

Versão de autor

Citação do artigo publicado:

Pinto, R., Pato, M.L. & Duque, A.S. (2022) Aldeias Históricas de Portugal Destino Sustentável e Inovador. In Luísa Augusto, Sofia Campos, Miguel Mota, Maria Lúcia Pato, Pedro Santo, Sara Santos, Paulo Silva & Luís Sousa (Editores) Comunicação e Sustentabilidade Ambiental Conceitos e Práticas (pp. 103-122), Edições Esgotadas, Viseu.

ALDEIAS HISTÓRICAS DE PORTUGAL: DESTINO SUSTENTÁVEL & INOVADOR

Rita Pinto¹, Maria Lúcia Pato², Ana Sofia Duque³

¹Rita Pinto – Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTGV), Instituto Politécnico de Viseu (IPV), ritamicgpinto@gmail.com

²Maria Lúcia Pato, Escola Superior Agrária (ESAV) e CERNAS-IPV Centro de Investigação, Instituto Politécnico de Viseu (IPV), Viseu, Portugal; mljesus@esav.ipv.pt

³Ana Sofia Duque – Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTGV), Instituto Politécnico de Viseu (IPV), CISED, ascduque@estgv.ipv.pt

RESUMO

As Aldeias Históricas de Portugal (AHP) procuram consolidar o seu desenvolvimento turístico nos princípios da sustentabilidade e inovação. Tendo como base esta premissa, o objetivo principal deste estudo é o de analisar que trabalho tem vindo a ser feito nesta matéria. Para a concretização deste objetivo para além da revisão da literatura, foi realizada uma entrevista exploratória, posteriormente transcrita e sujeita à análise de conteúdo. Os resultados permitem afirmar que o desenvolvimento do turismo nas AHP assenta nos princípios de sustentabilidade, inovação e proteção do património. Graças a muito trabalho colaborativo e de resiliência, as AHP foram recentemente distinguidas com o certificado *Biosphere Destination*, sendo o primeiro destino no mundo em rede certificado, e o primeiro nacional a receber esta distinção.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo Sustentável; Sustentabilidade; Inovação; Aldeias Históricas de Portugal.

Introdução

A sustentabilidade entendida como o processo de preservação dos recursos atuais sem comprometer a sua viabilidade no futuro (United Nations, World Commission on Environment and Development [UN, WCED], 1987), tem sido largamente enfatizada. De igual modo, nos últimos anos tem sido feita muita pesquisa na área da gestão e do desenvolvimento do turismo sustentável. Investigadores de turismo, de todas as nacionalidades, deram um grande contributo para o avanço da definição do conceito de sustentabilidade no turismo. Atualmente sabe-se que a sustentabilidade deve ser vista como um processo de transição e aprendizagem. Com efeito, e de forma a promover a sustentabilidade na indústria do turismo, são necessárias abordagens que promovam a colaboração e partilha de conhecimentos entre todos os *stakeholders* (Schianetz et al., 2007). Assim, o desenvolvimento do turismo sustentável é idealizado através da gestão de todos os recursos de forma a que as necessidades económicas, sociais e ambientais possam ser concretizadas, mantendo a conservação do património cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e o bem-estar da vida local (Lordkipanidze et al., 2005).

A inovação e o desenvolvimento de novos projetos são características importantes para garantir o crescimento e riqueza sustentável de todos os setores, mas em particular daqueles em que os mercados estão por vezes saturados e os clientes podem optar por diversos produtos e serviços muito competitivos, como é o caso do turismo (Peters & Pikkemaat, 2012).

Neste contexto, as certificações ajudam a criar notoriedade nos destinos e a distingui-los dos demais. De facto, o propósito e os benefícios destas certificações podem ser variados, incluindo a oferta de um turismo mais ecológico, a informação aos visitantes sobre o desempenho ambiental e o aumento da responsabilidade social a nível empresarial, para além de se preconizar a atração de turistas *green-minded* (Dunk et al., 2016).

O destino Aldeias Históricas de Portugal (AHP), detém uma das mais importantes certificações, sendo o único destino em rede do mundo com o certificado *Biosphere Destination*. Pertencer à "*Biosphere Destinations Community*" é estar integrado num grupo de destinos, cuja sustentabilidade é garantida por critérios acordados globalmente em conferências promovidas pela UNESCO e pela Organização Mundial de Turismo (OMT). Os destinos "*Biosphere Destination*" são os que medem integralmente

a sua contribuição para os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas e o Acordo de Paris contra as Mudanças Climáticas através das diretrizes indicadas na Carta Mundial do Turismo Sustentável +20 (Biosphere Tourism, 2020).

Partindo deste pressuposto e dado que a investigação que incide sob a sustentabilidade nas AHP é ainda incipiente, com este estudo pretende-se analisar que trabalho tem vindo a ser feito pela Rede AHP rumo à sustentabilidade. De forma a atingir este propósito, para além da revisão de literatura, foi ainda realizada uma entrevista exploratória à Coordenadora Executiva da Rede Aldeias Históricas de Portugal.

O trabalho está dividido em cinco seções para além da introdução. Na seção 2 será feita uma revisão de literatura sobre os conceitos de sustentabilidade e inovação. Nesta seção é ainda apresentado a iniciativa e propósito das AHP. Na seção 3 será apresentada a metodologia do estudo, seguido da demonstração dos resultados do mesmo, na seção 4. Finalmente na seção 5 serão discutidos os resultados, apresentadas as conclusões, as limitações do estudo e indicações para pesquisas futuras.

Revisão de literatura

A sustentabilidade no turismo

Um dos marcos históricos em termos de sustentabilidade foi introduzido no relatório “O nosso futuro comum”, também conhecido como “Relatório Brundtland”, apresentado em 1987. O desenvolvimento sustentável foi aqui definido como o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer as necessidades do futuro (UN, WECD, 1987, p.24). Com a realização, em 1992, da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, o debate académico e político sobre a questão ganhou novo impulso (Scoones, 2007), sendo cada vez mais importante a definição de objetivos e estratégias em prol da proteção do meio ambiente. O que é certo é que as sucessivas Conferências Mundiais de Desenvolvimento Sustentável (também conhecidas como Cimeiras da Terra) e a construção de ODS à escala internacional (e também nacional), são bem elucidativas da preocupação crescente com a sustentabilidade (ver figura 1).



Figura 1: Agenda 2030 – ODS

Fonte: Adaptado de Business Council for Sustainable Development Portugal, Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável, s.d.

O Turismo pode contribuir para todos os ODS, relacionando-se no entanto mais com o ODS 8 (crescimento económico sustentável), 12 (consumo e produção sustentáveis) e 14 (uso sustentável dos oceanos e recursos marinhos) (TP, 2021).

A sustentabilidade no turismo procura minimizar o dano ambiental e cultural dos destinos, otimizar a satisfação do visitante, e maximizar a longo prazo o crescimento económico da região (Lane, 1994). Assim o turismo sustentável deve (World Tourism Organization, 2005):

- utilizar os recursos ambientais que se constituem como elementos-chave no desenvolvimento do turismo de forma a manter os processos ecológicos essenciais e ajudar à conservação do património natural e à biodiversidade;
- respeitar a autenticidade sociocultural da comunidade anfitriã, conservando o património cultural e os valores tradicionais;
- assegurar a viabilidade a longo termo das operações económicas, providenciando benefícios socioeconómicos para todos os *stakeholders*.

Em Portugal, a Estratégia para o Turismo 2027, pretende afirmar o turismo como impulsionador do desenvolvimento económico, social e ambiental de todo o território,

posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo (TP, 2021).

No contexto da atual pandemia de COVID 19 e face à importância do turismo, o Plano Turismo + Sustentável 2020-2030 e a adesão do Turismo de Portugal ao *Global Sustainable Tourism Council (GSTC)* e ao Pacto Português para os Plásticos, vem reforçar o papel da sustentabilidade no Turismo em Portugal assente na construção de um mundo melhor para todos (Turismo de Portugal, 2021).

Inovação em turismo

A inovação em turismo é fundamental para garantir o crescimento sustentável de um destino (Peters & Pikkemaat, 2012). Por outro lado, sabe-se que a experiência turística é determinante em termos de competitividade do destino, particularmente quando se procura um produto diferenciador e autêntico (Kastenholz & Lima, 2011). Como esta é determinada por produtos e serviços inter-relacionados, bem como pela interação entre turistas, organizações de destino e comunidade local, pode ocorrer em vários níveis com diversos atores e de diferentes formas (Pikkemaat et al., 2019). Neste contexto, estudos recentes discutem o valor da gestão de recursos humanos e dos funcionários para melhorar as capacidades de inovação das organizações a nível empresarial (Edghiem & Mouzughy, 2018; Nordli, 2018), enquanto a análise de redes (Milwood & Roehl, 2018) e capital social (Kim et al., 2018) parece ser do principal interesse do destino.

Além disso, abordagens conceituais como o sistema de inovação regional (Weidenfeld, 2013) ou o ecossistema empreendedor (Kline et al., 2014), ganham cada vez mais força nos estudos sobre inovação no turismo. Essas abordagens enfatizam o papel fulcral do empreendedorismo e da inovação na criação e manutenção de sistemas de sucesso (Pikkemaat et al., 2019).

Se a inovação pode ser definida de diferentes formas, sabe-se que inovações organizacionais e a interação entre os agentes e agências que produzem coletivamente a experiência turística são particularmente importantes na inovação turística (Rodríguez et al., 2014).

AHP – A iniciativa e o propósito

O Programa de Recuperação das AHP, foi criado em 1991, integrando o Programa de Promoção do Potencial de Desenvolvimento Regional, cujo subprograma se denominou Desenvolvimento Rural Local, que tinha como objectivo o apoio ao desenvolvimento económico em núcleos rurais (Ferreira, 2011). Com efeito, de acordo com Ferreira (2011) pretendia-se valorizar as características patrimoniais e elementos de interesse histórico-cultural específicos das aldeias e lugares turísticos do interior, no sentido de melhorar os padrões de vida e os serviços de apoio económico-social, permitindo uma maior capacidade de fixar a população, incentivar novas atividades complementares da agricultura, reativar profissões em decadência e dinamizar o setor turístico.

Presentemente a Rede Aldeias Históricas de Portugal (RAHP) integra 12 Aldeias Históricas (AH) da Região Centro de Portugal: Almeida, Belmonte, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-Velha, Linhares da Beira, Marialva, Monsanto, Piódão, Sortelha e Trancoso, caracterizadas pela baixa densidade populacional e pelos níveis de desajustamento social e económicos difíceis de reverter, associados a menores níveis de desenvolvimento (Natário et al., 2019). Como tal o turismo é visto como atividade potencial de grande crescimento e desenvolvimento territorial (Natário et al., 2019).

A vasta cultura existente neste destino em rede, acaba por conferir valor a estas AH, pois é através dessa mesma cultura que se mantêm vivas as heranças históricas e culturais, que transmitem histórias e lendas destas aldeias, de geração em geração. Estas histórias são consumidas por quem as visita como reproduções do ambiente do passado. Os locais históricos, as histórias, estórias e lendas são consideradas atrações turísticas de um destino e concretizam uma experiência diferente para o turista que ao mesmo tempo está a fazer parte da identidade destas comunidades, que partilham estas histórias, criando assim um elo emocional entre os turistas e as populações (Gonçalves et al., 2018).

Métodos

Procedimentos metodológicos

Este trabalho usa uma abordagem de estudo de caso. Como método de pesquisa, o estudo de caso é utilizado em muitas situações para contribuir para o conhecimento do

indivíduo, de um grupo de pessoas e de fenómenos relacionados (Yin, 2018). O estudo de caso implica a utilização de diversas fontes de informação. Assim para além da revisão de literatura e observação de vários documentos eletrónicos sobre as AHP, procedeu-se à realização de uma entrevista exploratória à Coordenadora Executiva da Rede Aldeias Históricas de Portugal (CERAHP), dado que possui um conhecimento mais holístico e integrado sobre o território em causa e sobre as iniciativas que têm sido desenvolvidas rumo à sustentabilidade.

O guião de entrevista, baseado nos conceitos de sustentabilidade e inovação procurou observar que trabalho tem vindo a ser feito na AHP em torno do binómio referido.

A entrevista realizada no dia 17 maio de 2021 via online, foi posteriormente transcrita e sujeita à análise de conteúdo. O objetivo da análise de conteúdo qualitativa é sistematicamente transformar um volume de texto em um resumo altamente organizado e conciso dos principais resultados (Erlingsson & Brysiewicz, 2017).

Resultados

O compromisso com a certificação

O território das AHP, tem vindo a desenvolver um trabalho contínuo no que concerne ao desenvolvimento sustentável e à inovação. Ao nível da sustentabilidade, o território é o primeiro destino em rede do mundo e o primeiro a nível nacional, a obter a certificação *Biosphere Destination* (Aldeias Históricas de Portugal, 2021). De acordo com as AHP (2021) através desta certificação, as respetivas aldeias estão preparadas para atingir os 17 ODS definidos na Agenda 2030. Este título só foi possível graças a muito trabalho e empenho de todos, conforme foi referido na entrevista:

“Este título só se consegue com muito trabalho, e naturalmente que não se esgota. Não é um trabalho de um ano ou dois, portanto estamos aqui a falar de um horizonte temporal, que em primeiro lugar é preciso que a própria comunidade, agentes públicos e privados percebam a valia deste processo (...)”.

Esta questão de trabalho e empenho é ainda mais premente, dado estarmos a falar de um destino constituído por diferentes comunidades rurais com características distintas e pertencentes a distritos diferentes:

“A questão é que, quanto mais falarmos da mesma situação e for entendida, os próprios parceiros em si, como os municípios, os agentes privados, etc (...) já estamos no nível do trabalho colaborativo e coletivo, (...) portanto isto já é conquista de um trabalho de capacitação e de cultura de rede”.

A questão da gestão da procura, bem como do mercado turístico que interessa atrair (Kastenholz, 2004), como veículo de desenvolvimento de turismo sustentável no território em análise, foi igualmente frisada pela CERAHP: *“porque com menos pessoas, dedicadas, com um foco muito bem segmentado, naturalmente consegue-se tirar maior dividendo quer para o território, quer para as comunidades residentes e para os próprios agentes económicos, (...) contribuindo para o desenvolvimento socioeconómico”.*

A pandemia COVID 19, Sustentabilidade e Inovação, nas AHP

De acordo com a CERAHP, a pandemia COVID 19 acabou por ter uma repercussão positiva ao nível da procura do território:

“Conseguimos captar clientes com alto valor acrescentado e teve uma proporção muito interessante no território e acreditamos que uma parte deles já ficará aqui fidelizado, pois esse é outro dos nossos parâmetros, trabalhar muito na lógica da fidelização e não apenas na visita de “uma vez”. Estamos aqui a estruturar um conjunto de motivações primárias, para que as pessoas possam, várias vezes por ano, vir ao território das Aldeias Históricas e que o visitem”.

Naturalmente aliada à questão da sustentabilidade, a questão da inovação é essencial para a captação dos turistas que mais valorizam as características dos territórios:

“(...) A pandemia veio ajudar a isso, e nós verificámos que no caso do interior, e em concreto das Aldeias Históricas, é muito fácil inovar, desde o micro até ao médio negócio, às vezes um negócio que assenta numa só pessoa, percebemos que há uma capacidade inventiva fantástica, os recursos são limitados mas a criatividade é ilimitada, e quando se associa esta criatividade àquilo que é o potencial destes

recursos endógenos, consegue-se inovar de uma forma muitas vezes sem ter que investir grande dinheiro para se conseguir fazer diferente, e captar outro tipo de segmento de mercado!.

Esta inovação passa não só pela inovação incremental, mas também a inovação disruptiva e radical (Organization for Economic Co-operation and Development [OECD] & Eurostat, 2018):

“Nós temos vários tipos de Inovação, temos vindo a apostar na chamada inovação incremental, mas também de certa forma temos vindo a tratar algo mais na inovação disruptiva e radical (...) Em termos da inovação incremental temos vindo sempre a apostar mais na parte imaterial, de capacitação, dos agentes técnicos das câmaras municipais, mas também nas comunidades e nos agentes privados (...) dentro dessa parte da capacitação, é muito orientado para a dimensão da sustentabilidade (...). Nós já temos um conjunto de 20 entidades de diferentes setores da atividade turística que já integram também este referencial, e estão neste momento em processo de certificação mais 40, o que é bastante significativo, porque não basta apenas um destino dizer que é sustentável, ele tem que mostrar as suas várias frentes.”

Daí que medidas mais disruptivas como a digitalização das aldeias, através da instalação de fibra ótica, com o intuito de comunicar mais e melhor e reduzir a utilização do papel seja igualmente uma realidade:

“A par disso temos também a questão das medidas de digitalização, em que também é o único destino neste momento do interior (...) que já têm fibra ótica de última geração, o que significa que, para além do sistema wireless, temos a possibilidade de utilizarmos a digitalização, e isto vem-nos ajudar quer na questão da sustentabilidade quer no contexto da pandemia. No contexto da pandemia, o objetivo é evitar-se a transmissibilidade do vírus, e permitir que

as pessoas possam continuar a ter uma experiência imersiva e sensorial dentro das Aldeias”.

Nesta ótica de inovação radical, a CERAHP, frisou ainda os projetos em curso relativos aos percursos cicláveis: “(...) *o Guia das Aldeias Históricas de Percursos Cicláveis, é o primeiro guia, em termos mundiais, a ter conteúdo ColorADD, ou seja, está preparado para daltónicos*”.

Mas a história de inovação não termina aqui. Com efeito, no seguimento do contexto em que se vive, e querendo continuar a proporcionar experiências turísticas de qualidade e únicas, a RAHP, criou ainda o ciclo de eventos “12 em Rede - Aldeias em Festa”, um ciclo de eventos que celebram e promovem o património cultural material e imaterial das respetivas aldeias, através de uma programação cultural diferenciadora, com animações diversas, como visitas teatralizadas, workshops, música e gastronomia, com a opção de *live streaming*. E este facto faz com que para além de se terem tornado, em 2018, o primeiro destino em rede e o primeiro destino a nível nacional a receber o certificado *Biosphere Destination*, as AHP são agora pioneiras na promoção do 1.º ciclo de eventos em rede, a nível internacional, com certificado *Biosphere Events* (Aldeias Históricas de Portugal, 2022).

Discussão e Conclusão

O propósito deste trabalho é analisar o trabalho que tem vindo a ser feito pela Rede AHP rumo à sustentabilidade, sendo que (embora com algumas limitações) os resultados alcançados contribuíram para a concretização deste objetivo.

Os resultados deste estudo têm implicações tanto de natureza teórica como prática. Do ponto de vista teórico, o estudo de caso das AHP – único destino em rede do mundo com o certificado *Biosphere Destination* – realçou a importância de medidas de certificação em direção a um sistema de turismo mais sustentável (Dunk et al., 2016) e ao mesmo tempo capaz de atrair os turistas que mais benefícios trazem para as comunidades rurais em apreço (Kastenholz, 2004). Daí que na afirmação deste destino,

a questão da sustentabilidade aliada à inovação, de produto ou processo (OECD & Eurostat, 2018), seja fundamental. Esta questão da sustentabilidade aliada à inovação é ainda mais premente, dado que estamos a falar de regiões rurais interiores, onde os recursos humanos e materiais são escassos (Pato & Kastenholtz, 2017), mas que ao mesmo tempo possuem um património cultural e paisagístico de enorme valor. Daí que o caminho a seguir seja o da sustentabilidade, da inovação e da proteção da identidade cultural, de forma a preservar as comunidades locais, o património e o futuro do turismo no território. Com efeito, torna-se fundamental a construção de um sistema de inovação regional (Weidenfeld, 2013) ou o ecossistema empreendedor (Kline et al., 2014), aliado à questão da sustentabilidade.

A certificação da Biosphere preparou as Aldeias Históricas de Portugal para fazer face às exigências do futuro e acima de tudo permitir um novo modelo de desenvolvimento turístico que não seja agressivo, mas que satisfaça as necessidades dos clientes atuais, sem comprometer as gerações futuras, garantindo assim um equilíbrio adequado de longo prazo entre as vertentes económicas, socioculturais e ambientais do destino (Aldeias Históricas de Portugal, 2021). Mas para que assim seja é necessário continuar com muita perseverança e resiliência este caminho.

Assim, do ponto de vista mais prático, como referido por Dunk et al. (2016) envolver os *stakeholders* do destino neste compromisso com a sustentabilidade e a inovação, requer a compreensão das motivações para alinhar no mesmo, a sensibilização e o gerenciamento das expectativas criadas e muito diálogo e comunicação com todos. Esta questão da comunicação e do diálogo ficou aliás bem patente na entrevista realizada à CERAHP. Com efeito, promover uma inovação turística bem-sucedida e um ecossistema empreendedor exige conectar todas as partes interessadas a oportunidades de colaboração e priorizar a capacitação em turismo e tecnologia (World Tourism Organization, 2022).

Este estudo tem naturalmente as suas limitações, nomeadamente as referentes às questões de tempo que dificultaram o contacto com outros agentes locais. Com efeito, o estudo apresenta desde logo a limitação de em termos empíricos ter sido apenas feita uma entrevista (à CERAHP), não tendo sido realizadas outras entrevistas a outros agentes locais.

Por isso, seria extremamente importante estender este estudo a outros *stakeholders* locais, para que se possa ter uma noção mais profunda da realidade vivida nas AHP. Seria ainda pertinente estender o estudo à própria população, no sentido de observar sentimentos e atitudes em relação à integração das suas comunidades na marca AHP.

Agradecimentos:

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto Refª UIDB/00681/2020. Agradecemos adicionalmente ao Centro de Investigação CERNAS e ao Instituto Politécnico de Viseu pelo apoio concedido.

Referências

- Aldeias Históricas de Portugal. (2021). *Biosphere destination*.
<https://aldeiashistoricasdeportugal.com/biosphere-destination-2/>
- Aldeias Históricas de Portugal. (2022). *As aldeias históricas de Portugal voltam a estar em festa: 12 eventos únicos com o certificado BIOSPHERE events, uma estreia mundial*.
<http://www.aldeiashistoricasdeportugalblog.pt/2019/05/21/as-aldeias-historicas-de-portugal-voltam-a-estar-em-festa-12-eventos-unicos-com-o-certificado-biosphere-events-uma-estrela-mundial/>
- Business Council for Sustainable Development Portugal, Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável. (s.d.). *Agenda 2030: Objetivos para o desenvolvimento sustentável*. Acedido dezembro 14, 2021, em <https://www.ods.pt/>
- Dunk, R. M., Gillespie, S. A., & MacLeod, D. (2016). Participation and retention in a green tourism certification scheme. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(12), 1585-1603. doi:10.1080/09669582.2015.1134558
- Edghiem, F., & Mouzughy, Y. (2018). Knowledge-advanced innovative behaviour: A hospitality service perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 197-216. doi:10.1108/IJCHM-04-2016-0200
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93-99. doi:<https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001>
- Ferreira, P. N. (2011). *Programa de recuperação de aldeias históricas em Portugal: Um balanço*. [Dissertação de mestrado, Universidade de Coimbra]. Estudo Geral. <http://hdl.handle.net/10316/15822>
- Gonçalves, J. C., Seabra, C., & Silva, C. (2018). Histórias de cultura: O poder do storytelling em destinos de turismo cultural. *Cadernos de Geografia*, 37, 113-120. https://impactum-journals.uc.pt/cadernosgeografia/article/view/37_9/4903
- Kastenholz, E. (2004). Management of demand as a tool in sustainable tourist destination development. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(5), 388-408. doi:10.1080/09669580408667246
- Kastenholz, E., & Lima, J. C. (2011). The integral rural tourism experience from the tourist's point of view: A qualitative analysis of its nature and meaning. *Tourism & Management Studies*, 7, 62-74. https://www.researchgate.net/publication/236335174_The_Integral_Rural_Tourism

[Experience from the Tourist's Point of view-
A Qualitative Analysis of its Nature and Meaning](#)

- Kim, E., Tang, L., & Bosselman, R. (2018). Measuring customer perceptions of restaurant innovativeness: Developing and validating a scale. *International Journal of Hospitality Management*, 74, 85-98. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.018>
- Kline, C., Hao, H., Alderman, D., Kleckley, J. W., & Gray, S. (2014). A spatial analysis of tourism, entrepreneurship and the entrepreneurial ecosystem in North Carolina, USA. *Tourism Planning & Development*, 11(3), 305-316. doi:10.1080/21568316.2014.890127
- Lane, B. (1994). Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1), 102-111. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669589409510687>
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787-798. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.02.043>
- Milwood, P. A., & Roehl, W. S. (2018). Orchestration of innovation networks in collaborative settings. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6), 2562-2582. doi:10.1108/IJCHM-07-2016-0401
- Natário, M., Melo, A. I., Biscaia, R., Rocha, P., Santos, C., Ferreira, A., Dias, D., Gomes, G., Azevedo, G., Duarte, R., & Marques, R. (2019). The impact of the tourism of the historical villages of Portugal: A framework of analysis. *Finisterra*, 54(111), 21-36. doi:<https://doi.org/10.18055/finis14861>
- Nordli, A. J. (2018). Information use and working methods as drivers of innovation in tourism companies. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(2), 199-213. doi:10.1080/15022250.2017.1343682
- Organization for Economic Co-operation and Development, & Eurostat. (2018). *Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed). OECD Publishing. <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
- Pato, L., & Kastenholz, E. (2017). Marketing of rural tourism: A study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 10(2), 121-139. doi:10.1108/JPM-D-06-2016-0037
- Peters, M., & Pikkemaat, B. (2012). Innovation in tourism. In M. Peters and B. Pikkemaat (Eds.), *Innovation in hospitality and tourism* (pp. 1-6). Routledge.
- Pikkemaat, B., Peters, M., & Bichler, B. F. (2019). Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 184-196. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.007>
- Rodríguez, I., Williams, A. M., & Hall, C. M. (2014). Tourism innovation policy: Implementation and outcomes. *Annals of Tourism Research*, 49(C), 76-93. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.08.004>
- Schianetz, K., Kavanagh, L., & Lockington, D. (2007). The learning tourism destination: The potential of a learning organisation approach for improving the sustainability of tourism destinations. *Tourism Management*, 28(6), 1485-1496. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.01.012>
- Scoones, I. (2007). Sustainability. *Development in Practice*, 17(4-5), 589-596. doi:10.1080/09614520701469609
- Turismo de Portugal. (2021). Sustentabilidade e turismo. <http://business.turismodeportugal.pt/pt/crecer/sustentabilidade/Paginas/default.aspx>
- United Nations, World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development*. <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media/publications/sustainable-development/brundtland-report.html>

Titulo do livro.....Capitulo.....Autores.....

World Tourism Organization. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. UNEP, UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284408214>

World Tourism Organization. (2022). *What is innovation*. <https://www.unwto.org/what-is-tourism-innovation>

Weidenfeld, A. (2013). Tourism and cross border regional innovation systems. *Annals of Tourism Research*, 42, 191-213. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.003>

Yin, R. (2018). *Case study research and applications design and methods*. Sage Publications Inc.