambientais e sociais nas decisões de concessão de crédito e de investimento. Entre os instrumentos relevantes para o

turismo de aventura contam-se **os empréstimos verdes** para investimentos em edifícios energeticamente eficientes, sistemas de energia renovável, veículos de baixas emissões e equipamento certificado. Os **bancos éticos e cooperativos** aplicam critérios de avaliação ambiental e social e podem oferecer condições mais favoráveis para projetos turísticos orientados para a sustentabilidade. A investigação mostra que instrumentos de financiamento verde, tais como obrigações verdes, empréstimos verdes concessionais e crédito vinculado à sustentabilidade, podem ter fortes impactos positivos a longo prazo no desenvolvimento do turismo sustentável e no crescimento verde. O acesso a estes instrumentos financeiros requer planos de sustentabilidade documentados, medidas de gestão de risco e indicadores de impacto, o que pode reforçar os modelos de negócio globais e melhorar a credibilidade financeira a longo prazo.

Para os operadores de turismo de aventura de pequena escala e de base comunitária, os mecanismos de financiamento alternativos, como o **microcrédito** e os **modelos cooperativos**, são particularmente importantes. Em muitos destinos, as pequenas empresas turísticas recorrem a **instituições de microcrédito informais e a grupos de poupança**, uma vez que os bancos convencionais consideram o turismo um setor de alto risco. Os modelos de partilha de receitas e de propriedade cooperativa permitem que guias, comunidades locais e pequenos fornecedores sejam coproprietários de ativos ou partilhem lucros, aumentando a retenção local dos benefícios económicos e reduzindo o risco financeiro individual. A investigação sugere que estes modelos contribuem para uma distribuição mais equitativa dos benefícios económicos, ao mesmo tempo que apoiam o envolvimento local a longo prazo no desenvolvimento do turismo sustentável.

Por fim, as **abordagens de financiamento híbridas** reforçam ainda mais a sustentabilidade financeira das iniciativas de turismo de aventura. As **parcerias público-privadas** permitem o investimento partilhado entre autoridades locais, empresas de turismo e organizações de conservação, sendo particularmente úteis para financiar infraestruturas, redes de trilhos e o acesso a áreas protegidas. Os modelos de reinvestimento de receitas, nos quais uma parte das receitas do turismo é reinvestida em atividades de conservação, projetos de desenvolvimento comunitário e sistemas de formação e monitorização, representam outra abordagem eficaz. **Ao associar diretamente o desempenho financeiro aos resultados ambientais e sociais, estes modelos promovem a sustentabilidade a longo prazo, reforçando simultaneamente o apoio local e a colaboração das partes interessadas.**

EXERCÍCIOS DE NETWORKING (1 HORA)

Casos de estudo

Até 3 estudos de caso sobre turismo de aventura com base na experiência dos participantes

Criação de novos modelos de negócio para Turismo de aventura e sustentabilidade económica

- Metodologia CANVAS
- Modelo de negócio
- Exemplos de modelos de negócio mais sustentáveis
- Elaboração de um exemplo de proposta de novo modelo de negócio (trabalho em grupo)

ATIVIDADES DE APRENDIZAGEM AUTODIRIGIDA (4 HORAS)

Leituras, vídeos, podcasts e outros recursos

Literatura científica/artigos científicos sobre o tema

World Tourism Organization & Adventure Travel Trade Association. (2014). *AM Reports, Volume 9: Global report on adventure tourism* (First printing). World Tourism Organization.

<https://www.untourism.int/archive/middle-east/publication/global-report-adventure-tourism>

Adventure Travel Trade Association & Switzerland Tourism. (2021). *High moments, low impact: Rethinking adventure travel's sustainability efforts*. Adventure Travel Trade Association.

https://www.stnet.ch/app/uploads/2021/10/Knowledge-Report_No.1.pdf

Adventure Travel Trade Association. (2024). *2024 adventure travel industry snapshot* (Annual research report). Adventure Travel Trade Association. <https://learn.adventuretravel.biz/research/2024-adventure-travel-industry-snapshot/>

Adventure Travel Trade Association & Switzerland Tourism. (2023). *Creating sustainable experiences in adventure travel* (Research report). Adventure Travel Trade Association.

<https://learn.adventuretravel.biz/research/creating-sustainable-experiences-in-adventure-travel>

Vídeos e documentários sobre o tema:

What Is Adventure Tourism? https://www.youtube.com/watch?v=_VK6dJAfbM8

Adventure travel - sustainability by default, Gergana Nikolova - Green Destinations Conference 2022 (<https://www.youtube.com/watch?v=GMYLC74HO9c>).

Hokkaido's Adventure Tourism: A Sustainable Journey (<https://www.youtube.com/watch?v=fegeSTUIUAK>).

Sustainable Vs. Regenerative Tourism? - Resort 2 Travel (<https://www.youtube.com/watch?v=3XMx9zV8ey4>).

How Adventure Travel Skyrocketed After Pandemic (<https://www.youtube.com/watch?v=IDSJ9gNqTqE>)

What Is Adventure Tourism And Why Should We Be 'Adventure Tourists'? (<https://www.youtube.com/watch?v=Lh2xcai9ofM>).

Livros e outras leituras

Buckley, Ralf. (2010). *Adventure Tourism Management*. 10.4324/9781856178358. Available at: ([PDF](#)) *Adventure Tourism Management*

Szromek, A. R. (Ed.). (2021). *Sustainable Business Models in Tourism*. MDPI Books. Available at: <https://www.mdpi.com/books/reprint/3937-sustainable-business-models-in-tourism>

Atividade

Documento de reflexão sobre políticas e estratégias – *Reforçar a sustentabilidade económica no turismo de aventura: um documento estratégico.*

Os participantes devem elaborar um **documento de política ou estratégia** com 1 000 a 1 500 palavras, dirigido a uma das seguintes

entidades: uma organização de gestão de destinos / uma autoridade regional de turismo / uma rede de PME do setor da aventura / uma instituição de formação (no contexto do ensino e formação profissionais).

O documento deve: 1. Explicar a importância económica do turismo de aventura nas economias rurais/regionais; 2. Identificar 3 riscos económicos principais (por exemplo, sazonalidade, choques externos, ambiguidade regulamentar, precariedade laboral); 3. Propor 5 ações estratégicas ao nível do destino (por exemplo, incentivos à diversificação, capacitação digital, acesso a financiamento verde, apoio à certificação, modelos cooperativos); 4. Incluir indicadores mensuráveis para monitorizar a sustentabilidade económica.

Os participantes devem fazer referência a insights dos materiais de aprendizagem autodirigida. Formato alternativo opcional: apresentação em vídeo gravada de 6 a 8 minutos, simulando uma apresentação de consultoria profissional.

Critérios de avaliação: clareza estratégica, relevância política, raciocínio baseado em evidências, recomendações práticas e mensuráveis.

Objetivo: Avaliar a síntese de nível superior, o pensamento sistémico e a capacidade de operar à escala do destino ou da governação.

Exemplo de modelo de negócio

Elemento do Modelo de Negócio	Informação-Chave
1 Segmentos de Clientes (Grupos-Alvo Principais) <i>Descrição do principal grupo de clientes, o seu potencial de procura e as suas principais necessidades.</i>	2 Proposta de Valor <i>Quais os valores que serão os pilares da nova oferta de negócio para o cliente.</i>
3 Fontes de Receita <i>Descrição dos principais produtos. O que será vendido aos clientes? Como irão os clientes pagar pelos produtos/serviços (pagamento único, por noite, subscrição, etc.)?</i>	4 Estrutura de Custos <i>Quais são os principais custos do modelo planeado? Qual a dimensão das margens previstas? Qual é a estrutura dos custos?</i>
5 Canais de Vendas e Distribuição <i>Descrição dos canais de venda e distribuição.</i>	6 Relação com Clientes <i>Como atrair e manter clientes; que ferramentas e estratégias devem ser implementadas. Ideias de marketing, estratégias e ferramentas.</i>
7 Recursos-Chave <i>Principais recursos próprios necessários para implementar o novo modelo de negócio e recursos adicionais a obter para a sua implementação.</i>	8 Parceiros-Chave <i>Parceiros principais no modelo de negócio (fornecedores, parceiros de vendas, etc.). Descrição dos principais grupos e da relação com eles.</i>
9 Plano de Implementação (Plano de Ação) <i>Descrição das principais atividades/tarefas necessárias para implementar o modelo na prática empresarial.</i>	

Conclusão

O ecoturismo e a sustentabilidade ambiental não são conceitos de nicho reservados a áreas protegidas ou a operadores especializados. Representam um caminho estratégico para as empresas turísticas que procuram resiliência, relevância e competitividade a longo prazo num ambiente operacional em rápida mudança.

Ao longo desta masterclass, os participantes analisaram os impactos ambientais inerentes às cadeias de valor do turismo e exploraram estratégias práticas para reduzir o uso de recursos, reforçar a proteção da biodiversidade e melhorar a gestão ambiental local. Mais importante ainda, traduziram estas ideias em decisões operacionais e ajustes no modelo de negócio. A sustentabilidade, neste contexto, não se limita a melhorias isoladas, como a separação de resíduos ou melhorias na eficiência energética. Exige uma integração estrutural em:

- Propostas de valor fundamentais
- Concepção de serviços
- Planeamento de infraestruturas
- Gestão da cadeia de abastecimento
- Comunicação com os visitantes
- Avaliação do desempenho

Ao desenvolverem um Plano de Ação Ecológico e identificarem indicadores mensuráveis, os participantes passaram da fase de sensibilização para uma implementação estruturada. Esta transição da intenção para o progresso mensurável é fundamental para a credibilidade, a preparação para o cumprimento da regulamentação e o posicionamento no mercado.

O ecoturismo demonstra que a responsabilidade ambiental e o desempenho empresarial não são objetivos contraditórios. Quando estrategicamente integrada, a sustentabilidade ambiental pode:

- Reduzir os custos operacionais
- Reforçar as relações com os destinos
- Aumentar a confiança na marca
- Melhorar a gestão de riscos
- Atrair segmentos de mercado orientados para a sustentabilidade

A masterclass conclui, assim, com uma mensagem clara: a sustentabilidade ambiental não é um obstáculo ao crescimento do turismo. É uma condição para a competitividade sustentável. As ferramentas aqui apresentadas proporcionam um quadro para a melhoria contínua. O próximo passo consiste na aplicação, monitorização e aperfeiçoamento consistentes. Ao fazê-lo, as empresas turísticas contribuem não só para a proteção ambiental, mas também para a

resiliência a longo prazo dos seus próprios modelos de negócio e dos destinos de que dependem.

Referências

- Achmad, F., Prambudia, Y., & Rumanti, A. (2023). Sustainable tourism industry development: A collaborative model of open innovation, stakeholders, and support system facilities. *IEEE Access*, 11, 83343–83363. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.3301574>
- Advertiser.ie. (2024, July 1). Galway-based company among first in Ireland to receive prestigious global environment and social responsibility certification. Advertiser.ie. Retrieved from <https://www.advertiser.ie/galway/article/142093/galway-based-company-among-first-in-ireland-to-receive-prestigious-global-environment-and-social-responsibility-certification>
- Agarwal, P., & Sharma, S. (2025). Adventure tourism and the digital age: How technology is changing the way we explore. *International Journal of Advances in Engineering and Management*, 7, 909–921. https://www.researchgate.net/publication/389661929_Adventure_Tourism_and_the_Digital_Age_how_Technology_is_changing_the_way_we_explore
- Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26–33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.005>
- Alén, E., Losada, N., & De Carlos, P. (2017). Profiling the segments of senior tourists throughout motivation and travel characteristics. *Current Issues in Tourism*, 20, 1454–1469. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1007927>
- Allkins, M., Chauke, T., & Sifolo, P. (2025). Delivering extraordinary adventure experiences during the “Chthulucene”: Circular economy challenges and digital solutions for the environmentally conscious visitor. *Sustainability*. <https://doi.org/10.3390/su17020627>
- Amin, A., & Budilestari, W. (2025). Triple impact of tourism: Economic growth, cultural dynamics, and environmental change. *Journal Magister Ilmu Ekonomi Universitas Palangka Raya: Growth*. <https://doi.org/10.52300/grow.v11i1.21778>
- Anangonó, R., Simaluisa, F., & Romero, F. (2023). Perfil de la demanda de turismo de aventura en Ecuador con enfoque hacia la sostenibilidad. *Revista Internacional de Gestión, Innovación y Sostenibilidad Turística*. <https://doi.org/10.51260/rigistur.v3i2.423>
- Armendáriz, B., & Morduch, J. (2010). *The economics of microfinance*. MIT Press.
- Arrábida Life. (n.d.). Arrábida Life – Experiências ao ar livre e passeios de barco em Parque Natural da Arrábida. Retrieved from <https://www.arrabidalife.com/>
- Arrábida Marine Park. (n.d.). Useful information. <https://arrabidaparquemarinho.ualg.pt/en/useful-information>
- ATTA – Adventure Travel Trade Association. (2021). Adventure travel industry snapshot.

Ayuntamiento de Onís. (n.d.). Plan de Ecoturismo en Picos de Europa: Destino Onís. Retrieved from <https://www.onisecoturismo.es/>

Baloch, Q. B., Shah, S. A. R., Iqbal, N., Sheeraz, M., AsadUllah, M., Mahar, S. W., & Khan, A. (2022). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>

Baral, R., & Rijal, D. (2022). Visitors' impacts on remote destinations: An evaluation of a Nepalese mountainous village with intense tourism activity. *Heliyon*. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10395>

Barbhuiya, A. (2025). Prospects of adventure tourism in selected regions of Assam in a sustainable and ecological way. *International Journal of Global Research Innovations & Technology*. <https://doi.org/10.62823/ijgrit/03.02.7392>

Beames, S., Houge Mackenzie, S., & Raymond, E. (2022). How can we adventure sustainably? A systematized review of sustainability guidance for adventure tourism operators. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 223–231. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.01.002>

Beckman, E., Morse, S., & Smith, E. (2023). The economic impacts of adventure tourism on a rural community. *Tourism Analysis*. <https://doi.org/10.3727/108354224X17194304972608>

Bentley, L. (2024). Psychological benefits of adventure tourism. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*. <https://doi.org/10.55544/ijrah.4.2.16>

Bondarenko, S., Kalaman, O., & Danilova, O. (2025). Digital transformation of the tourism business in an open economy. *Social Development: Economic and Legal Issues*. <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.4.17>

Booking.com. (2023). Sustainable travel report 2023. Booking.com. <https://www.booking.com/sustainable-travel>

Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.

Brar, A. (2025). To what extent do ambiguous regulations and rules impede the economic benefits derived from adventure sports activities in small regional economies? *International Journal for Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i05.55773>

Buckley, R. (2000). NEAT trends: Current issues in nature, eco- and adventure tourism. *International Journal of Tourism Research*, 2(6), 437–444. https://www.academia.edu/7083427/Neat_trends_current_issues_in_nature_eco_and_adventure_tourism

Buckley, R. (2012). Rush as a key motivation in skilled adventure tourism. *Tourism Management*, 33, 961–970. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.10.002>

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528–546

- Burren and Cliffs of Moher UNESCO Global Geopark. (n.d.). Code of Practice for Sustainable Tourism. Retrieved from <https://www.burrengeopark.ie/sustainable-tourism/code-of-practice/>
- Burren Ecotourism Network. (n.d.). About the Network. Retrieved from <https://www.burren.ie/about-us/>
- Canh, N. P., & Thanh, S. D. (2020). Domestic tourism spending and economic vulnerability. *Annals of Tourism Research*, 85, 103063. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103063>
- Cater, C. (2006). Playing with risk? Participant perceptions of risk and management implications in adventure tourism. *Tourism Management*, 27, 317–325. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.005>
- Cater, C. (2007). Adventure tourism: Will to power? In J. Higham (Ed.), *Critical issues in ecotourism* (pp. 63–82). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203392096-12>
- Cater, C. (2018). Editorial. *Annals of Leisure Research*, 21, 531–532. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1488341>
- Chamboko-Mpotaringa, M., & Tichaawa, T. M. (2023). Moderating effect of age on the adoption of digital marketing tools and platforms in domestic leisure travel. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 51(4 supplement), 1636–1644. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/376963044_MODERATING_EFFECT_OF_AGE_ON_THE_ADOPTION_OF_DIGITAL_MARKETING_TOOLS_AND_PLATFORMS_IN_DOMESTIC_LEISURE_TRAVEL
- Chandel, J. (2022). Understanding adventure tourists' profile: A case study from Himachal Pradesh. *Turizam*. <https://doi.org/10.5937/turizam26-27644>
- City of Copenhagen. (2024). Travel by public transport and get free tickets with Copenhagen's new green initiative for tourists. <https://www.euronews.com/green/2024/07/18/travel-by-public-transport-and-get-free-tickets-with-copenhagens-new-green-initiative-for->
- Club de Ecoturismo en España. (n.d.). Soy Ecoturista – Picos de Europa. Retrieved from <https://soyecoturista.com/es/ecoturismo-picos-de-europa>
- Comin, L. C., Aguiar, C., Sehnem, S., Yusliza, M., Cazella, C., & Julkovski, D. J. (2019). Sustainable business models: A literature review. *Benchmarking: An International Journal*, 26(7), 2143–2163. <https://doi.org/10.1108/BIJ-12-2018-0384>
- David Suzuki & Amanda McConnell. (1997). *The Sacred Balance*. Greystone Books.
- Deb, S., Nafi, S., & Valeri, M. (2022). Promoting tourism business through digital marketing in the new normal era. *European Journal of Innovation Management*. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2022-0218>
- Demková, M., Sharma, S., Mishra, P. K., Dahal, D. R., Pachura, A., Herman, G. V., Kostilníková, K., Kolesárová, J., & Matlovičová, K. (2022). Potential for sustainable development of rural communities by community-based ecotourism: A case study of rural village Pastanga, Sikkim Himalaya, India. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 964–975. Retrieved from <https://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-3-2022/GTG-3-2022.pdf>

Dias, Á., Silva, G., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. (2020). Developing sustainable business models. *Journal of Sustainable Tourism*, 31, 931–950.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835931>

Directorate-General for Maritime Affairs and Fisheries. (2023, November 7). CLLD factsheet: Bringing nature and adventure tourism to the coast. European Commission. https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/system/files/2023-11/CLLD_GP_factsheet_nature-tourism_EN.pdf

El Fielato. (2024, November 17). Onís cierra tres años del Plan de Ecoturismo en Picos de Europa con un balance positivo. Retrieved from <https://www.elfielato.es/articulo/turismo/onis-anos-plan-ecoturismo-picos-europa/20241117201056072555.html>

European Commission. (2019). The European Green Deal. COM (2019) 640 final. Brussels: European Commission. Retrieved from https://ec.europa.eu/info/publications/communication-european-green-deal_en

European Commission. (2019). The European Green Deal. European Commission. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2019%3A640%3AFIN>

European Commission. (2021). Scenarios towards co-creation of a transition pathway for tourism (SWD/2021/164). European Commission.

European Commission. (2021). Transition pathway for tourism: Towards a more resilient, innovative and sustainable tourism ecosystem. Publications Office of the European Union.

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism (SWD/2022). European Commission.

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union. Retrieved from <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/678c08ab-bc06-11ee-b164-01aa75ed71a1/language-en>

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2022). Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2022).
Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2022).
Transition pathway for tourism. Publications Office of the European Union.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition-pathway_en

European Commission. (2023). EU Ecolabel for tourist accommodations.
<https://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>

European Commission. (2023). EU tourism dashboard and ecosystem overview.
https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism_en

European Commission. (2023). Flash Eurobarometer 499: Attitudes of Europeans towards tourism. European Commission.
<https://europa.eu/eurobarometer>

European Commission. (2024–2025). Corporate Sustainability Reporting (CSRD) — overview, FAQs & delegated acts. Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union.

European Commission. (n.d.). A European Green Deal. European Union. (Overview page, regularly updated).

European Commission. (n.d.). EU Ecolabel — tourist accommodation; product groups & criteria; businesses. Directorate-General for Environment.

European Commission. (n.d.). EU Taxonomy for sustainable activities — overview & user guide. European Commission.

European Commission. (n.d.). Green Public Procurement (GPP) & EU Ecolabel — practical guidance. Directorate-General for Environment.

Eurostat. (2024). Tourism industries — economic analysis (Statistics Explained). Eurostat.

Gardiner, S., Janowski, I., & Kwek, A. (2023). Self-identity and adventure tourism. Tourism Management Perspectives. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101061>

Eurostat. (2024). Tourism industries – economic analysis. European Commission.
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_economic_analysis

Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2022). GSTC Industry Criteria for Hotels (with performance indicators). GSTC.

Global Sustainable Tourism Council. (2023). GSTC-Recognized Standards for Hotels.
<https://www.gstc.org/gstc-criteria/gstc-recognized-standards-for-hotels/>

Global tourism vulnerability to climate change. Annals of Tourism Research, 77, 49–61.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>

Go2Warsaw. (n.d.). Mazovian Attractions – Museum of the Mazovian Village in Sierpc. Retrieved from <https://go2warsaw.pl/en/mazovian-attractions>

- Goddard, J. (2009). The economics of microfinance by B. Armendáriz & J. Morduch. *Journal of Asia-Pacific Business*, 10(1), 97–106. <https://doi.org/10.1080/10599230802711597>
- Goni, F. A., Gholamzadeh Chofreh, A., Estaki Orakani, Z., Klemeš, J. J., Davoudi, M., & Mardani, A. (2021). Sustainable business model: A review and framework development. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 23(3), 889–897. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/342871572_Sustainable_business_model_A_review_and_framework_development
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. Responsible Tourism Partnership. <https://haroldgoodwin.info>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). *Tourism and sustainability: Principles to practice*. Routledge.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). *Tourism and water: Interactions, impacts and challenges*.
- Gross, S., & Sand, M. (2019). Adventure tourism: A perspective paper. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0211>
- Guo, Z., & Li, Y. (2024). Analysis of the decisive factors of government attracting tourists in public management from the perspective of environmental protection. *Problemy Ekorozwoju – Problems of Sustainable Development*, 19(1), 285–295. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/377246913_Analysis_of_the_Decisive_Factors_of_Government_Attracting_Tourists_in_Public_Management_from_the_Perspective_of_Environmental_Protection
- Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>
- Hanna, P., Wijesinghe, S., Paliatsos, I., Walker, C., Adams, M., & Kimbu, A. (2019). Active engagement with nature. *Journal of Sustainable Tourism*, 27, 1355–1373. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1621883>
- Hardy, A., Beeton, R. J. S., & Pearson, L. (2017). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475–496. <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>
- Hellmeister, A., & Richins, H. (2019). Green to gold. Sustainability. <https://doi.org/10.3390/su11030709>
- Hotelandrestauranttimes.ie. (2024, November 25). Killary Adventure Company to create up to 20 new sustainable tourism jobs. Hotel and Restaurant Times. Retrieved from <https://www.hotelandrestauranttimes.ie/2024/11/25/killary-adventure-company-to-create-up-to-20-new-sustainable-jobs>

ILO. (2020).

COVID-19 and employment in the tourism sector: Impact and response. International Labour Organization.

<https://www.ilo.org>

IPCC. (2022). Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability. WGII AR6 — Chapter 13: Europe. Cambridge University Press.

ISO. (2018). ISO 21401: Tourism and related services — Sustainability management system for accommodation establishments. International Organization for Standardization.

IPCC. (2022).

Climate change 2022: Impacts, adaptation and vulnerability. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/9781009325844>

IPCC. (2023). Climate change 2023: Synthesis report. Intergovernmental Panel on Climate Change.

<https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/>

Janowski, I., Gardiner, S., & Kwek, A. (2021). Dimensions of adventure tourism. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100776. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776>

Jordan Ministry of Environment. (2021). Green Growth National Action Plan 2021 to 2025: Tourism Sector. <https://www.sustainability.gov/pdfs/ggi-jordan-tourism.pdf>

Killary Adventure Company. (n.d.). Environmental & sustainability. Retrieved from <https://killaryadventure.com/en/environment>

Killary Adventure Company. (n.d.). Open for adventure since 1981. Retrieved from <https://killaryadventure.com/en/killary-story>

Knowles, N. (2019). Targeting sustainable outcomes with adventure tourism: A political ecology approach. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102809>

Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>

L'Écho Touristique. (2020, May 15). Les Maisons du Voyage, nouveau voyageur labellisé ATR. L'Écho Touristique. <https://www.lechotouristique.com/article/les-maisons-du-voyage-nouveau-voyageur-labellise-atr>

Laura J. Martin. (2022). *Wild by Design: The Rise of Ecological Restoration*. Harvard University Press.

Leave No Trace Ireland. (2022). Leave No Trace in the Burren and Cliffs of Moher Geopark. Retrieved from <https://www.leavenotraceireland.org/>

- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Lenzen, M., Sun, Y., Faturay, F., Ting, Y., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528.
- Lewandowicz, E., & Bac-Bronowicz, J. (2021). Outdoor tourism and kayaking in Central-Eastern Europe. *Geojournal of Tourism and Geosites*. <https://doi.org/10.30892/gtg.40128-824>
- Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Mahato, S., Mishra, P., & Shukla, R. (2023). Digitalisation and sustainability in tourism SMEs. *International Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1002/jtr.2589>
- Marinello, S., Butturi, M. A., Gamberini, R., & Martini, U. (2023). Indicators for sustainable touristic destinations: A critical review. *Journal of Environmental Planning and Management*, 66(1), 1–30. <https://doi.org/10.1080/09640568.2021.1978407>
- Méndez-León, E., Reyes-Carrillo, T., & Díaz-Pichardo, R. (2022). Towards a holistic framework for sustainable value analysis in business models: A tool for sustainable development. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), 15–31. <https://doi.org/10.1002/bse.2871>
- Milano, C., Cheer, J. M., & Novelli, M. (2019). Overtourism: A growing global problem. *The Routledge Handbook of Overtourism*. Routledge.
- Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu. (n.d.). Skansen / The Ethnographic Museum. Retrieved from <https://mwmskansen.pl/nasze-objekty/skansen-2>
- OECD. (2020). Financing SMEs and entrepreneurs 2020: An OECD scoreboard. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/061fe03d-en>
- OECD. (2020). Rebuilding tourism for the future: COVID-19 policy responses and recovery. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
- One Planet/UN Tourism & Partners. (2021–2025). Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism — text & implementation resources. UNFCCC Global Climate Action portal; UN Tourism.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). Climate change and tourism policy responses. OECD Publishing.
- Ratna, S., Saide, S., Putri, A., Indrajit, R., & Muwardi, D. (2023). Digital transformation in tourism and hospitality industry. *EuroMed Journal of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-04-2023-0118>

- Roberts, S., & Tribe, J. (2008). Sustainability indicators for small tourism enterprises – An exploratory perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 575–594. <https://doi.org/10.1080/09669580802159644>
- Robinson, R., Martins, A., Solnet, D., & Baum, T. (2019). Sustaining precarity: Critically examining tourism and employment. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1538230>
- Rojas, N., Sand, M., & Gross, S. (2024). Regenerative adventure tourism. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2023-0874>
- Rojo Ramos, J., Vidal-Espinoza, R., Palacios-Cartagena, R., Galán-Arroyo, C., Manzano-Redondo, F., & Gómez-Campos, R. (2021). Adventure tourism in the Spanish population: Sociodemographic analysis to improve sustainability. *Sustainability*, 13(4), 1706. <https://doi.org/10.3390/su13041706>
- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121–1140.
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism and poverty*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203831595>
- Scott, D., Gössling, S., & Hall, C. M. (2012). International tourism and climate change. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 3(3), 213–232. <https://doi.org/10.1002/wcc.165>
- Senese, A., Ahmad, A., Maugeri, M., & Diolaiuti, G. A. (2025). Assessing the carbon footprint of the 2024 Italian K2 expedition: A path towards sustainable high-altitude tourism. *Sustainability*, 17(1), 344. <https://doi.org/10.3390/su17010344>
- Sun, Y.-Y., Lenzen, M., Malik, A., & Geschke, A. (2024). Drivers of global tourism carbon emissions. *Nature Communications*. <https://doi.org/10.1038/s41467-024-54582-7>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.
- Szromek, A. R., Kruczek, Z., & Walas, B. (2019). The attitude of tourist destination residents towards the effects of overtourism — Kraków case study. *Sustainability*, 12(1), 228. <https://doi.org/10.3390/su12010228>
- The International Ecotourism Society. (2015). What is ecotourism? <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- TourMag. (2017, December 21). Les Maisons du Voyage s’allie à la Fondation GoodPlanet. TourMag. Retrieved from https://www.tourmag.com/Maisons-du-Voyage-s-allie-a-la-fondation-Good-Planet_a90756.html
- TourMag. (2020, May 14). Les Maisons du Voyage obtiennent le label ATR. TourMag. https://www.tourmag.com/Les-Maisons-du-Voyage-obtiennent-le-label-ATR_a103887.html

Tropter. (n.d.). Museum of the Mazovian Countryside – Sierpc. Retrieved from <https://tropter.com/en/poland/sierpc/museum-of-the-mazovian-countryside>

Tshipala, N., Coetzee, W., & Potgieter, M. (2019). Sustainable indicators for adventure tourism destinations: A case of Waterval Boven. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 11(1), 1–7. <https://doi.org/10.1080/20421338.2018.1552546>

UN Tourism (formerly UNWTO). (n.d.). Sustainable development — definition of sustainable tourism; climate action. UN Tourism.

UNESCO Global Geoparks. (n.d.). Burren and Cliffs of Moher UNESCO Global Geopark (Ireland). Retrieved from <https://en.unesco.org/global-geoparks/burren-cliffs-of-moher>

UN Tourism. (2023).

Tourism and the sustainable development goals – Journey to 2030. UN Tourism. <https://www.unwto.org>

UNESCO. (2018).

Managing tourism at World Heritage sites: A practical guide. UNESCO World Heritage Centre. <https://whc.unesco.org>

UNESCO. (n.d.). Picos de Europa Biosphere Reserve. Retrieved from <https://en.unesco.org/biosphere/eu-na/picos-de-europa>

United Nations Environment Programme & World Tourism Organization. (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers. UNEP & UNWTO.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2013). Sustainable Tourism for Development: Guidebook. UNWTO Publications.

United Nations World Tourism Organization. (2024). Best Tourism Villages by UN Tourism (UNWTO) 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=6xQF3zEBVUw>

United Nations. (2015). Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development. United Nations.

UNWTO – World Tourism Organization. (2019). Tourism for Development.

UNWTO (United Nations World Tourism Organization). (2022). Measuring the Sustainability of Tourism - Learning from Pilots.

Vaz, R., de Carvalho, J. V., Teixeira, S. F., et al. (2025). Smart tourism destination advances through qualitative research and further research avenues: a systematic literature review. *Discover Sustainability*, 6, 682. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01590-2>

Vertente Natural. (n.d.). About us. <https://vertentenatural.com/en/aboutus/>

Weaver, D. (2006). Sustainable Tourism: Theory and Practice. Elsevier.

Weber, O., & Remer, S. (2011). Social banks and the future of sustainable finance. Routledge.

Williams, P., & Soutar, G. (2005). Close to the “edge.” *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 10, 247–261. <https://doi.org/10.1080/10941660500309614>

World Resources Institute & WBCSD. (2004/2015 rev.). GHG Protocol: Corporate Accounting and Reporting Standard & Scope 3 Standard. GHG Protocol.

World Tourism Organization. (2023). *Tourism in a changing climate*. UNWTO.

World Travel & Tourism Council (WTTC). (2025).

Travel & tourism economic impact 2025: European Union. WTTC.

<https://wttc.org>

World Travel & Tourism Council. (2021). *Net zero roadmap for travel & tourism*. WTTC.

World Travel & Tourism Council. (2025). *Travel & tourism economic impact 2025: European Union*. WTTC.

<https://wttc.org>

WTTC. (2024). *Travel & Tourism Economic Impact (global portal)*. World Travel & Tourism Council.

WTTC. (2025). *EU Economic Impact 2024 — Key findings for the European Union*. World Travel & Tourism Council.

Yunita, A., Santosa, B., & Radyati, M. R. N. (2022). Developing Indonesia sustainable adventure tourism model. *Journal of Sustainable Development Issues*, 1(2), 18–30.

<https://doi.org/10.56282/jsdi.v1i2.127>

Zeqiri, A., Youssef, A., & Zahar, T. (2025). Digital tourism platforms and SDGs. *Sustainability*.

<https://doi.org/10.3390/su17083482>.



Ajuntament de
Quart de Poblet



TOURISM
ORGANIZATION
OF THE MAZOVIA
REGION



albea
building up your resilience



FEVECTA



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-VET-000255069]



CC BY-NC-SA 4.0