

**Guia de Responsabilidade Social e  
Sustentabilidade para o Concelho de Santo  
Tirso**  
Ana Catarina da Costa Roriz

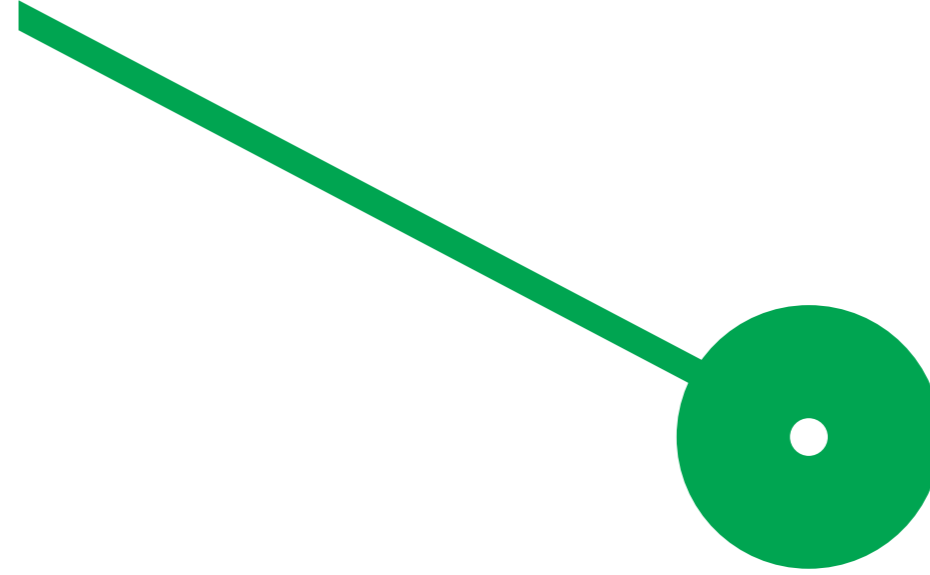
07/2022

Ana Catarina da Costa Roriz. **Guia de Responsabilidade Social e  
Sustentabilidade para o Concelho de Santo Tirso**

# Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o Concelho de Santo Tirso

Ana Catarina da Costa Roriz

07/2022



Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Ana Catarina da Costa Roriz

**Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o Concelho de  
Santo Tirso**

Dissertação de Relatório de Estágio  
**Mestrado em Gestão do Turismo**  
Orientação: Professora Especialista Mónica Oliveira

Vila do Conde, julho de 2022

Ana Catarina da Costa Roriz

**Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o Concelho de  
Santo Tirso**

Dissertação de Relatório de Estágio  
Mestrado em Gestão do Turismo

**Membros do Júri**

Presidente

Prof.<sup>a</sup> Doutora Cristina Susana Mouta Alves da Silva

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof.<sup>a</sup> Especialista Mónica Pereira de Oliveira

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Prof.<sup>a</sup> Doutora Dália Filipa Veloso de Azevedo Liberato

Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vila do Conde, julho de 2022

## AGRADECIMENTOS

Após este desafio que representa uma das etapas mais importantes da minha vida, venho demonstrar o meu profundo agradecimento a um conjunto de pessoas que me acompanharam e apoiaram ao longo destes dois anos em que frequentei este ciclo de estudos.

À minha orientadora de estágio, Professora Especialista Mónica Oliveira pela prontidão, disponibilidade e delicadeza para comigo. Grata pela força que me transmitiu e pelo grande incentivo.

À minha família, pela resiliência e suporte que me deram ao longo destes anos. Obrigada por todos os ensinamentos e valores que me transmitiram.

Ao Daniel, pelo amor e por estar incondicionalmente ao meu lado ao longo destes 5 anos e meio.

Aos meus amigos, pela preocupação e carinho. Sem eles nada seria possível. E por fim, ao meu anjo da guarda, o meu avô, por me guiar e proteger.

**Gratidão!**

## RESUMO ANALÍTICO

O desenvolvimento do Turismo, enquanto potencial económico tem ganho expressividade ao longo dos anos. Este é considerado um segmento multidimensional que envolve a maior rede de bens, serviços e pessoas que contribuem para a sua relevância na atividade económica mundial.

O seu crescimento exponencial obrigou ao desenvolvimento de uma nova conduta ligada ao exercício turístico sustentável, promovendo a articulação eficiente dos recursos naturais, culturais e económicos no desenvolvimento e implementação da atividade turística.

O relatório apresentado descreve as atividades desenvolvidas no âmbito do estágio curricular no Serviço de Turismo da Câmara Municipal de Santo Tirso e apresenta as principais dinâmicas concretizadas pelo Município no desenvolvimento turístico.

Aliado ao desenvolvimento do estágio, foi criado um Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para posicionar Santo Tirso, num verdadeiro destino responsável.

Este manual de novas práticas assumiu a criação de novos conjuntos de ações conducentes à conservação e valorização do território tirsense. Garantindo a proteção da vida terrestre, o desenvolvimento de turismo e turistas responsáveis e por fim, a criação de instituições eficazes e inovadoras.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social; Responsabilidade Social Corporativa; Sustentabilidade Ambiental; Sustentabilidade Sociocultural; Sustentabilidade Económica; Turismo Responsável.

## ABSTRACT

The development of the tourism sector has gained expressiveness over the years. It is considered a multidimensional segment, involving the largest current of goods, services and people that contribute to its relevance in global economic activity.

Its exponential growth has forced the development of a new conduct linked to the practice of sustainable tourism, promoting the efficient articulation of natural, cultural, and economic resources in the development and implementation of tourism activity.

The report describes the activities carried out in the curricular internship at the Tourism Service of the Municipality of Santo Tirso and presents the main dynamics developed by the municipality in tourism development.

Together with the development of the practical exercise, a social responsibility and sustainability guide was created to position Santo Tirso, in a true responsible destination.

This new manual of good practices has taken over the creation of new actions that are linked to the conservation and valorisation of the territory. Ensuring the protection of land life, the development of responsible tourism and tourists and finally the creation of effective and innovative institutions.

**Keywords:** Social Responsibility; Corporate Social Responsibility; Environmental Sustainability; Sociocultural Sustainability; Economic Sustainability; Responsible Tourism.

## SUMÁRIO

Lista de tabelas.....	8
Lista de ilustrações.....	8
Lista de esquemas.....	8
Lista de abreviatura.....	10
0 - INTRODUÇÃO.....	11
Parte I - Caracterização do estágio.....	13
Capítulo um – Revisão de literatura.....	14
1. Desenvolvimento sustentável.....	15
1.1 Desenvolvimento sustentável: paradigma ambiental.....	15
1.2 Desenvolvimento Sustentável: paradigma sociocultural.....	17
1.3 Desenvolvimento sustentável: paradigma económico.....	18
2. Responsabilidade social.....	20
2.1 Oferta turística: responsabilidade social corporativa.....	20
2.2 Procura turística: turista responsável.....	22
Capítulo dois - Caracterização gera.....	24
1. Desenvolvimento do plano de estágio.....	24
1.1 Principais objetivos do estágio.....	26
1.2 Justificação do tema: principais motivações e expectativas.....	26
Capítulo três - Enquadramento da prática profissional.....	28
1. Caracterização do território.....	28
1.1 Localização geográfica.....	30
1.2 Descrição Populacional.....	32
1.2.1 Análise populacional entre o século XIX e século XX.....	32
1.2.2 Análise populacional entre os finais do século XX e século XXI.....	33
2. O desenvolvimento turístico na cidade de Santo Tirso.....	34

3. Desenvolvimento do contexto institucional e funcional.....	37
Capítulo quatro – O estágio curricular na Câmara Municipal de Santo Tirso.....	40
1. Descrição das atividades desenvolvidas .....	41
1.1 Promoção do território: eventos locais .....	41
1.2 Promoção do território: eventos nacionais e internacionais.....	43
1.3 Coordenação de visitas, eventos formais e feiras .....	47
1.4 Investigação e desenvolvimento turístico.....	49
Capítulo cinco - Reflexão e análise crítica.....	51
1. Análise SWOT no serviço de Turismo CMST .....	51
1.1 Análise interna.....	52
1.1.1 Fraquezas.....	52
1.1.2 Forças .....	52
1.2 Análise externa.....	52
1.2.1 Ameaças.....	52
1.2.2 Oportunidades.....	55
2. Estratégia para captação do turista.....	56
2.1 Acompanhamento do desenvolvimento cíclico do Turismo.....	56
2.2 A importância das organizações de gestão do destino.....	57
2.3 Criação da imagem de marca de destino.....	57
2.4 Segmentação do público-alvo.....	58
2.5 Adaptação do destino às ferramentas eWOM .....	59
Parte II - Responsabilidade social e sustentabilidade no Município de Santo Tirso.....	62
Capítulo um - Guia de responsabilidade social e sustentabilidade.....	62
1. Principais linhas estratégicas do Município de Santo Tirso para o desenvolvimento sustentável.....	62
2. O Guia de Responsabilidade social e sustentabilidade.....	64

Conclusão.....	98
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	101

## **Lista de tabelas**

Tabela 1 - Descrição do Estágio .....	24
Tabela 2 - Plano de atividades de estágio.....	25
Tabela 3 - Plano de elaboração de relatório de estágio .....	25
Tabela 4 - Freguesias de Santo Tirso.....	30
Tabela 5 – População residente 2011-2021.....	35
Tabela 6 - Atividades desenvolvidas no estágio .....	40
Tabela 7 - Estágios do Turismo .....	56
Tabela 8 - Medidas Sustentabilidade Ambiental CMST.....	62
Tabela 9 - Medidas Sustentabilidade Social CMST.....	63
Tabela 10 - Medidas Sustentabilidade Económica CMST .....	63

## **Lista de ilustrações**

Ilustração 1 - Mosteiro de São Bento.....	28
Ilustração 2 - Fábrica de Fiações e Têxteis de Santo Tirso .....	29
Ilustração 3 - Mapa das Freguesias de Santo Tirso.....	32
Ilustração 4 - Mapas análise da população, ano 2001.....	33
Ilustração 5 - Conjunto de ilustrações Festival Culturissimo.....	42
Ilustração 6 - Conjunto de ilustrações Dias da Camélia .....	43
Ilustração 7 - Conjunto de ilustrações Lançamento BTL 2022.....	44
Ilustração 8 - Conjunto de ilustrações Xantar 2021.....	45
Ilustração 9 - Conjunto de ilustrações ofertas oficiais .....	46
Ilustração 10 - Conjunto de ilustrações MMeU.....	48
Ilustração 11 - Planos de visita desenvolvidos no ST .....	49
Ilustração 12 - Cadernos digitais desenvolvidos no ST .....	50
Ilustração 13 - Protótipo do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade.....	65

## **Lista de esquemas**

Esquema 1 - Principais atrativos turísticos da cidade .....	36
Esquema 2 - Número de empreendimentos turísticos.....	37
Esquema 3 - Organograma Câmara Municipal de Santo Tirso.....	39
Esquema 4 - Análise Swot.....	51

Esquema 5 - Esquema de prioridades para o departamento da cultura e desenvolvimento económico.....	53
Esquema 6 - Etapas estratégia digital.....	60

## **Lista de abreviaturas**

AMP – Área Metropolitana do Porto

ASAS - Associação de Solidariedade e Ação Social de Santo Tirso

CMST - Câmara Municipal de Santo Tirso

eWOM – Electronic Word-of-Mouth

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPSS - Instituições Particulares de Solidariedade Social

MeUM - Mercados e Mostras Urbanos

ONG – Organização Não Governamental

RSC - Responsabilidade Social Corporativa

RS – Responsabilidade Social

ST - Serviço de Turismo

SWOT- Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

WOM – Word-of-Mouth

## 0 - INTRODUÇÃO

O presente relatório descreve o trabalho desenvolvido ao longo das 950 horas realizadas no Serviço de Turismo (ST) da Câmara Municipal de Santo Tirso (CMST), enquanto Mestranda em Gestão do Turismo. A experiência do estágio e os desafios encontrados, permitiu a criação de um Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o desenvolvimento sustentável do Município. Pretende-se que Santo Tirso seja uma referência como destino turístico inovador, atual e preocupado com as questões sociais, ambientais e económicas, permitindo a progressão do Turismo que se preocupa com a conservação dos principais recursos que caracterizam o território tirsense.

Neste seguimento, a metodologia apresentada, visa o aprofundamento do tema através de uma análise exaustiva a um complexo de noções e princípios fundamentais que caracterizam os conceitos anteriormente proferidos. A autora optou pela realização de uma metodologia qualitativa, através da recolha de informação refletida por um conjunto de autores afetos à temática, e consecutivamente uma análise documental aos elementos literários disponibilizados pela instituição de acolhimento. A observação e registo das práticas desenvolvidas, foram componentes metodológicos cruciais para a investigação empírica. A análise documental e o registo das boas práticas culminaram na criação de Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o Concelho de Santo Tirso, onde a autora apresenta as boas práticas fundamentais para o desenvolvimento sustentável do Concelho.

O vínculo entre a investigação elaborada e a prática profissional efetuada na CMST, permitiu dinamizar os conhecimentos adquiridos neste ciclo de estudos de forma autêntica, estimulando mutuamente os saberes apreendidos ao longo do Mestrado com as competências adquiridas no contexto prático. É, portanto, possível verificar, no trabalho que a seguir se apresenta, a categorização da vertente prática e da vertente de investigação na descrição do conteúdo.

Como estrutura do trabalho que a seguir se apresenta, a autora optou por apresentá-lo em seis capítulos que se encontram divididos em duas partes distintas.

Na primeira parte, denominada por “Caracterização do estágio”, contemplamos os seguintes capítulos: o primeiro capítulo que visa o desenvolvimento e o enquadramento teórico-conceitual, tendo por base os conceitos da sustentabilidade e

responsabilidade social, onde se caracteriza a importância da construção de destinos e comunidades responsáveis; o segundo capítulo ; apresenta a descrição do plano de estágio, os objetivos a atingir, a justificação da escolha da instituição de acolhimento e a respetiva temática abordada; o terceiro capítulo que introduz o enquadramento da prática profissional, através da apresentação do território tirsense, afunilando para a apresentação da instituição de acolhimento; o quarto capítulo que apresenta o detalhe da prática profissional, onde são descritas pormenorizadamente as atividades desenvolvidas ao longo das 950 horas e as respetivas competências e conhecimentos adquiridos e, por último, o quinto capítulo que desenvolve uma reflexão crítica em relação ao ST por meio da realização de uma análise SWOT. Além disso, foram desenvolvidas neste capítulo, um conjunto de propostas e estratégias de captação de turistas para o Município.

Na segunda parte, denominada por “A responsabilidade social e sustentabilidade no Município de Santo Tirso”, apresenta-se apenas um capítulo que expõe as principais linhas estratégicas da CMST para o desenvolvimento sustentável, consolidando com o desenvolvimento e criação do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o Município.

## Parte I - Caracterização do estágio

## Capítulo um – Revisão de literatura

O crescimento exponencial do Turismo repercutiu impactos negativos nas comunidades mundiais. Impactos estes, que necessitam de ser mitigados com o intuito de preservar a sustentabilidade da própria indústria. Existe uma necessidade crescente de desenvolver um esforço coletivo entre as várias empresas de Turismo, bem como as partes interessadas. Para isto, é crucial introduzir e aprofundar novos conhecimentos em relação à prática de novas condutas sustentáveis, através da compreensão das principais barreiras e respetiva adoção de comportamentos responsáveis (Kasim, 2006).

A aplicação deste exercício de responsabilidade, representa novos benefícios para o desempenho da atividade turística na sociedade. Esta é a verdadeira força social que se baseia em abordagens psicológicas, sociológicas e antropológicas, que não devem ser descuradas. Neste sentido, no Turismo a confiança é o elemento primordial para o seu desempenho, podendo as iniciativas de Responsabilidade Social (RS) traduzir-se em benefícios financeiros e vantagens competitivas no mercado. Este é um mercado altamente competitivo, onde a sustentabilidade ocupa um lugar aliciante na evolução empresarial e no desenvolvimento dos destinos turísticos (Nicolau, 2008).

Os destinos turísticos têm como suporte o vínculo entre o ambiente e as comunidades. Estes “elementos” encontram-se intrinsecamente ligados à construção dos vários produtos turísticos. Pelo que, as entidades que criam e gerem estes produtos, devem atuar de forma responsável nos destinos, nunca comprometendo a sua viabilidade (Buhalis, 2000; Nicolau, 2008).

Estas entidades e empresas de Turismo, devem contemplar um conjunto de preocupações sociais, culturais e ambientais que se encontrem vinculadas às missões empresariais e relações desenvolvidas com os vários intervenientes deste setor. Estes integrantes devem representar um papel importante como recetores, bem como parceiros que contribuem para a evolução e integração dos conceitos de RS e Responsabilidade Social Corporativa (RSC) nas várias culturas organizacionais. Este binómio conceptual permite a valorização e proteção das comunidades locais, sendo esta uma das principais estratégias de Turismo a nível internacional (Lund-Durlacher, 2015; Lee et al., 2019).

Evidencia-se que estas estratégias de RS e RSC na indústria turística aumentaram, devido ao surgimento de um público exigente, que se preocupa com as questões ambientais e sociais que compreendem duas das principais dimensões do Turismo. Deste modo, a transparência das organizações de destino, é crucial para o alinhamento destas duas dimensões com a atividade turística, fomentando assim, a sustentabilidade dos vários destinos (Madanaguli, et al., 2021).

## 1. Desenvolvimento sustentável

Não se pode falar em desenvolvimento sustentável sem falarmos em Turismo no seu todo. O Turismo alberga um conjunto de domínios que o torna um serviço multifacetado, onde se destacam as vertentes da economia, sociocultural e ambiental. Este envolve a maior corrente de bens, serviços e pessoas que contemplam assim, a sua projeção mundial (Lickorish & Jenkins, 2011).

Segundo Medeiros e Morais (2013), a atividade turística é considerada uma oportunidade de expressarmos a consciencialização humana, isto é, o crescimento exponencial da indústria turística obriga ao desenvolvimento de uma nova conduta ligada à prática do exercício turístico sustentável.

Já nos anos 90, Hunter considerava que a sustentabilidade no Turismo deveria ser observada como um “paradigma adaptativo” (Hunter, 1997, p. 864), que tem a capacidade de articular de forma eficiente, os recursos naturais, culturais e económicos, no desenvolvimento e implementação da atividade turística.

Seguindo a mesma linha de pensamento, Jucan C. e Jucan. S. (2010), defendem a importância da construção de uma comunidade mundial sustentável, que tenha a vontade de desenvolver e adotar novas medidas estratégicas para a construção de novas realidades económicas, culturais e ambientais. Para isto, existe a necessidade de cooperação e interajuda entre os diferentes agentes locais.

### 1.1 Desenvolvimento sustentável: paradigma ambiental

Cooper (1992), alega que deve ser desenvolvido um novo paradigma ambiental, que não seja irrisório à formação do ser humano. Para este autor, a valorização do mundo deverá ser concretizada de forma autêntica, não sendo realizada apenas como uma

atuação de praticidade, mas sim, como uma nova conduta devidamente pensada e prezada.

Neste contexto, destacamos Smith-Sebasto e D'Costa (1995), que dividem o desenvolvimento sustentável em seis domínios diferentes, definindo diversos contextos comportamentais: 1) o exercício cívico que visa fomentar o desenvolvimento de ações de promoção para a prática da preservação do meio natural; 2) o exercício educacional que realça a procura de novos conhecimentos relativos ao paradigma da sustentabilidade, através dos diferentes meios informativos; 3) o exercício financeiro que protagoniza ações que revelem a troca monetária entre individuais ou coletivos, relevantes para a divulgação da importância da resiliência ambiental; 4) a ação legal que visa a aplicação ou restrição de leis que realcem o comprometimento com a sustentabilidade, através de grupos ou individuais; 5) o exercício físico que promove a criação de iniciativas voluntárias individuais ou coletivas, tendo em vista, a preservação do meio ambiente e 6) a ação persuasiva que promove o desenvolvimento de discursos que motivem à sensibilidade pela sustentabilidade, sendo estas argumentações feitas de forma voluntária. Para estes autores, estas são ações fulcrais para a concretização do paradigma da sustentabilidade ambiental.

Também os autores Vaske e Kobrin (2001), refletem sobre o comportamento ambiental responsável, tendo por base, o desenvolvimento de quatro ações: a) diálogos entre indivíduos sobre o paradigma ambiental; b) concretização e desenvolvimento de esforços comunitários em relação à limpeza do território comunitário; c) aplicação da reciclagem e d) poupança de um recurso escasso como a água.

Vaske e Kobrin (2001), ressaltam a importância da conexão entre o indivíduo e o território, isto é, a criação de um estímulo emocional de identificação. Estes acreditam que o desenvolvimento desta ligação emocional, poderá facilitar no processo de preservação do meio ambiente. Para Holden (2003), é crucial desenvolver a vertente da consciencialização ambiental como um ato não antropocêntrico, mas sim a construção de uma nova ética ambiental. O Turismo poderá ser um novo impulsionador e influenciador para a criação de dinâmicas que priorizem os princípios primordiais da conservação do meio ambiente. Além disso, o setor do Turismo poderá considerar esta preocupação ambiental, enquanto benefício económico, através da proteção dos

diversos recursos que estimulam os fluxos turísticos e que reduzem drasticamente os custos associados.

Cheng e Wu (2015), também analisam a responsabilidade ambiental através do desenvolvimento do conhecimento de questões relacionadas com o meio ambiente e a sua conservação. Para estes autores, a sabedoria acerca desta temática, impulsiona o indivíduo a adquirir uma maior sensibilização face à conservação da natureza. Em acréscimo, acreditam que quanto maior o apego e empatia sobre um determinado local, maior será o grau de sensibilização.

## 1.2 Desenvolvimento Sustentável: paradigma sociocultural

Murphy (1985), relata o Turismo como um grande “evento sociocultural” (Murphy, 1985, p. 117) que tem como público os visitantes e os residentes. Este realça a importância do desenvolvimento de um planeamento que assegure a satisfação dos residentes face à imagem de quem visita.

Além disso, Murphy (1985), enaltece a criação de objetivos inerentes à segurança da comunidade que não comprometam a viabilidade dos destinos. A cooperação das comunidades locais na concretização do Turismo, é crucial para a definição da satisfação do turista, face à experiência desenvolvida.

Desta forma, o autor Robinson (1999), realça a progressão do conceito de desenvolvimento sustentável, na promoção de um maior reconhecimento da estrutura sociocultural das comunidades mundiais. O autor revela a importância da atuação nos valores e princípios intrínsecos à identidade dos diferentes povos. Além disso, defende que para alcançar a sustentabilidade é necessário criar uma “base de equidade” (Robinson, 1999, p. 393) entre os diferentes grupos culturais, com o intuito de satisfazer as necessidades dos turistas de forma autêntica e acima de tudo, respeitosa. O fomento pela diversidade cultural é o verdadeiro desafio da indústria turística, bem como dos próprios turistas. O reconhecimento desta diversidade, reflete a progressão da sustentabilidade, através da construção de uma “unidade na diferença” (Robinson, 1999, p. 393).

Do mesmo modo, os autores Choi e Sirakaya (2006), referem que o paradigma da sustentabilidade deve ser executado através do incentivo da administração local e do

governo. Estes autores analisam esta conceção, através da implementação de políticas e regulamentos que sustentam o desenvolvimento e planeamento turístico. Alertam para a criação de medidas, que albergam o conceito de ética e responsabilidade corporativa relativa à comunidade e aos visitantes. Choi e Sirakaya (2006), defendem a preservação dos diversos recursos naturais e culturais, que compõem as várias indústrias turísticas locais, concretizando-o através de programas educativos para os visitantes, que visam aprendizagem de novas condutas, face ao respeito pela comunidade local e todos os seus intervenientes.

Seguindo esta linha de raciocínio, Coccossis (2009), reflete sobre o Turismo como um setor que dá respostas às necessidades e vontades da sociedade moderna. A pluriatividade deste segmento cria impactes nas comunidades, obrigando-o a adaptar-se às diferentes realidades que sustentam e preservam aquilo que é o desenvolvimento turístico. Este autor, foca-se na conservação do património natural e cultural, que revela a identidade e história das comunidades globais. A sustentabilidade tem um papel fundamental relativamente a estas duas conceções, sendo um campo prioritário de atuação. O Turismo poderá ser o progenitor da degradação deste património, comprometendo o seu potencial turístico. Desta forma, a criação de novas medidas territoriais, já anteriormente defendidas por Choi e Sirakaya (2006), serão fundamentais para diminuir as amenidades socioculturais e históricas. Para Coccossis (2009), os recursos devem ser devidamente medidos para o sustento da comunidade e de quem visita.

Loulanski, T. e Loulanski, V. (2011), dão primazia à pesquisa e investigação que abrange o paradigma sociocultural, que devem ser exploradas para a construção de uma estrutura coesa daquilo que é o desenvolvimento sustentável das práticas turísticas. Estes autores, acrescentam que as diferentes dimensões da sustentabilidade no desenvolvimento turístico, (económico, sociocultural, ambiental) devem ser analisadas através de uma visão holística. Em outras palavras, a integração das mesmas numa só atuação resultará na primazia da sustentabilidade no setor do Turismo.

### 1.3 Desenvolvimento sustentável: paradigma económico

Hassan (2000), reflete perante o paradigma económico como um criador de relações que sustenta as várias economias locais. Relações estas, criadas através da

cooperação entre o setor público, privado, organizações não governamentais (ONG) e os diversos grupos de cidadãos. Para Hassan (2000), a sustentabilidade é um conceito inerente à construção de uma oportunidade inovadora para as várias economias globais. Este autor, enuncia a importância da interligação desta dimensão com as restantes que constituem o modelo da sustentabilidade, pois a posição competitiva dos destinos encontra-se vinculada à inovação e diferenciação dos produtos desenvolvidos no âmbito do património cultural, histórico e ambiental. Desta forma, a sua conservação será fundamental para a consolidação económica.

Seguindo este pensamento, Sullivan e Jackson (2002), na sua investigação relativa ao desenvolvimento sustentável das economias locais, apresentam como exemplo o Fórum para o Futuro em 1998. Através deste evento, dão a conhecer um novo modelo em relação à caracterização de uma economia sustentável, tendo por base, a concretização de oito pontos: 1) Criação e desenvolvimento de um meio onde possamos envolver os cidadãos em questões do âmbito social; 2) Integração das ONG na promoção do desenvolvimento sustentável, incentivando as várias empresas a desenvolver atividades empreendedoras sociais; 3) Permitir o acesso a linhas de crédito a baixo custo destinados a cidadãos e empresas comunitárias; 4) Estimulação dos negócios locais, através da criação de uma estrutura de auxílio aos pequenos negócios; 5) Discriminação das principais propostas relativas ao desenvolvimento sustentável, sendo devidamente promovidas; 6) Incentivo às empresas locais a adotarem novas práticas ambientais na sua atuação, através da valorização dos seus colaboradores que permite a criação de elos de ligação com as várias comunidades locais; 7) Melhorar a estrutura de acesso e distribuição de trabalho através de uma boa rede de transportes públicos e outros bens que possam auxiliar na ida para o trabalho e 8) Estimular a gestão de cadeias de abastecimento entre as várias organizações.

Para Sullivan e Jackson (2002), o desenvolvimento turístico permite a captação e atração de novas oportunidades para o crescimento do paradigma da sustentabilidade, onde destacam o contributo dos festivais para esta alavancagem.

Também os autores Pulido et al. (2015), defendem que o desenvolvimento sustentável, tem como tema central a dimensão económica. Por conseguinte, a sustentabilidade é vista como um elemento que impulsionará o sucesso económico de

vários destinos turísticos. Para estes autores, a sustentabilidade económica será concebida num período de longo prazo, tornando-se naquilo que designamos de economia verde.

Esta ascensão da economia verde, para os autores Aydin e Emeksiz (2018), tem como suporte, o desempenho e atuação das pequenas empresas que fazem parte do setor do Turismo. Aydin e Emeksiz (2018), defendem que o apoio contínuo dos governos e instituições públicas, tem um papel fulcral para a estimulação da rentabilidade e adaptação dos diversos negócios que contemplam este setor. Estes autores realçam a importância de uma economia cooperativa e estrategicamente planeada, baseando-se no apoio técnico e informativo intensivo, com o auxílio de diferentes recursos financeiros.

## 2. Responsabilidade social

A construção de uma comunidade sustentável, requer o desenvolvimento daquilo que denominamos de RS, que segundo Paskova e Zelenka (2019), é constituída pelas diferentes dimensões do Turismo que se encontram inerentes aos níveis local, regional, nacional e global. Estes autores defendem que aplicação da RS no setor do Turismo, tornou-o num conceito holístico e amplo, tanto pela sua extensão geográfica, como em termos de conteúdo. Paskova e Zelenka (2019), reforçam o desenvolvimento desta consciencialização social, tanto do lado da oferta turística, como da procura turística.

Em consonância com estes autores Su et al. (2018), analisam o paradigma da sustentabilidade, tendo por base a RS, sendo esta desenvolvida através da colaboração das diferentes entidades que fazem parte da indústria turística. Su et al. (2018), defendem que esta união poderá minimizar os efeitos negativos que este setor produz durante os seus processos de atuação. Consecutivamente esta nova atitude coletiva, poderá eventualmente criar novos benefícios para as várias populações residentes no mundo.

### 2.1 Oferta turística: responsabilidade social corporativa

O conceito de RSC, teve especial destaque nos anos 50 com o autor Bowen. Para este autor, a RS assenta nas obrigações e deveres que os gestores têm de seguir e aplicar na sua atuação. Estas linhas orientadoras, devem coincidir com os valores enraizados pela sociedade, nunca os desconsiderando (Bowen & Gond, 2013).

Seguindo esta linha de raciocínio, Carroll (1991), reflete sobre RSC, como um conceito multidimensional que é aplicado em diferentes contextos. Este autor foca o estudo da RSC, através do seu principal desafio, nomeadamente a definição das responsabilidades das empresas, face aos seus principais grupos de interação. Carroll (1991), desenvolveu uma pirâmide com apresentação de quatro componentes, que são as principais categorias que as empresas e os seus gestores devem ter em atenção na prática da RSC: 1) Responsabilidades económicas, quando as empresas são lucrativas e operacionalmente eficientes; 2) Responsabilidades legais, que diz respeito a empresas que cumpram as suas obrigações e que sejam vistas como seguidoras excecionais das regulamentações e leis, implementadas pelos governos; 3) Responsabilidades éticas, como por exemplo empresas que assumam uma posição de integração de novas condutas sociais e normas morais acompanhando sempre a ética cultural praticada na sociedade e 4) Responsabilidades filantrópicas, quando as empresas ajudam a comunidade local, através de ações voluntárias.

Donaldson e Preston (1995), analisam o termo RSC, através da difusão de dois pontos, nomeadamente a teoria das partes interessadas e o papel e posição dos gestores neste conjunto de novas práticas. A RSC é refletida como uma ampliação da gestão corporativa que alcança novos grupos de partes interessadas, não se focalizando apenas nos acionistas, mas também na integração da sociedade e das empresas que beneficiam desta correlação.

McWilliams e Siegel (2001), consideram RSC um termo bastante complexo, associam-no ao desenvolvimento de intervenções que contemplam o paradigma social. Os autores argumentam sobre a RSC, como um meio social que ultrapassa as obrigações impostas pela lei, isto é, ações voluntárias.

Para Schwartz e Carroll (2007), a RSC já é considerada uma conceção universal e omnipresente. Esta conceção tem tido um papel crucial no desenvolvimento do setor empresarial, fazendo com que haja uma maior reflexão e argumentação sobre o paradigma ético. Estes autores reforçam também, o papel das RSC na gestão de partes interessadas, sendo uma das teorias mais estudadas e já proferidas anteriormente por Donaldson e Preston (1995).

Realçando a complexidade proferida pelos autores, McWilliams e Siegel (2001), em relação ao termo RSC, destacamos Devinney (2009), que faz uma revisão do conceito através do desenvolvimento de quatro desafios que caracterizam uma nova abordagem em relação à implementação da RSC. O primeiro desafio, está relacionado com o desenvolvimento da RSC nas empresas de forma correta, isto é, o envolvimento em atividades sociais sem ter como objetivo a competitividade. O segundo desafio, está ligado à consciencialização e realismo face à aplicação da RSC, tendo sempre em atenção que existem fatores positivos e negativos da mesma. O terceiro desafio, é considerar que não existem estudos que comprovem que o desempenho financeiro é influenciado pelos diversos investimentos nas ações de RSC. E por último, o quarto desafio, relata que o desenvolvimento de uma conduta RSC é influenciada pelo comportamento de cada gestor, colaborador e investidor, entre outros.

Devinney (2009), argumenta que o paradigma social é robusto, enaltecendo o foco na responsabilidade corporativa, isto é, o envolvimento das empresas em atividades sociais não deve ser feito com o intuito desenvolver uma vantagem competitiva. Contudo, afirma que as empresas têm o poder de tomar as suas próprias decisões e conseqüentemente, compreender aquilo que é favorável para a sua performance. Devemos estar conscientes de que as empresas têm “virtudes e vícios que não podem ser separados” (Devinney, 2009, p. 53).

## 2.2 Procura turística: turista responsável

Considerando que o turista participa ativamente no serviço turístico, utilizando os recursos existentes na região e interagindo com o local e com o destino, parece-nos fundamental abordar a procura turística e a necessidade de mentalização do turista para a responsabilidade inerente ao ato turístico. Esta preocupação já existe há muito tempo. Para Webster (1975), o consumidor com uma conduta socialmente responsável, deve ser consciente em relação a todas as temáticas que envolvem o paradigma da sustentabilidade (exemplo: poluição). Em acréscimo, deverá ser um indivíduo que procura ser ativo no desenvolvimento da sociedade e no mundo, sendo coerente com os seus atos. Este autor, acrescenta que este tipo de indivíduos possuem uma boa base financeira e apresentam um nível de educação exímio. Esta conduta socialmente responsável proferida por Webster (1975), segundo os autores Vinson et al. (1977), é suportada por um conjunto de valores.

Estes autores, refletem sobre a segmentação dos valores em três grupos distintos: a) Valores pessoais, que refletem os comportamentos dos indivíduos no seu dia-a-dia; b) Valores concretos, onde destacamos os valores familiares e religiosos e c) Crenças e valores avaliativos relativamente aos produtos. Vinson et al. (1977) concluem que estas tipologias de valores, afetam diretamente as várias ações desenvolvidas pelos turistas e influenciam a sua posição enquanto consumidores.

Seguindo esta linha de raciocínio, salientamos Stanford (2006), que expõe a importância da intervenção do próprio turista na construção desta responsabilidade, para o desenvolvimento de uma nova conduta apoiada na coerência, pois a conceção de turista responsável é definida pela ação ativa do mesmo.

Tal como Webster (1975), o autor Weeden (2008), analisa o termo turista responsável, como um indivíduo que alberga um conjunto de conhecimentos em relação à temática em estudo. Estes indivíduos contemplam uma forte capacidade de argumentação e consciência face ao paradigma da sustentabilidade e RS. A base das suas preocupações face aos destinos, relatam os temas: política, a religião, o ambiente e a proteção dos animais. Segundo Weeden (2008), os turistas responsáveis poderão ser um vínculo forte para a criação de novas mentalidades e novas condutas, no desenvolvimento turístico.

Todavia, Caruana et al. (2014), refletem sobre este conceito com alguma ambiguidade, no sentido em que, este termo poderá ser apenas uma simples narrativa, ou um verdadeiro objeto de estudo, que poderá ser devidamente explorado e analisado.

Contrastando com os autores anteriormente citados, Diallo et al. (2015), focam o paradigma da RS no segmento “jovens”. Contrariam as investigações anteriormente realizadas, que relatam o perfil de turista responsável, como um indivíduo com fortes bases financeiras e com uma idade avançada. Estes autores, acreditam que os jovens albergam um consistente conjunto de conhecimentos que permitem o envolvimento nas atividades de cariz social. Para que isto seja possível, realçam a importância de o setor público desenvolver uma ferramenta de comunicação e informação, que tenha a capacidade de estimular os jovens para a criação de um maior valor em relação às práticas turísticas. Podemos afirmar, que estamos perante um novo cenário que revela o papel impactante que os turistas têm no desenvolvimento e formação da RS no Turismo.

## Capítulo dois - Caracterização geral

### 1. Desenvolvimento do plano de estágio

No dia 4 outubro de 2021, a estudante iniciou a sua jornada curricular no ST na CMST. Neste período verificou-se a integração, onde a autora teve a oportunidade de se reunir com o vereador Nuno Linhares, representante dos recursos humanos, e consecutivamente, com o vereador Tiago Araújo, antigo vereador do Turismo da CMST.

Nesta reunião delineou-se o plano de estágio e o respetivo início ficando datado para dia 11 de outubro de 2021, prolongando-se até dia 25 de fevereiro de 2022, contemplando as 950 horas. Este estágio foi definido para que fosse desenvolvido a tempo inteiro, de segunda-feira a sexta-feira (incluindo fins-de-semana caso se verificassem atividades locais da área do Turismo). Este encontro foi essencial e fulcral, para se compreender a situação atual do Turismo na cidade e consecutivamente definir-se as expectativas e previsões em relação a esta experiência no mercado real do sector.

No dia 6 de outubro de 2021, efetivou-se uma reunião com a Dr.<sup>a</sup> Manuela Diniz, chefe do ST da CMST e com Martina Machado, Técnica Superior de Turismo. Nesta reunião elaborou-se a planificação das atividades (ver tabela 1) que iam ser realizadas ao longo da prática profissional. De salientar que estas atividades podiam sofrer algumas alterações no decorrer no estágio, conforme a necessidade.

Tabela 1 - Descrição do Estágio

Descrição do Estágio	
Estudante	Ana Catarina da Costa Roriz
Curso	Mestrado em Gestão do Turismo
Orientadora	Professora Especialista Mónica Oliveira
Instituição de Ensino	Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Vila do Conde
Instituição de Acolhimento	Câmara Municipal de Santo Tirso
Departamento	Departamento de cultura e desenvolvimento económico
Serviço	Serviço de Turismo
Supervisor da Instituição de Acolhimento	Dr. <sup>a</sup> Manuela Diniz

Data de início	11 de outubro de 2021
Data de conclusão	25 de fevereiro de 2022

Fonte: Elaboração própria

Nas tabelas 2 e 3 estão representados os planos relativos ao estágio, definido com o auxílio da instituição de acolhimento e o plano de elaboração do relatório, delineado com ajuda da Professora Especialista Mónica Oliveira.

Tabela 2 - Plano de atividades de estágio

	2021/2022				
MÊS	Out	Nov	Dez	Jan	Fev
<b>Caracterização Geral</b>					
Apresentação dos recursos humanos					
Apresentação das instalações					
Apresentação do departamento					
Apresentação do serviço					
Observação das atividades					
Participação e colaboração das atividades					
<b>Total</b>	<b>950 horas</b>				

Fonte: Elaboração própria

Tabela 3 - Plano de elaboração de relatório de estágio

	2021/2022									
Ação	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	
Levantamento bibliográfico/ Enquadramento teórico										
Recolha de informação sobre Santo Tirso										
Análise e tratamento das informações recolhidas										
Criação do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade										
Considerações finais										

Fonte: Elaboração própria

## 1.1 Principais objetivos do estágio

Em conjunto com a concretização do Plano de Estágio, foi delimitado um Plano de Trabalho onde se estipulou um objetivo geral e cinco específicos que suportam todo o trabalho a ser realizado, quer na consecução do produto final que aqui se apresenta, quer no desenvolvimento da prática profissional. Os objetivos estão inteiramente relacionados com o desenvolvimento e respetiva execução de todos os conhecimentos e técnicas aprendidas no Mestrado, com a finalidade de adquirir novas competências e responsabilidades na concretização dos compromissos e atividades inerentes ao Estágio.

Como objetivo geral, definiu-se a “Criação de um Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para a Câmara Municipal de Santo Tirso”.

Relativamente aos objetivos específicos, estabeleceu-se que os mesmos passariam por:

- Proceder ao levantamento dos principais pontos de interesse da cidade;
- Identificar as atividades desenvolvidas ao longo do período de aprendizagem;
- Compreender os aspetos positivos e negativos da operação turística da cidade;
- Definir estratégias de captação e fixação do Turista a Santo Tirso;
- Identificar as principais linhas estratégicas do Concelho para a criação de um destino sustentável.

## 1.2 Justificação do tema: principais motivações e expectativas

A procura pela vontade de conhecer diferentes tipos de personalidades, culturas e costumes, faz da autora uma amante do Turismo, em todas as suas vertentes. O Turismo representa a liberdade de contagiar e estimular novas mentalidades, através de uma comunicação inovadora que demonstre ao mundo o quão diversificada esta atividade pode ser. Contudo, para manter esta genuinidade dos recursos que sustentam a humanidade, existe a necessidade de os preservar através de práticas responsáveis. Seguindo esta linha de raciocínio, era necessário pensar em formas de aplicar esta conduta na cidade de Santo Tirso.

Enquanto residente e apaixonada pela comunidade tirsense, a autora pretendia revitalizar a cidade, considerando que Santo Tirso é um Município que contem uma panóplia de potencialidades turísticas que o seu usufruto e desenvolvimento estratégico,

poderão contribuir de forma significativa para o seu crescimento e afirmação no mercado nortenho.

Relativamente à habitabilidade de Santo Tirso, a cidade apresenta um número considerável de pessoas que optam por abandonar o Município e ir viver para os Concelhos vizinhos, o que prejudica toda a vivência do Concelho. O desenvolvimento turístico poderá ser a solução para manter os seus residentes, e consecutivamente captar novos visitantes ou futuros moradores. Para isto, é necessário compreender as preocupações, estratégias e planos que são desenvolvidos e aplicados pelo Município. Seguindo esta preocupação, procurou-se observar, acompanhar e experienciar o dia-a-dia do ST da CMST, que se pretende ser uma entidade de relevo e fundamental para o desenvolvimento do Turismo no seu todo.

Por outro lado, não bastava a autora analisar o trabalho desenvolvido pelo ST, sem que contribuísse de forma ativa na sua melhoria. A investigação desenvolvida na área, os conhecimentos adquiridos na sua formação a par da sua experiência de estágio, permitiram que a estudante desenvolvesse um Manual servindo de Guia para a Responsabilidade Social e Sustentabilidade de Santo Tirso. Pretende-se com este trabalho um humilde contributo para a melhoria, impulso e projeção do Turismo na cidade. Como complemento, contribuir para a construção de uma nova conduta organizacional (homogénea) para a CMST, dando especial enfoque ao ST.

Nesta nova experiência curricular e profissional, a aquisição de responsabilidades e competências ao nível prático era crucial para cimentar todos os conhecimentos apreendidos ao longo do Mestrado em Gestão do Turismo. Enquanto tirsense, a estudante ambiciona contribuir de forma positiva para o exercício turístico da cidade de forma eclética.

## Capítulo três - Enquadramento da prática profissional

### 1. Caracterização do território

A cidade de Santo Tirso, não contém uma história exata relativamente às suas origens, todavia, existem vestígios arqueológicos que permitem testemunhar a passagem de comunidades da pré-proto-históricas, época romana e por fim, a idade média, ao qual damos especial destaque (Serviço de Turismo ST, 1989).

Santo Tirso, território antigamente chamado de Santo Thyrso de Riba d’Ave, apresenta-nos uma beleza identitária inigualável. Este é um lugar que nos eleva ao seu passado de glória, sendo verificável no seu património cultural que a tanto caracteriza. Documenta-se que Santo Tirso nasceu com o auxílio das ordens monásticas que guiaram a construção do mosteiro de São Bento, antes chamado de São Nicolau, fundado em 978 por Unisco Godiniz. A população agregou-se a esta edificação (Pimentel, 2011).

Para Pimentel (2011), a história da cidade é sinónimo da narrativa do mosteiro, mosteiro este, que estimulou com ajuda dos beneditinos o primeiro marco do surgimento da população tirsense, dando início ao crescimento da vila de Santo Tirso.



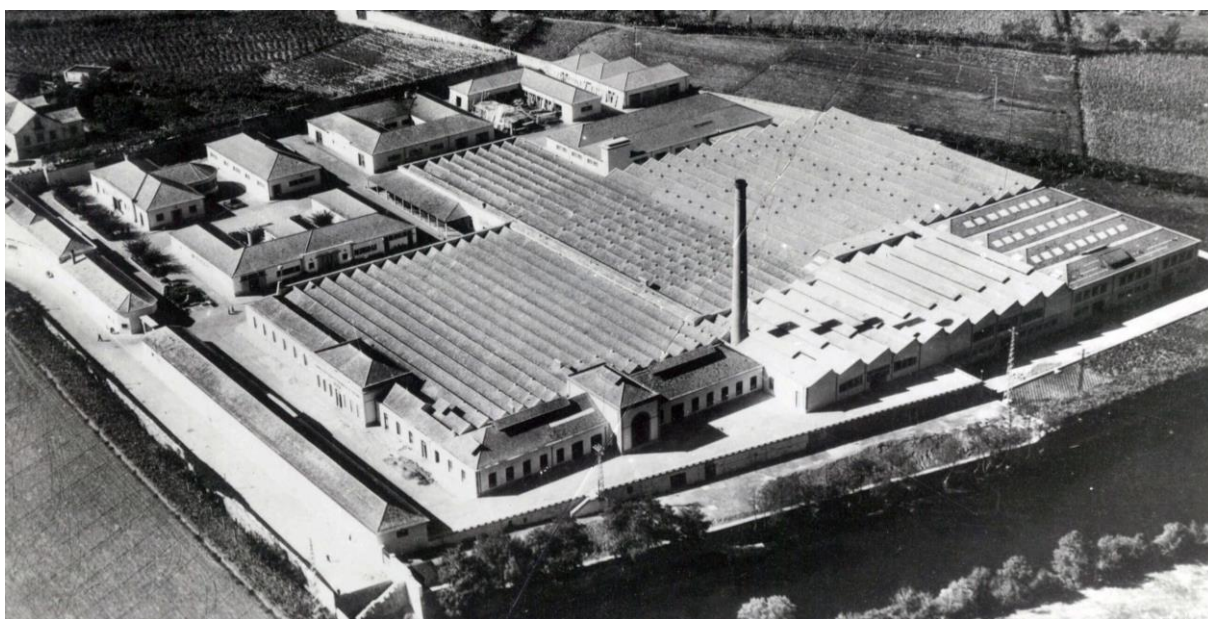
Fonte: Site CMST

Ilustração 1 - Mosteiro de São Bento

Abordando o crescimento populacional ao longo dos anos, destacamos os séculos XIX e XX, onde esta nova coletividade focalizava as suas principais atividades de

produção na agricultura, mais concretamente na produção do vinho verde, sendo comum à Região do Minho, grande progenitora dos famosos vinhos verdes. Realçamos a participação dos vinhos produzidos em Santo Tirso, na exposição de vinhos em Londres, no ano de 1874 e a exposição em Berlim, em 1888, que projetaram a região além-fronteiras. Em suma, as gentes tirsenses ficaram conhecidas pela sua grande indústria têxtil, onde salientamos a implementação de duas fábricas de fiação e tecidos de algodão de renome em Portugal: a Fábrica do Rio Vizela, localizada numa primeira instância em Negrelos, e depois em Vila das Aves e notabilizamos também, a Fábrica Abel Alves de Figueiredo em Santa Cristina do Couto. No espaço central da cidade, relevamos a Fábrica de Fiação e Tecidos de Santo Tirso do ano de 1896 e a Arcotêxteis do ano de 1923 (Museu Municipal Abade Pedrosa, 2012).

A agricultura e a indústria têxtil incentivaram ao lançamento de Santo Tirso a nível local, nacional e internacional, estimulando assim, ao consecutivo aumento populacional e económico do Concelho. Estas pequenas, médias e grandes indústrias caracterizaram a história de Santo Tirso, sendo ainda hoje lembradas.



Fonte: Site CMST

Ilustração 2 - Fábrica de Fiações e Têxteis de Santo Tirso

O Município nos dias de hoje, encontra-se em progresso que tem valorizado e conservado os seus atrativos que o compõe, onde realçamos a parte baixa de Santo Tirso que envolve a margem esquerda do rio Ave.

### 1.1 Localização geográfica

A cidade de Santo Tirso, encontra-se geograficamente localizada na trajetória entre o Vale do Sousa, o Vale do Ave e o Grande Porto, contemplando uma área de abrangência de 136,6 Km<sup>2</sup>. O Município representa um dos dezassete Concelhos que integram a Área Metropolitana do Porto (AMP), que se posiciona no litoral norte de Portugal. Santo Tirso circunscreve catorze freguesias ao longo da sua extensão territorial (ver tabela 4), que sustentam administrativamente o Município (Carvalho, 2003).

Tabela 4 - Freguesias de Santo Tirso

Freguesias	
Nome	Localização / Área abrangência
Freguesia da Agrela	Extremo sul do Concelho. Área de abrangência de 6,99 Km <sup>2</sup>
Freguesia de Água Longa	Extremo sul do Concelho. Extremo sul do Concelho. Área de abrangência de 12,87 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de Vilarinho	Extremo este do Concelho. Área de abrangência de 5,27 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de Vila das Aves	Extremo norte do Concelho. Área de abrangência de 6,18 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de Monte Córdova	Zona este do Concelho. Área de abrangência de 16,8 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de Vila Nova de Campo	Zona nordeste do Concelho. Área de abrangência de 9,59 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de Rebordões	Zona norte do Concelho. Área de abrangência de 4,21 Km <sup>2</sup> .
União de Freguesias de Couto	Transição do Vale do Ave para o Vale do Leça. Área de abrangência de 25,22 Km <sup>2</sup> .
Freguesia da Reguenga	Zona sudeste do Concelho. Área de abrangência de 5 Km <sup>2</sup> .

União de Freguesias de Lamelas e Guimarei	Localizada no Vale do Leça. Área de abrangência de 12,41 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de Roriz	Zona nordeste do Concelho. Área de abrangência de 6,17 Km <sup>2</sup> .
União de Freguesias de Carreira e Refojos de Riba de Ave	Localizada no Vale do Leça. Área de abrangência de 9,49 Km <sup>2</sup> .
Freguesia de São Tomé de Negrelos	Zona nordeste do Concelho. Área de abrangência de 6,12 Km <sup>2</sup> .
União de Freguesias de Areias, Sequeirô, Lama e Palmeira	Zona norte do Concelho. Área de abrangência de 10,3 Km <sup>2</sup> .

Fonte: Elaboração própria

Na sua organização administrativa, salientamos o Vale do Leça, Vale do Ave e o Vale de Vizela, que caracterizam e representam a estrutura territorial do Município. Este fulcro morfológico sustenta a vida da população tirsense.

É possível verificar no Vale de Vizela e Vale do Ave, os principais equipamentos e estruturas de serviços da cidade e as respetivas atividades industriais, que contemplando cerca de 75% da população tirsense. E por fim, debruçamo-nos sobre o Vale do Leça que representa a vida rural e as principais atividades e ofícios que retratam a ocupação agrícola.

Santo Tirso contempla uma localização extremamente vantajosa e estratégica para o desenvolvimento económico da cidade, pois apresenta-se limitada pelos Concelhos de Vila Nova de Famalicão e Guimarães a norte, a sul por Valongo, a este por Paços de Ferreira e Lousada, e por fim, a oeste pela Trofa e Castelo da Maia (Câmara Municipal de Santo Tirso, s.d).



Fonte: Site CMST

Ilustração 3 - Mapa das Freguesias de Santo Tirso

Neste sentido, o Município compreende ótimas acessibilidades, fomentando uma boa rede de ligações através das estradas nacionais, autoestradas e caminhos de ferro.

## 1.2 Descrição Populacional

### 1.2.1 Análise populacional entre o século XIX e século XX

A população tirsense foi crescendo gradualmente, desde a sua criação até aos inícios do século XXI. Existem dados demográficos em número limitado, que revelam a presença de 1000 habitantes no século XIX, em 1834, data que representa o início da construção desta nova comunidade que se agregava ao redor do mosteiro de São Bento (Pimentel, 2011). De acordo com elementos oficiais, verifica-se um registo de 3500 pessoas no início do século XX, número este, que foi aumentando ao longo das seguintes décadas.

Esta análise foi feita pelos demógrafos entre o espaço de tempo compreendido entre a 1ª Guerra e 2ª Guerra Mundial, tendo como suporte, resultados refletidos pelas taxas de natalidade, mortalidade e o respetivo aumento da população residente. Sublinhamos um aumento populacional desde o aparecimento da indústria transformadora, que representava 67,5% da população residente ativa, entre em 1969 e 1981 (Museu Municipal Abade Pedrosa, 2012).



Esta falha populacional resultou numa tendência nos anos seguintes. Fazendo uma análise comparativa entre os Censos 2011 e 2021, com o auxílio de dados apresentados no Instituto Nacional de Estatística (INE) verificamos que o Município de Santo Tirso, face aos Censos 2011, apresentou um valor de 71 530 pessoas, das quais 34 334 eram homens e 37 196 eram mulheres (ver figura 2).

Relativamente aos Censos 2021, a população residente apresentou um número de 67 725 pessoas, das quais 32 249 são homens e 35 476, são mulheres.

Neste sentido, através dos dados expostos, a cidade de Santo Tirso apresenta uma redução entre os Censos de 2011 a 2021, de 3 805 pessoas, das quais 2085 são homens e 1720 mulheres (Instituto Nacional de Estatística, 2021).

Tabela 5 – População residente 2011-2021

Período de referência dos dados	Local de residência	População residente (N.º) por Local de residência, Sexo e Grupo etário; Decenal (1)		
		Sexo		
		HM	H	M
		Grupo etário		
		Total		
		N.º	N.º	N.º
2021	Santo Tirso	67 725	32 249	35 476
2011	Santo Tirso	71 530	34 334	37 196

População residente (N.º) por Local de residência, Sexo e Grupo etário; Decenal - INE, Recenseamento da população e habitação - Censos 2021

Nota(s):  
(1) Dados provisórios.

Fonte: Instituto Nacional de Estatística

Tal como nos Censos de 2001, é possível verificar a mesma linha orientadora em relação ao índice de envelhecimento, que contempla a relação entre a população jovem e a população idosa. Deparamo-nos com um número elevado de idosos no Município e consequentemente a falta de jovens.

## 2. O desenvolvimento turístico na cidade de Santo Tirso

A cidade de Santo Tirso oferece um complexo de recursos turísticos que promovem e proporcionam elevadas potencialidades para a dinamização e desenvolvimento da atividade turística.

Este território tem por base, o desenvolvimento de produtos turísticos que apelam aos diferentes públicos-alvo, garantindo a sua satisfação.

Esta diversidade na oferta turística em Santo Tirso, contempla quatro produtos inerentes: *City and Short Breaks*, *Touring and Cultural* e Paisagístico, Gastronomia e

Vinhos e por fim, Saúde e Bem-Estar, sendo estes ativos qualificadores e diferenciadores (Turismo de Portugal I.P., 2017; Câmara Municipal de Santo Tirso, s.d).

#### ***a) City and Short Breaks***

Santo Tirso enaltece-se como destino de *City and Short Breaks*, pois possui infraestruturas de qualidade (serviços de apoio) e boas acessibilidades, que permitem o desenvolvimento deste produto turístico. Apesar de ser um território de pequena dimensão, contempla uma diversidade de cultural inigualável que estimula a curiosidade de quem visita. Os diferentes itinerários temáticos desenvolvidos pela CMST, permitem conhecer os principais recantos da cidade que transmitem a sua história e as suas tradições. Além disso, oferece um conjunto de experiências inesquecíveis, tais como manifestações populares e os vários eventos que são realizados ao longo do ano, através da Agenda Cultural que desenvolve programas de relevo para os residentes e visitantes (Área Metropolitana do Porto, s.d)

#### ***b) Touring and Cultural e Paisagístico***

Este é um território repleto de história que se funde com a sua mancha verde que o tanto caracteriza. Apresenta paisagens únicas desenhadas pelos vales e rios, repletas de elementos simbólicos que enaltecem o território, nomeadamente o espólio de esculturas espalhadas pela cidade. Em suma, possui um potencial competitivo face aos Concelhos vizinhos, através do seu Património Edificado, onde incluímos essencialmente os museus e igrejas da cidade (ver esquema 1). Os conventos e mosteiros elevam a sua história, sendo estes verdadeiros pontos de atração que presenteiam quem visita, com momentos de retiro e de reflexão (Pimentel, 2011).

#### ***c) Gastronomia e Vinhos***

A Gastronomia e Vinhos é dos principais produtos da cidade, é possível degustar o vinho verde produzido nas principais quintas, onde se destaca a Escola Profissional Agrícola Conde de São Bento e Quinta de Gomariz, segundo o ST, são muitos os visitantes que procuram estes dois lugares. Aliada aos vinhos, Santo Tirso apresenta uma panóplia de doces ancestrais que caracterizam as principais tradições da cidade, especialmente os Jesuítas, os Pivetes, o Pudim de Condessa Aldara e por fim, as bolachas Conventuais de Santa Escolástica. Estes são elementos que estimulam a revisita dos turistas.

#### **d) Saúde e Bem-Estar**

Também, os atrativos de Saúde e Bem-Estar estão presentes neste território, salienta-se as Termas das Caldas da Saúde que oferece diferentes serviços de termalismo. Estes tratamentos são destinados a clientes que procuram relaxar ou necessitam de cuidados específicos, através das características benéficas da própria água. Além disso, a cidade possui equipamentos desportivos e de lazer de excelência.

##### **Mosteiros**

- Convento da Bela – Santa Cristina do Couto
- Mosteiro de São Bento – Santo Tirso
- Convento das Clarissas – Vila das Aves
- Mosteiro da Visitação – Vila das Aves
- Convento de Santa Escolástica – Roriz
- Mosteiro de Singeverga – Roriz
- Antigo Mosteiro de Vilarinho
- Santuário de Nossa Senhora da Assunção – Monte Córdova

##### **Natureza e Experiências**

- Rede Percursos Pedestres
- Praia Urbana de Santo Tirso
- Parque Urbano Sara Moreira
- Parque de Geão
- Parque do Ribeiro do Matadouro

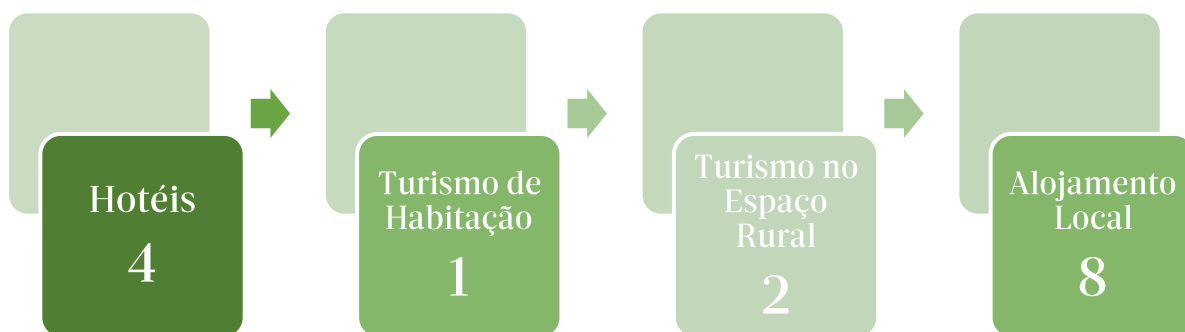
##### **Principais Eventos**

- Festas de São Bento
- Festas de Sanguinhedo
- Dias da Camélia
- Festa das Rosas

Fonte: Elaboração própria

Esquema 1 - Principais atrativos turísticos da cidade

Nos últimos anos, o desenvolvimento destes pontos de atração, contribuíram para a ascensão da vertente turística, sendo visível através do crescimento de hóspedes e de dormidas, onde destacamos as taxas de ocupação-cama que resulta numa percentagem de 46,3% a nível da média nacional, sendo superior à média da região norte que apresenta 39,4 %.



Fonte: Elaboração própria

Esquema 2 - Número de empreendimentos

Santo Tirso contempla 15 alojamentos turísticos (ver esquema 2) que acolhem num panorama geral, clientes de gama média a alta.

Segundo dados cedidos pela CMST, a crescente procura por estes alojamentos é caracterizada pela visita de nacionalidades francesa, alemã e espanhola.

Este território encontra-se na fase de envolvimento, segundo o esquema de Butler, onde existe a prestação de serviços de excelência e desenvolvimento de novos mecanismos e infraestruturas que suportam o desenvolvimento turístico da cidade.

Contudo, para uma boa performance é necessário o Município incentivar para criação de planos que elevem o crescimento saudável e equilibrado da vertente turística (Henriques, 2003; Butler, et. al, 2006).

### 3. Desenvolvimento do contexto institucional e funcional

O municipalismo tirsense desenvolveu-se cronologicamente desde 1834. Desde esta data que a esfera política e institucional, contempla um período imenso de complexidade histórica, lembrada através das diferentes personalidades que deram vida a este lapso de tempo até aos dias de hoje (Museu Municipal Abade Pedrosa, 2012).

A administração autárquica em Santo Tirso, definiu-se oficialmente em 1842, no respetivo Código Administrativo e à posteriori em 1878, com as novas alterações do

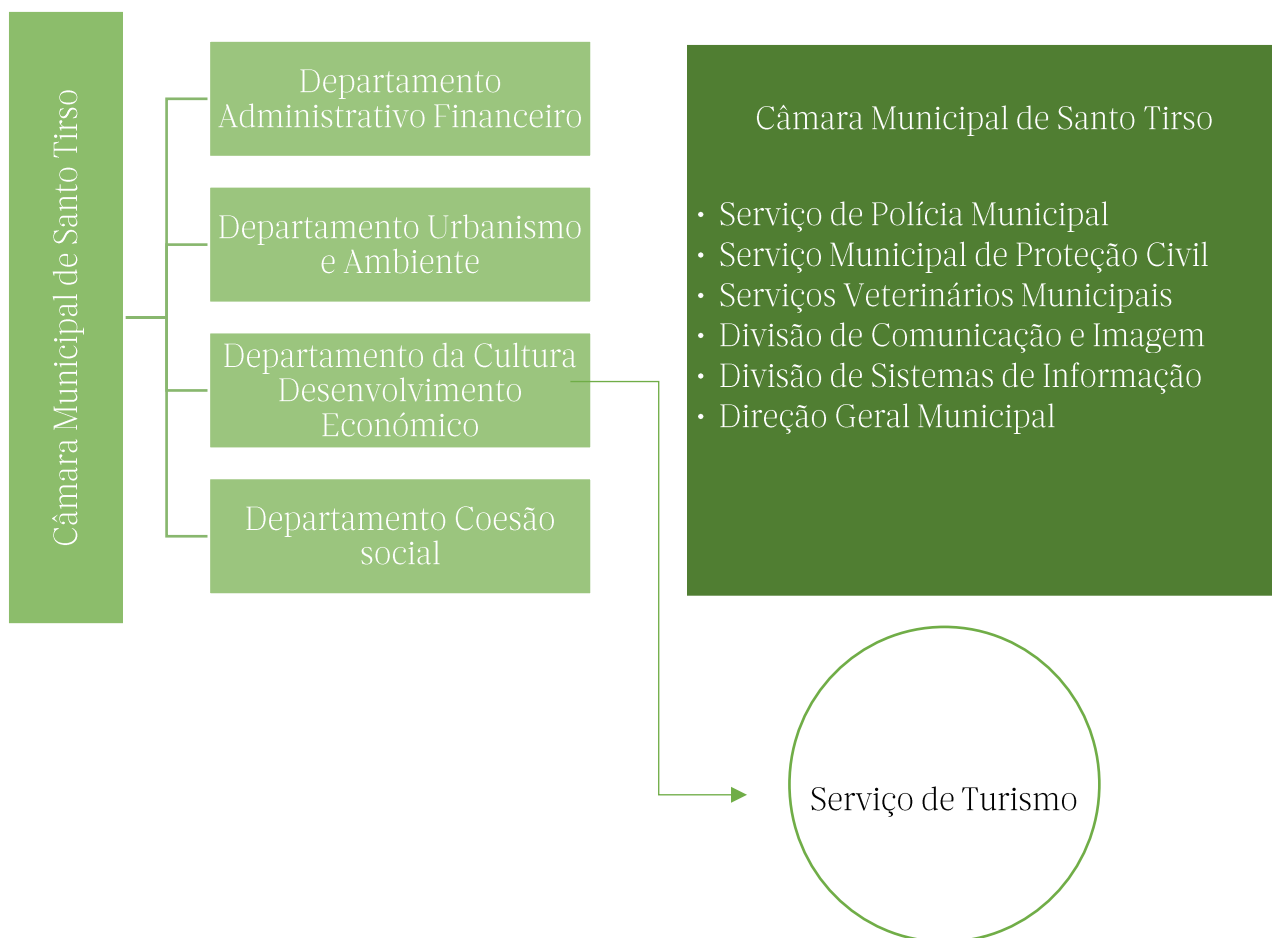
mesmo. Contudo, verificamos que o primeiro presidente da CMST foi Bernardino Luís de Andrade, em 1834 (Museu Municipal Abade Pedrosa, 2012).

A organização interna da Câmara Municipal encontra-se subdividida essencialmente em quatro departamentos, nomeadamente: departamento administrativo e financeiro, o departamento de urbanismo e ambiente, o departamento de coesão social, e por fim, o departamento de cultura e desenvolvimento económico. Evidenciamos este último, que compreende o ST, onde tive a oportunidade de desenvolver o estágio de 950 horas (ver esquema 3).

O ST do Município de Santo Tirso, segundo a sua estrutura orgânica, abrange diferentes competências e funções, nomeadamente:

- a) Preservar e divulgar as principais potencialidades da cidade, através da intervenção nos diversos processos que estejam interligados com as particularidades turísticas.
- b) Conduzir as diversas atividades que tenham por base a animação turística, concretamente feiras, festividades entre outras.
- c) Cooperar articuladamente com o *Invest Santo Tirso*, promovendo e difundindo o desenvolvimento turístico da cidade, tendo como alicerce as diversas políticas territoriais e supramunicipais.
- d) Coordenar e controlar o uso do serviço *shuttle*.
- e) Garantir a divulgação turística do Concelho tanto externamente como a nível interno, cooperando com as diversas estruturas inter e supramunicipais.
- f) Coordenar a nível técnico e operacional os Mercados e Mostras Urbanos (MeUM).

Este órgão autárquico, tem como principal responsabilidade desenvolver e executar políticas, tendo como suporte os interesses da comunidade local. Em acréscimo, compete-lhe o desenvolvimento e respetivo crescimento nas várias vertentes que culminam na construção de um corpo social.



Fonte: Elaboração própria  
 Esquema 3 - Organograma CMST

## Capítulo quatro – O estágio curricular na Câmara Municipal de Santo Tirso

O desenvolvimento do estágio no ST, teve essencialmente três linhas de ação, nomeadamente: promoção do território, coordenação de visitas, eventos formais e feiras, investigação das principais potencialidades territoriais tendo por base, o desenvolvimento de ferramentas ligadas ao crescimento do Turismo. Estas vertentes corresponderam intrinsecamente às atividades realizadas neste processo de aprendizagem, onde podemos ver a calendarização na tabela 5.

Tabela 6 - Atividades desenvolvidas no estágio

<i>Atividades</i>	Out	Nov	Dez	Jan	Fev
<b>Promoção do Território</b>					
BTL 2022					
Festival Culturissimo					
Xantar 2021					
Dias da Camélia					
Ofertas Oficiais					
<b>Coordenação de Visitas, Eventos Formais e Feiras</b>					
MeMU					
Protocolos					
Acompanhamento de visitas					
<b>Investigação e desenvolvimento turístico</b>					
Visitas Técnicas					
Cadernos Digitais					
Planos de Visita					
Propostas Website					

Fonte: Elaboração própria

## 1. Descrição das atividades desenvolvidas

### 1.1 Promoção do território: eventos locais

A promoção do território foi realizada a nível interno e externo, através da participação em eventos e dinamização de ofertas oficiais do Município.

O ST tem um papel fundamental nos eventos locais, a sua intervenção relaciona-se com a promoção e divulgação do conteúdo que representa o território. Esta comunicação é importante, pois pretende alcançar não só visitantes, mas também, instruir os próprios residentes.

#### a) Festival Culturissimo

O Festival Culturissimo realizou-se nos dias 6 e 7 de novembro de 2021, na Fábrica de Santo Thyrsó, sendo esta a sua 2ª edição.

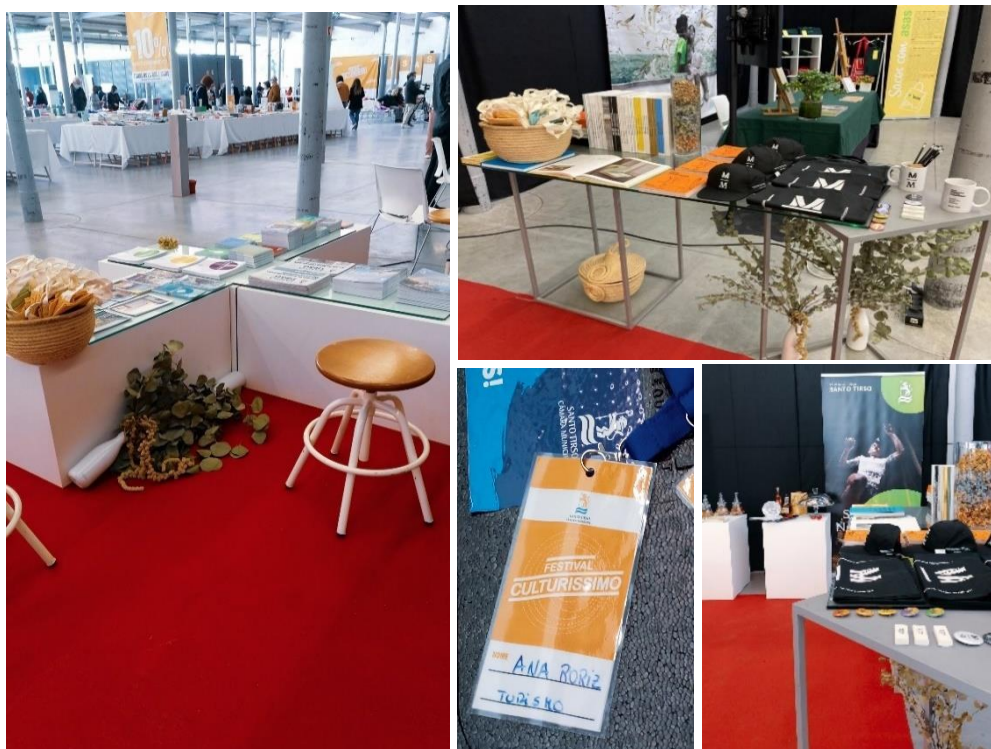
Este é um evento de carácter social e solidário, cuja coorganização é o Associação de Solidariedade e Ação Social de Santo Tirso (ASAS). Destina-se a crianças e famílias que apresentem um gosto especial pela sinergia entre a cultura e a literatura. Este contemplou uma panóplia de atividades e espetáculos ao redor do mercado do livro.

Destacamos a presença do Embaixador da República da Coreia, Song Oh, que celebrou 60º aniversário das Relações Diplomáticas entre Portugal e a República da Coreia. Foi possível, observar a cultura coreana, através de um conjunto de atividades representativas da mesma. Além disso, foram vários os autores de grandes obras que estiveram neste festival, permitindo a realização de sessões de autógrafos.

O ST teve um lugar exclusivo para exposição e leitura de obras ligadas ao território. Esta atividade, teve um lugar de destaque no processo de observação da estagiária, conseguindo compreender a posição do Turismo no território de Santo Tirso.

A estagiária observou que existe uma falha de comunicação, entre o Município e os seus residentes em relação ao seu espólio turístico. Foram várias as pessoas que desconheciam a sua maior relevância turística, nomeadamente o museu de esculturas contemporâneas de céu aberto, sendo negativo para a cidade. Todavia, a presença de nacionalidades francesa e inglesa, despoletou uma nova visão face ao paradigma da procura turística em Santo Tirso. Este foi um dos momentos elementares, para o

desenvolvimento de uma análise cuidada, acerca dos entraves do Turismo neste território.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 5 - Conjunto de ilustrações Festival Culturissimo

## b) Dias da Camélia

Os Dias da Camélia é um evento organizado pelo ST, que tem como objetivo dar primazia às diferentes espécies de camélias. Realizou-se nos dias 18, 19 e 20 de fevereiro, na Escola Profissional Agrícola Conde de São Bento.

Este acontecimento é dividido em quatro momentos diferentes: A ode à Camélia, que expõe diferentes trabalhos elaborados pelas Instituições Particulares de Solidariedade Social (IPSS) e outras instituições do território; A Mostra & Concurso, que contempla um conjunto de trabalhos artísticos idealizados por amantes de camélias, participando no concurso com diferentes tipologias de prémios; O Bazar Bel´Vinho, que dispõe de diferentes vinhos do território para venda e respetiva degustação e o Bazar de Inverno, que dá a oportunidade aos artesãos locais de vender os seus produtos a quem visita.

Este evento exigiu um trabalho árduo por parte de todos os elementos da equipa, tanto a nível administrativo como “decorativo”.

Esta foi uma atividade desafiante, mas prazerosa, pois a estagiária teve a oportunidade de assumir a posição de mestre de cerimónia, apresentando o evento a todos que estavam presentes. Adquiriu novas aptidões para a coordenação e desenvolvimento de eventos.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 6 - Conjunto de ilustrações Dias da Camélia

## 1.2 Promoção do território: eventos nacionais e internacionais

Durante o estágio, a estagiária teve oportunidade de colaborar com o ST, na participação de dois eventos cruciais para a divulgação da cidade de Santo Tirso, mais concretamente, a apresentação da BTL (Bolsa de Turismo de Lisboa) 2022 e a feira internacional de Turismo gastronómico “Xantar 2021” na cidade de Ourense.

### c) Apresentação BTL 2022

A CMST, esteve presente na apresentação da BTL 2022, no dia 21 de outubro de 2021, em representação do Turismo Porto e Norte de Portugal. Esta cerimónia, contou com a presença da secretária de Estado do Turismo, Engenheira Rita Marques, o presidente da Fundação AIP, Jorge Rocha de Matos, o Diretor Geral Adjunto Lisboa Feiras Congressos e Eventos, Pedro Braga e o vice-presidente do Turismo Porto e Norte de Portugal, Inácio Ribeiro. Verificamos também, a comparência de diferentes Municípios do Turismo Porto e Norte de Portugal, Turismo de Centro de Portugal e o Turismo da Madeira e Turismo dos Açores.

Este evento teve por base, um encontro entre diferentes personalidades do setor do Turismo e a promoção de posicionamento da BTL a nível internacional. A internacionalização foi o fator chave deste evento, protagonizando a importância deste elemento como vetor estratégico. Houve um apelo à cooperação entre os vários representantes do Turismo, através da sua participação na BTL 2022, contribuindo para a sua notoriedade e competitividade além-fronteiras. Esta cerimónia foi importante para o contexto turístico nacional e uma grande oportunidade de o Município de Santo Tirso, assumir uma posição relevante enquanto destino com fortes potencialidades turísticas, ainda a serem descobertas e exploradas. Este foi um momento fulcral para a estimulação da vertente comunicativa e linguística, dando a conhecer os principais atrativos do território de Santo Tirso, cativando à respetiva visita. Em acréscimo, salienta-se a criação de novos contactos, tendo sido imprescindível para a captação de novos conhecimentos acerca da indústria turística.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 7 - Conjunto de ilustrações Lançamento BTL 2022

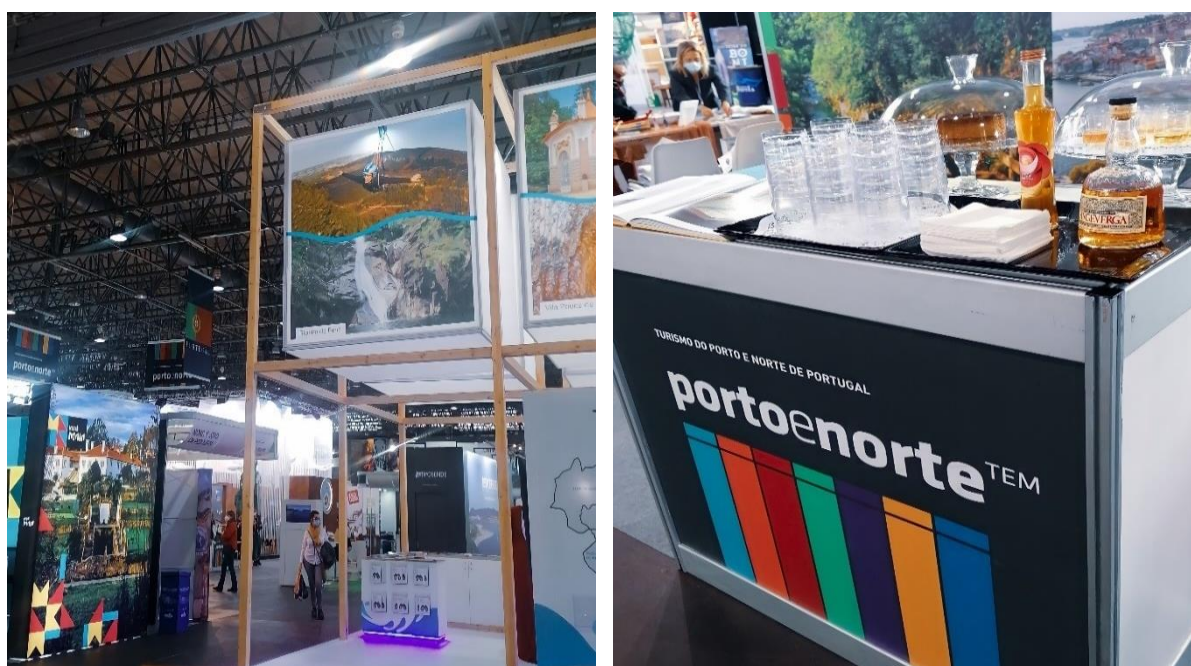
#### d) Xantar 2021

Xantar 2021 realizou-se entre os dias 3 a 7 de novembro em Espanha, concretamente na cidade de Ourense.

O Município de Santo Tirso, com o auxílio do ST esteve presente no dia 4 de novembro, representando o Turismo Porto e Norte de Portugal.

Este evento, enquanto promotor gastronómico permitiu dar a conhecer aos vários representantes do setor da restauração e instituições públicas presentes, os principais produtos que o território de Santo Tirso oferece a quem visita.

Como núcleo representativo do Município, deram a conhecer os principais licores (licor de Singeverga e licor de Rosas) e os doces ancestrais (o Jesuíta, o pudim de Condensa Aldara e os Pivetes). Este foi um momento relevante para a atração de potenciais visitantes, pois verificou-se um fluxo considerável, abrangendo diferentes públicos-alvo. Este foi um evento crucial para consolidar conhecimentos acerca do mercado espanhol, e consecutivamente, despertou uma nova forma adaptativa de comunicação, lidou com diferentes faixas etárias, tendo que corresponder às suas expectativas.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 8 - Conjunto de ilustrações Xantar 2021

### e) Ofertas oficiais do Município de Santo Tirso

O ST tem como uma das suas principais funções, a criação de *packagings* holísticos que dê a conhecer o território a quem visita.

Quando existem visitas organizadas, concursos locais ou cerimónias formais, todos os elementos são apresentados com um conjunto de materiais representativos da cidade, onde se exemplifica com literatura referente aos principais atrativos ou até mesmo os produtos regionais.

Esta é uma das principais formas de comunicação que permite a criação de memórias e respetivamente, a estimulação de revisita.

Ao longo das 950 horas, foram concretizadas diferentes ofertas oficiais, dinamizadas através de diferentes formatos. Estas atividades foram fulcrais para a incrementação da criatividade, mas acima de tudo, também representa a responsabilidade do exercício, no sentido de criar e construir ofertas homogéneas.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 9 - Conjunto de ilustrações ofertas oficiais

### 1.3 Coordenação de visitas, eventos formais e feiras

O ST tem um papel fulcral na coordenação das principais visitas, eventos e feiras locais. A sua dinamização implica o delineamento de estratégias e planos que contribuam para a eficácia destas colaborações.

Ao longo do estágio, participou mensalmente nos MeMU, em protocolos e na condução de eventos dinamizados pelo serviço. Em suma, colaborou no desenvolvimento de visitas guiadas.

#### **f) Mercados e Mostras Urbanos**

Os MeMU acontecem no segundo fim-de-semana de cada mês. Esta ocorrência é caracterizada por desenvolver espaços de troca comercial e exposição de coleções, atraindo os residentes, como também visitantes. Esta tradição estimula a dimensão social, através das várias interações humanas, fomentando de forma direta os diferentes setores produtivos e criativos.

Estas feiras são divididas em dois momentos diferentes: a feira de antiguidades e o bazar de artes e ofícios. A feira de antiguidades acontece ao sábado, contando com vendedores de diferentes zonas da região norte e o bazar de artes e ofícios, realiza-se ao domingo com uma panóplia de artesãos essencialmente tirsenses.

No decorrer deste exercício, a estagiária teve como funções fazer o *check-in* dos artesãos/vendedores, indicando o seu local de exposição e contabilizar e registar de hora em hora, o número de visitantes que estivessem no local.

A colaboração nos MeMU, foi crucial para criação de relações com os artesãos e vendedores, através da fomentação daquilo que é ser resiliente. Além disso, contribuiu para a criação de um novo estigma, face à dinamização de novas estratégias relacionadas com a estrutura idealizada para o desenvolvimento das feiras.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 10 - Conjunto de ilustrações MeMU

### g) Eventos formais: protocolos

A equipa do ST tem como uma das suas principais funções, prestar auxílio em cerimónias que exijam a gestão de acompanhamento formal de personalidades. Neste sentido, os elementos do Turismo posicionam-se como hospedeiras nesses mesmos eventos.

A estagiária teve a oportunidade de colaborar enquanto hospedeira em três eventos específicos: Dia 27 de novembro de 2021, Inauguração do Centro de Arte Alberto Carneiro; Dia 15 de dezembro de 2021, assinatura de protocolo para novo Centro de Formação de Competências *Digitais*; Dia 7 de janeiro de 2022, Cerimónia do Serviço da Juventude.

Nestes eventos, assumiu e adquiriu uma nova postura, em relação ao acompanhamento e coordenação de eventos que exigiram práticas formais.

#### **h) Acompanhamento de visitantes**

No dia 23 de janeiro de 2022, a estudante foi escolhida para receber um grupo de peregrinos na sede do Museu Internacional de Escultura Contemporânea.

Este foi um momento importante para a criação de novos estímulos, face ao contributo da hospitalidade na satisfação dos visitantes. Permitiu a conquista de novas visões, relacionadas com o saber receber e lidar com diferentes faixas etárias.

#### **1.4 Investigação e desenvolvimento turístico**

Ao longo do estágio, deram oportunidade aos estagiários de elaborarem diferentes trabalhos no âmbito do desenvolvimento territorial, com o intuito de fomentar novos formatos digitais para a evolução tecnológica do Município.

#### **i) Cadernos digitais e propostas website**

A estagiária teve a oportunidade de criar cadernos digitais, que discriminam os diferentes serviços do Turismo, tendo como exemplo, os empreendimentos turísticos. Além disso, também foi desafiada para a criação de planos de visita e preparação de novas propostas para o website da CMST, que permitiram contribuir de forma positiva para o desenvolvimento turístico da cidade.

#### **Planos de visita**



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 11 - Planos de visita desenvolvidos no ST

## Cadernos digitais



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 12 - Cadernos digitais desenvolvidos no ST

### j) Visitas técnicas

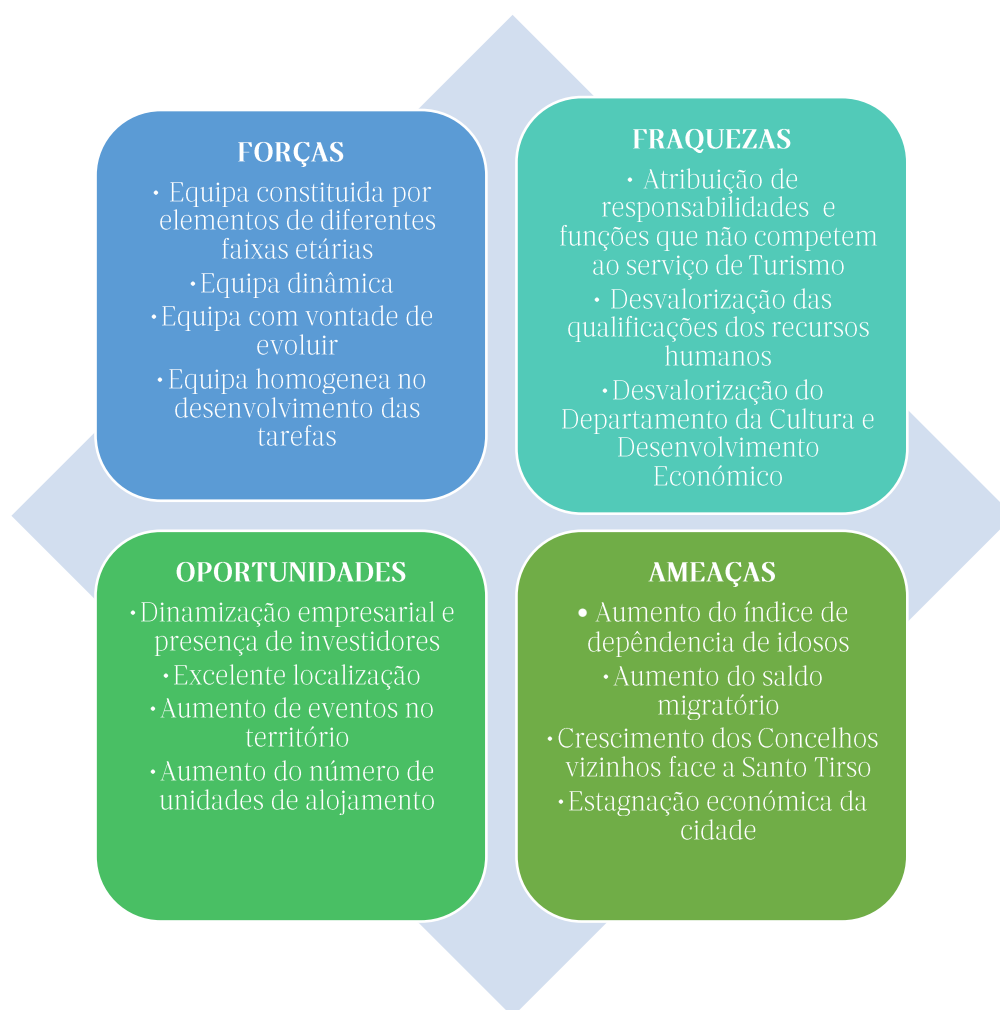
Aliado ao desenvolvimento dos cadernos digitais, o ST proporcionou-lhe o acompanhamento da equipa em duas visitas técnicas, nos dias 25 de novembro e 13 de dezembro. Estas visitas tiveram como objetivo a formulação de novas atrações turísticas. Esta atividade foi importante para a compreensão do processo evolutivo da criação de um novo produto turístico.

## Capítulo cinco - Reflexão e análise crítica

### 1. Análise SWOT no serviço de Turismo CMST

A utilização da ferramenta análise SWOT, tem uma função importante no desenvolvimento estratégico das várias empresas. O objetivo é identificar e consecutivamente, analisar as principais tendências, através da caracterização dos recursos internos e externos existentes, tendo estes, impactos negativos e positivos.

Esta metodologia analisa as oportunidades, as forças e as fraquezas, sendo caracterizada pelo seu carácter dinâmico, que tem como finalidade transformar as ameaças em oportunidades e eliminar as fraquezas através do desenvolvimento das forças (Phadermrod, Crowder, & Wills, 2019). A análise SWOT irá ser aplicada no ST da CMST, como podemos observar no esquema 4.



Fonte: Elaboração própria

Esquema 4 - Análise SWOT

## **1.1 Análise interna**

### **1.1.1 Fraquezas**

O ST de Santo Tirso, é composto por 6 elementos que têm qualificação de grau superior. A estagiária verificou um número abundante de funções para um número reduzido de elementos, refletindo-se no desenvolvimento dessas mesmas responsabilidades.

Enquanto estagiária, no decorrer deste processo de observação e envolvimento da vertente prática, constatou que o executivo deveria debruçar-se sobre este serviço e refletir sob o exercício que é praticado. A sugestão passa por diminuir o número de funções (excluindo aquelas que não competem à vertente turística), ou aumentar o número de recursos humanos, priorizando as qualificações relativas à amplitude turística.

### **1.1.2 Forças**

Este serviço contempla uma equipa com elementos de diferentes faixas etárias, sendo uma característica positiva para o desempenho das várias funções. O facto de deterem diferentes pensamentos e experiências, permitem a personalização de uma conduta fortalecida pela elevação de diferentes conhecimentos.

Este fator, faz com que haja uma interajuda motivadora entre os vários elementos, fazendo com que o exercício praticado seja desenvolvido de forma eficiente e eficaz. Reforça-se, a constante vontade de evoluir por parte do serviço, através do incentivo para a participação dos elementos em formações. A estagiária salienta que essa fomentação de conhecimento visa também os estagiários, por parte da chefe de serviço.

## **1.2 Análise externa**

### **1.2.1 Ameaças**

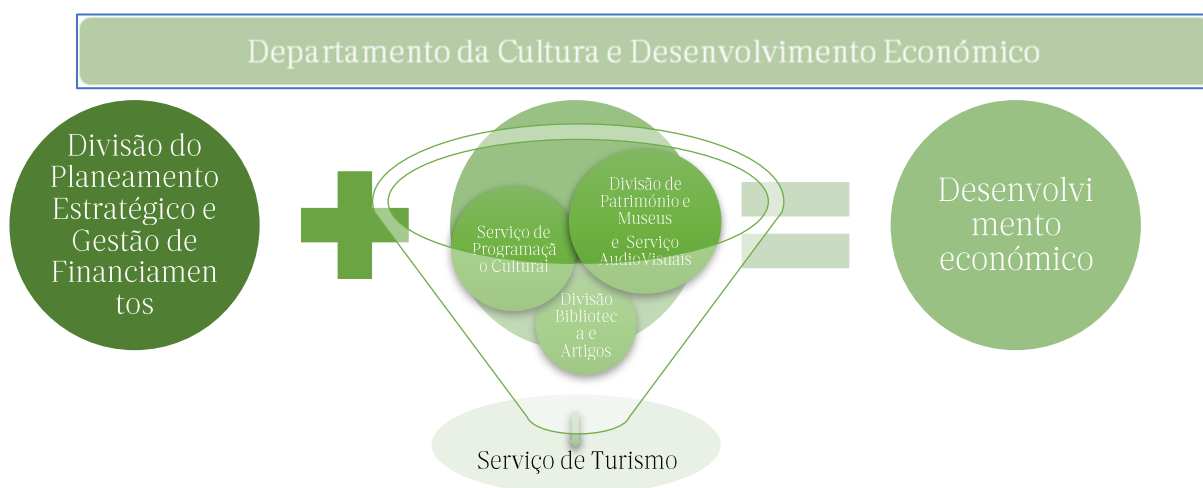
Santo Tirso encontra-se localizado em zona de charneira, sendo um fator positivo para a estimulação do Turismo. Contudo, o desenvolvimento do Turismo na cidade encontra-se numa fase de crescimento, no qual exige uma maior dedicação relativamente à construção de estratégias e planos que revitalizem a comunidade tirsense e todas as potencialidades que caracterizam este território.

Durante estas 950 horas, verificou-se que o ST, não tem sido anuído como um elemento prioritário no progresso urbano. Neste prisma, é necessário demonstrar que a indústria turística, poderá ser a solução para o crescimento territorial a todos os níveis, sejam eles económicos, socioculturais e naturais. Desta forma, compreender a importância do impacto deste segmento nos territórios é crucial para a sua progressão.

Uma das soluções que se sugere é a criação de um novo esquema de prioridades, dentro do Departamento de Cultura e Desenvolvimento Económico da CMST.

Para a construção desta nova dinâmica, é necessário compreender que a indústria turística contempla um valor significativo no panorama económico dos vários territórios, cuja integração é fulcral para a estimulação das várias vertentes que desembocam neste setor. O efeito multiplicador que contem, exprime efeitos diretos e indiretos que se encontram induzidos nos outros serviços que completam o setor económico. Consideramos que as maiores economias do mundo, tem como suporte as maiores atrações turísticas, sendo um dos maiores benefícios representativos da indústria de serviços (Bunghez, 2016).

Neste sentido, tendo em conta a polivalência do Turismo e a globalidade dos exercícios praticados que capacitam e cooperam com outros serviços, evidenciamos a notoriedade do setor do Turismo na base do esquema apresentado (esquema 5).



Fonte: Elaboração própria

Esquema 5 - Esquema de prioridades para o departamento da cultura e desenvolvimento económico

A colaboração e interajuda entre a divisão do planeamento estratégico e gestão de financiamentos com o ST, irá contribuir para a progressão económica da cidade, salientando-se que os serviços de Programação Cultural, Património e Museus, Audiovisuais e divisão da biblioteca e artigos, estão dependentes do ST. Desta forma, é fundamental revelar que estas vertentes que se encontram vinculadas a este segmento, o seu êxito, tem por base, a progressão da indústria turística. Nesta perspetiva, o foco no Turismo é uma vantagem para o sucesso de todos os serviços do Departamento da Cultura e Desenvolvimento Económico da CMST.

Contudo, numa visão geral, evidencia-se o facto de sentir a falta de conectividade e devida importância em relação ao departamento da Cultura e Desenvolvimento Económico.

Após esta experiência curricular, a estagiária consegue aferir que se não houver atuação por parte do executivo na valorização deste departamento, afunilando para o ST, Santo Tirso poderá sofrer novas baixas em relação ao índice de dependência de jovens, indicador que tem diminuído drasticamente ao longo dos anos, devido ao grau elevado de dependência de idosos.

Este é um Concelho que se encontra numa posição intermédia em relação aos valores representados pelas faixas etárias. Contudo, verifica-se um número superior de indivíduos com 65 anos ou mais, comparativamente com o número de jovens. O que acaba por revelar uma tendência para o envelhecimento populacional duplo (Câmara Municipal de Santo Tirso, 2011). Consecutivamente, uma regressão do saldo migratório, demonstrando um número superior de emigrações, relativamente ao número de imigrações.

Na última da década, verificou-se (2011-2021) uma diminuição abrupta de 22.129 habitantes na AMP, onde se destaca o Concelho de Santo Tirso. Este território apresentava 71.530 habitantes no ano de 2011, contudo, apresentou ao longo da década, um decréscimo de 5,2%, contemplando em 2021, 67.785 residentes, sendo este um fator preocupante para o Município (Lusa, 2021). Esta diminuição populacional poderá contribuir para a estagnação económica e demográfica do Concelho, devido à deslocação dos residentes para os Municípios Vizinhos.

### 1.2.2 Oportunidades

Santo Tirso apresenta-se com indicadores económicos bastante favoráveis, no ano de 2020 foram aprovados 260 projetos pelos programas: Compete 2020, Norte 2020 e PDR 2020, representando 220 milhões de euros de investimento privado. Verificou-se um crescimento de 30% em relação ao ano transato (2019) (Diário de Santo Tirso, 2021).

O INVEST Santo Tirso tem tornado esta dinamização económica possível, através dos diferentes apoios relativos às candidaturas aos projetos de financiamento comunitário.

Considera-se que este território se encontra em plena ascensão, sendo este um fator estimulante e positivo para a presença de novos investidores no âmbito do desenvolvimento turístico da região. Em acréscimo, contribuirá para a criação de novos postos de trabalho que fixará a população tirsense.

Além disso, apresenta um ótimo posicionamento em relação às redes ferroviárias e rodoviárias e uma grande proximidade do Aeroporto Francisco Sá Carneiro, sendo esta uma vantagem para a circulação de pessoas, produtos e serviços.

Esta excelente localização tem atraído um número considerável de eventos para o território, onde destacamos os eventos desportivos a nível nacional e internacional. Estas ocorrências têm permitido dar a conhecer Santo Tirso a públicos totalmente distintos, o que permite um melhor planeamento e gestão do traçado de perfil de turista deste Concelho.

Estes eventos têm sido um dos principais catalisadores para a abertura de novas unidades hoteleiras que têm diversificado a oferta turística deste território. Neste sentido, Santo Tirso poderá ter a oportunidade de se tornar um destino competitivo, através da capacidade de aumento de receitas geradas pelo Turismo.

Em suma, possivelmente atrairá um número significativo de turistas, com a criação de experiências memoráveis e inesquecíveis para quem visita, nunca descuidando o bem-estar dos residentes e nunca comprometendo as gerações futuras (Mazanec et al., 2007).

## 2. Estratégia para captação do turista

### 2.1 Acompanhamento do desenvolvimento cíclico do Turismo

O crescimento turístico numa cidade, passa pela assimilação de que a dinamização deste segmento, contem um conjunto de etapas que devem ser devidamente consideradas e acima de tudo, respeitadas. A compreensão e reflexão perante as fases do Turismo, é essencial para a avaliação da sua performance face ao crescimento da cidade e respetiva captação de turistas (Henriques, 2003).

Desta forma, com o auxílio dos autores Butler et al. (2006) apresenta-se na tabela 6, o ciclo de evolução de uma área turística.

Tabela 7 - Estágios do Turismo

Estágios	Nome	Descrição
1 <sup>a</sup>	Exploração	Os visitantes são cativados pelos recursos primários da cidade. Verificamos um crescimento lento de turistas (essencialmente excursionistas).
2 <sup>a</sup>	Envolvimento	Os agentes locais são movidos para a prestação de serviços aos turistas. Verificamos nesta fase o desenvolvimento de infraestruturas de apoio ao Turismo. Os turistas passam a pernoitar na cidade.
3 <sup>a</sup>	Desenvolvimento	Nesta fase verificamos a maturidade turística, onde detetamos um crescimento exponencial da oferta turística. Consecutivamente, os operadores turísticos tornam-se essenciais para atração de turistas. A concorrência já passa a ser um dos principais assuntos em debate.
4 <sup>a</sup>	Consolidação	Na fase de consolidação deparamo-nos com um cenário de estagnação da atividade turística. O Turismo poderá entrar em declínio, podendo perder a sua capacidade de atração de turistas. Contudo, o desenvolvimento turístico nesta fase final, poderá ser uma etapa de rejuvenescimento, onde a

		dinamização da cidade é realizada através de um processo inovador e revitalizador que enaltece as várias vertentes que englobam o setor.
--	--	--

Fonte: Elaboração própria com auxílio dos autores: Butler, Cooper, Hall & Timothy, (2006)

## 2.2 A importância das organizações de gestão do destino

Em consonância com os vários estágios turísticos, ressaltamos a relevância das organizações de destinos no planeamento, promoção e comercialização dos destinos turísticos (Buhalis, 2000).

No caso do Município de Santo Tirso, verifica-se que a ausência de foco no Turismo e todos os intervenientes que estimulam este setor, faz com que não atinjam os resultados esperados.

Nesta perspetiva, é crucial compreender o papel das organizações de gestão dos destinos. Estas assumem quatro posições inerentes para desenvolvimento e estimulação do fluxo turístico, nomeadamente: a) Criação de diferentes estratégias; b) Articulação destas estratégias com os interesses refletidos pelos visitantes e pela comunidade local do destino; c) Criação e desenvolvimento de diferentes produtos turísticos e respetiva comercialização e d) Estas organizações, (no caso específico o Município) são as gestoras do planeamento e marketing de destino (Heath & Wall, 1991).

## 2.3 Criação da imagem de marca de destino

A articulação entre os destinos turísticos e as organizações de destino compõem aquilo que denominamos de imagem e marca de destino que comunica a sua identidade através dos componentes tangíveis e intangíveis que caracterizam o destino turístico. Esta é uma ferramenta de marketing que apoia a criação de componentes que caracterizem a identificação do destino, através de uma imagem consistente que tenha a capacidade de transmitir a experiência que o turista possa viver.

Para o desenvolvimento da mesma, existe a necessidade crescente de construir diferentes estratégias que tenham a capacidade de estimular e atrair um número relevante de turistas. Na indústria do Turismo a orientação das várias culturas para os diferentes serviços, será uma das maiores vantagens competitivas de *branding* (Blain et

al., 2005). A marca de destino engloba um conjunto de experiências que irão promover e valorizar a imagem dos diferentes destinos, dependendo da sua posição no mercado (Balakrishnan, 2009).

Santo Tirso revela um grande potencial para o desenvolvimento turístico, contudo necessita de ter em consideração a importância do desenvolvimento de planos e estratégias que estimulem este setor.

#### 2.4 Segmentação do público-alvo

A construção de pontos de atração de turistas, assenta no desenvolvimento de dois sistemas gerais: o sistema de produção e o sistema de divulgação e promoção.

A aplicação destas duas ferramentas deve ser feita, através da fixação e adoção de um conjunto de significados que irão caracterizar as respetivas áreas que com ajuda da comunicação, transformarão um simples lugar num verdadeiro palco de interações sociais. Interações estas, que estimularão um fluxo significativo de pessoas que de forma direta e indireta irão contribuir para o surgimento de um novo atrativo turístico (Young, 1999).

Realçamos também o sistema de consumo, que se encontra interligado com a compreensão do lugar por parte dos seus visitantes. Segundo Young, (1999), o conteúdo afeto ao local está inteiramente envolvido com a experiência proporcionada a quem visita. Todavia, estes significados deverão ter em conta as diferentes variáveis intrínsecas às motivações dos turistas (exemplos: contexto histórico-social e motivações psicológicas que os levam a viajar).

Desta forma, com ajuda do autor Young, (1999), apresenta-se a importância da segmentação do público-alvo com o intuito de satisfazer as necessidades dos visitantes, e acima de tudo, corresponder às suas expectativas. Além disso, a segmentação ajudará a personalizar os diferentes locais de atratividade.

Após esta segmentação, iremos desenvolver novas experiências aos visitantes, criando perceções positivas acerca desses mesmos focos de atratividade, criando assim, uma boa imagem coletiva da cidade de Santo Tirso.

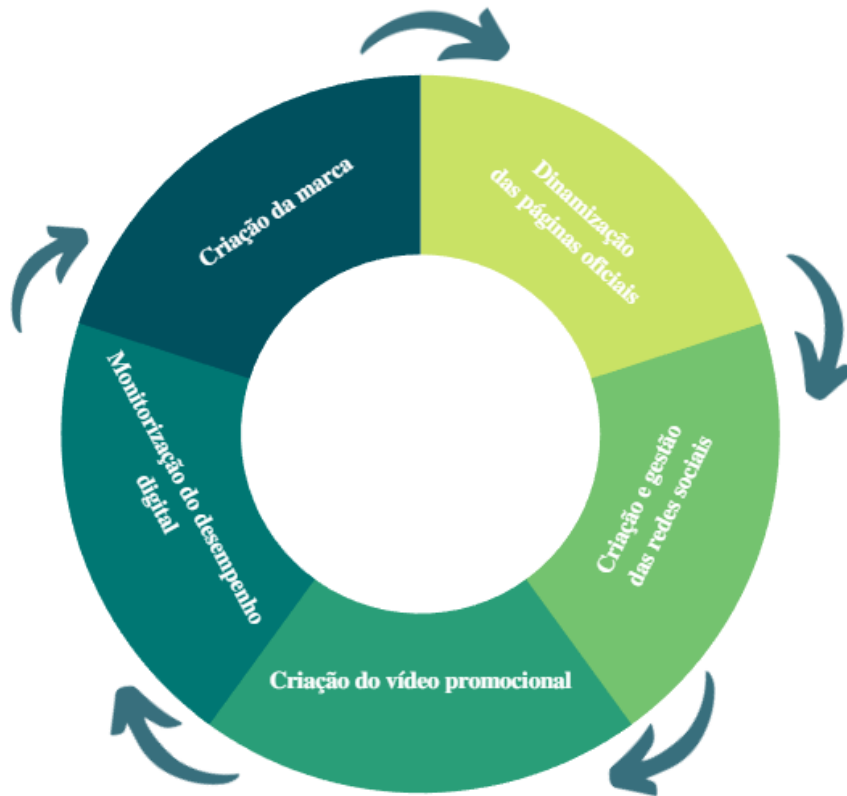
## 2.5 Adaptação do destino às ferramentas eWOM

O *Word-of-Mouth* (WOM) tem ganho especial importância no desenvolvimento de atividades ligadas à indústria turística. O WOM tem demonstrado maior eficácia na construção de relações de lealdade para com os consumidores. Contudo, com o aparecimento da Internet, assistimos a uma ampliação do conceito tradicional de WOM para *Electronic Word-of-Mouth* (eWOM), focalizando-se nas comunidades virtuais (Gruen et al., 2006).

O eWOM é aplicado através de comunicações informais entre os produtores de serviços e os seus consumidores. Esta relação é construída através de interações virtuais feitas nos vários canais de comunicação, sendo estes veículos de partilha de informação e de troca de opiniões. Estes feedbacks em linha, tem especial importância no Turismo, pois permitem que as organizações de gestão do destino, analisem a satisfação do turista face ao destino e conseqüentemente monitorizem a sua marca de destino.

É crucial salientar que os consumidores que utilizam as ferramentas da Web 2.0 para comunicarem, têm maior confiança perante as críticas em linha do que os outros meios tradicionais. Estes canais de comunicação geram uma forte influência nas decisões de compra dos consumidores, sendo algo decisivo no setor do Turismo (Litvin et al., 2008). Neste sentido, o Município de Santo Tirso deveria apostar no marketing digital, pois esta é uma vantagem competitiva para os destinos, relativamente ao seu posicionamento no mercado turístico. A presença online aumenta a notoriedade dos vários destinos turísticos, através da criação e desenvolvimento do seu *branding* nos canais digitais, onde os turistas mais aderem. Podemos ver um exemplo de estratégia digital no esquema 6.

Nestes canais digitais é possível alcançar diferentes públicos, de diferentes faixas etárias, sendo vantajoso para a concretização e consolidação do desenho de *branding* de destino, de forma mais rápida e económica.



Fonte: Elaboração própria

Esquema 6 - Etapas estratégia digital

## Parte II - Responsabilidade social e sustentabilidade no Município de Santo Tirso

## Capítulo um - Guia de responsabilidade social e sustentabilidade

### 1. Principais linhas estratégicas do Município de Santo Tirso para o desenvolvimento sustentável

O Município de Santo Tirso tenta intervir na comunidade de forma justa e equilibrada, no sentido de construir uma sociedade mais coesa. Tenta inculcar os melhores comportamentos e hábitos quotidianos, tendo em vista, o desenvolvimento de um ambiente saudável, contribuindo para a qualidade de vida da população. O Município trabalha arduamente nas diferentes vertentes que estimulam o território.

O paradigma da sustentabilidade ambiental é um dos principais meios de atuação na sua gestão municipal. A CMST aplicou um conjunto de medidas que têm em vista, a criação de condutas responsáveis que abrigam os princípios básicos para a proteção do território tirsense, sendo possível verificar na tabela 7 que nos apresenta as principais medidas adotadas pelo Município.

Tabela 8 - Medidas Sustentabilidade Ambiental CMST

Sustentabilidade Ambiental
A drenagem e o respetivo tratamento das águas
Gestão da biodiversidade
Preservação dos espaços verdes e respetivos corredores ecológicos
Tornar os serviços urbanos mais eficientes e eficazes
Educar para a preservação ambiental
Conservar a qualidade do ar
Valorização dos resíduos humanos
Qualidade da água para consumo
Mobilidade Suave

Fonte: Site Oficial CMST

Além disso, a CMST tem apostado em várias iniciativas e projetos que apoiam a vertente da ação social. A inclusão social é uma das principais prioridades municipais. Neste sentido, tem desenvolvido diferentes políticas que visam diminuir as várias disparidades sociais, descritas na tabela 8.

Tabela 9 - Medidas Sustentabilidade Social CMST

Sustentabilidade Social
Estimular a igualdade
Direito à cidadania
Assegurar o bem-estar das crianças e jovens
Atuar em situações de maior desfavorecimento ou carência económica e social, tendo em vista, uma sociedade mais inclusiva.
Estimular os índices de habitabilidade e urbanidade
Promover a coesão territorial
Promover a articulação entre os agentes sociais
Promover ações de cidadania ativa, tendo por base a população sénior

Fonte: Site Oficial CMST

Apoiando e suportando a vertente ambiental e a vertente social, contemplamos a dinamização económica do Concelho.

O gabinete de apoio ao investidor tem um papel preponderante no desenvolvimento da comunidade. Este assenta no *Invest Santo Tirso* que desenvolve diferentes atividades que permitem a evolução territorial, no âmbito do crescimento económico. Na tabela 9 observamos as principais medidas desenvolvidas pela CMST relativas ao paradigma económico.

Tabela 10 - Medidas Sustentabilidade Económica CMST

Sustentabilidade Económica
Incremento do Desenvolvimento Rural
Incremento de ações no âmbito do Turismo e das Indústrias Criativas
Apoio aos investidores e respetivo acompanhamento de projetos de investimento
Fomentar e dinamizar as áreas de acolhimento Empresarial
Informação sobre sistemas de incentivos

Fonte: Site Oficial CMST

A autarquia de Santo Tirso, afunila as suas ações responsáveis e sustentáveis, essencialmente nas vertentes socioeconómicas e ambientais.

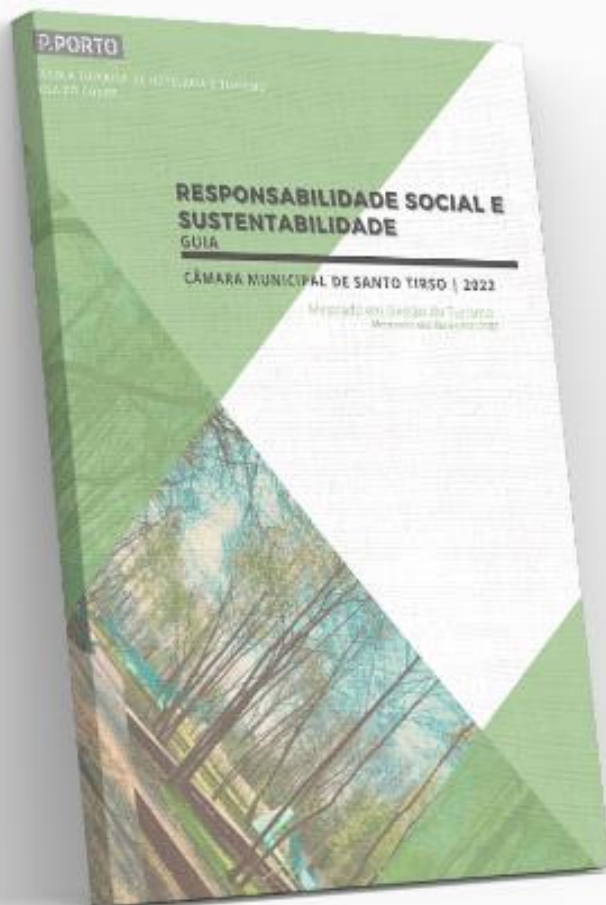
## 2. O Guia de Responsabilidade social e sustentabilidade

O Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade foi desenvolvido como um complemento às medidas já adotadas pelo Município.

A sua estrutura fundamenta-se na Estratégia Turismo 2027 e no Plano Turismo + Sustentável 20-23.

O conteúdo desenvolvido foi descrito através de uma análise exaustiva a um conjunto de autores que analisam o paradigma da responsabilidade e da sustentabilidade.

Ao longo da leitura do guião é possível contemplar as principais esculturas que representam um dos principais atrativos turísticos da cidade, o Museu de Escultura Contemporânea a céu aberto, com o intuito de demonstrar a importância da sua preservação.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 13 - Protótipo do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade

## Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade

### Ficha técnica

Documento desenvolvido no âmbito da realização de estágio curricular no Serviço de Turismo da Câmara Municipal de Santo Tirso, enquanto mestranda em Gestão do Turismo, da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Vila do Conde.

### Autor(a)

Ana Catarina da Costa Roriz

### Orientador(a)

Professora Especialista Mónica Oliveira

### Data

Junho de 2022

### Imagens das Esculturas

Câmara Municipal de Santo Tirso

## SUMÁRIO

Lista de tabelas.....	3
Lista de ilustrações .....	3
Lista de esquemas.....	3
Introdução .....	4
Parte I – A responsabilidade social e a sustentabilidade.....	6
1. A responsabilidade social e a sustentabilidade no desenvolvimento turístico .....	7
2. Caracterização do destino - Santo Tirso.....	8
2.1 Transformar Santo Tirso – Destino responsável e sustentável .....	9
Parte II – Desenvolvimento do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade .....	10
1. Identificação dos objetivos .....	11
2. Ações a desenvolver – Plano de ação .....	13
2.1 Descrição do primeiro grupo de ações .....	14
2.2 Descrição do segundo grupo de ações .....	18
2.3 Descrição do terceiro grupo de ações .....	21
3. Consolidação do Guia de responsabilidade social e sustentabilidade .....	25
Parte III – O Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade na comunidade tirsense .....	27
1. Propostas de comunicação.....	28
Considerações finais .....	29

## Lista de tabelas

Tabela 1 - Principais autores utilizados para o desenvolvimento dos princípios.....	12
Tabela 2 - Plano de ação para o Município de Santo Tirso.....	13
Tabela 3 - Primeiro grupo de ações: turismo e turistas responsáveis.....	14
Tabela 4 - Segundo grupo de ações: proteção da vida terrestre.....	18
Tabela 5 - Terceiro grupo de ações: instituição eficazes e inovadoras.....	21
Tabela 6 - Tabela resumo do Guia.....	25
Tabela 7 - Cronograma do Guia.....	30

## Lista de ilustrações

Ilustração 1 - Tirsa, 2020.....	4
Ilustração 2 - Escultura Sem Título, 2001.....	5
Ilustração 3 - Escultura Sem Título, 2001.....	6
Ilustração 4 - Hangul character, 1999.....	6
Ilustração 5 - Le porteur de vide, 2015.....	6
Ilustração 3 - Água para Alberto, 2018.....	10
Ilustração 7 - Fragmentos, 1999.....	21
Ilustração 8 - Escada, 1997.....	27
Ilustração 9 - Guia no site oficial da CMST.....	28
Ilustração 10 - Flyer do Guia.....	28
Ilustração 11 - Guia nas redes sociais.....	28
Ilustração 12 - Guia disponível para a comunidade.....	29

## Lista de esquemas

Esquema 1 - Etapas para o desenvolvimento do Guia.....	9
Esquema 2 - Princípios do Guia.....	11



Fonte: MIEC

Ilustração 1 - Tirsa, 2020

## Introdução

A indústria turística, enquanto setor de alavancagem das várias economias locais, assume novas posições face aos impactes causados pela atual situação pandémica. Foram criadas novas dinâmicas territoriais, no sentido de recuperar a atividade turística, através da construção de uma conduta transformadora que tem como alicerces, o reforço do desenvolvimento responsável e sustentável das várias comunidades (Turismo de Portugal, I.P., 2020).

Este processo de recuperação, emerge da adoção de novas ferramentas sustentáveis que devem ser aplicadas em toda a cadeia de valor, desde a oferta turística até à procura turística.

Enquanto indústria adaptativa e multifacetada, articulará eficientemente os recursos naturais, socioculturais e económicos, potenciando e conservando as várias comunidades (Hunter, 1997; Lickorish & Jenkins, 2011).

Nesta perspetiva, o Turismo tem um compromisso para com os vários intervenientes que estimulam e fomentam o exercício turístico.



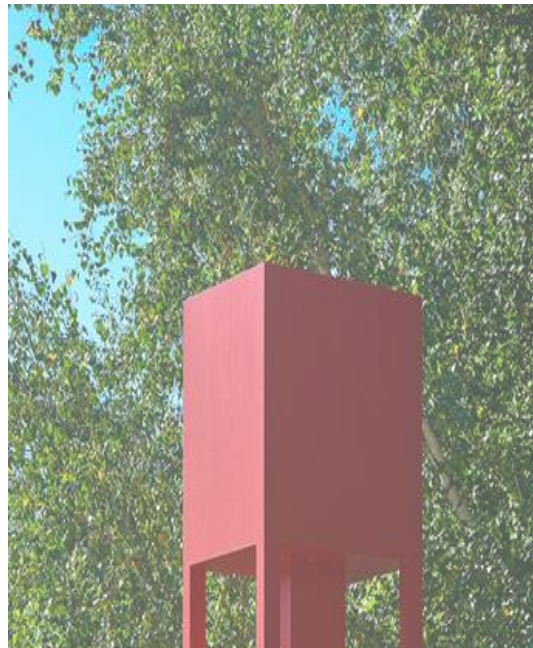
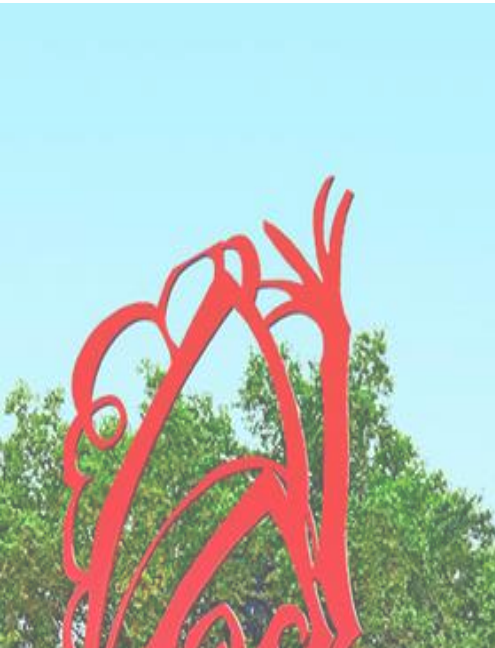
O presente guia foi desenvolvido com o intuito de ser uma nova ferramenta de orientação para o Município de Santo Tirso.

A elaboração deste guia, tem como finalidade, o crescimento responsável e sustentável do Turismo na cidade. Além disso, pretende tornar este território, num destino competitivo que apela à adoção de planos conducentes a práticas de conservação e respeito pela comunidade tirsense. Esta ferramenta será igualmente importante, para apoiar e auxiliar as tarefas desenvolvidas pelo Serviço de Turismo (ST) da Câmara Municipal de Santo Tirso (CMST).

*A sustentabilidade no Turismo é um objetivo e um caminho que deve ter em conta as necessidades dos visitantes, do setor e das comunidades, bem como os seus impactes ambientais, económicos e sociais no presente e no futuro. (Turismo de Portugal, I.P., 2020, p. 5)*

Fonte: MIEC

Ilustração 2 - Escultura Sem Título, 2001



Parte I – A responsabilidade social e a sustentabilidade



Fonte: MIEC

Ilustração 3 - Escultura Sem Título, 2001

Fonte: MIEC

Ilustração 4 - Hangul character, 1999

Fonte: MIEC

Ilustração 5 - Le porteur de vide, 2015

## 1. A responsabilidade social e a sustentabilidade no desenvolvimento turístico

A sustentabilidade e a responsabilidade social (RS), ocupam um lugar importante no processo de desenvolvimento e crescimento da indústria turística.

Estes dois conceitos estão relacionados com os diferentes domínios que caracterizam esta atividade, (vertente económica, sociocultural e ambiental) constituindo assim, uma das maiores correntes de bens, serviços e pessoas (Lickorish & Jenkins, 2011).

O Turismo assume-se enquanto influenciador de uma comunidade sustentável, que procura a aplicação de novas linhas orientadoras vinculadas ao paradigma da RS. Este conceito expressa a construção de uma atitude coletiva e individual, que minimiza os efeitos negativos das ações repercutidas pelo setor.

Assim, o Turismo pretende criar novos benefícios para o crescimento dos territórios enquanto destinos turísticos (Devinney, 2009). O apelo ao respeito pelas várias comunidades é um dos principais palcos de atuação, que deve ser promovido através da adoção de uma nova visão face à atividade turística, nomeadamente o domínio de uma perspetiva holística.

O reconhecimento do Turismo como um elemento holístico e multidimensional, permite o seu melhor desempenho.

## 2. Caracterização do destino - Santo Tirso

Santo Tirso, cidade antigamente chamada de Santo Thyrsos de Riba d’Ave, apresenta-nos uma beleza identitária inigualável. Este é um lugar com uma força projetiva que nos eleva ao seu passado de glória, sendo verificável no seu património cultural que a tanto caracteriza (Pimentel, 2011).

Santo Tirso está localizada na trajetória entre o Vale do Sousa, o Vale do Ave e o Grande Porto, contemplando uma área de abrangência de 136,6 Km<sup>2</sup>, que circunscreve catorze freguesias ao longo da sua extensão territorial.

O Município representa um dos dezassete Concelhos que integram a Área Metropolitana do Porto (AMP) (Carvalho, 2003).

Atualmente, residem na cidade 67 725 pessoas, das quais 32 249 são homens e 35 476, são mulheres.

A CMST tem apostado significativamente na adoção de novos hábitos quotidianos em prol do desenvolvimento sustentável na cidade, rumando para uma comunidade mais justa e equilibrada tendo como objetivo, oferecer melhor qualidade de vida aos seus residentes e visitantes.

Salientamos a sua distinção, enquanto Município que comporta as melhores práticas sustentáveis, tendo sido reconhecido pela Associação Bandeira Azul da Europa no âmbito da mobilidade sustentável.

Santo Tirso encontra-se em progresso, através da valorização e conservação dos seus principais recursos naturais, socioculturais e económicos.

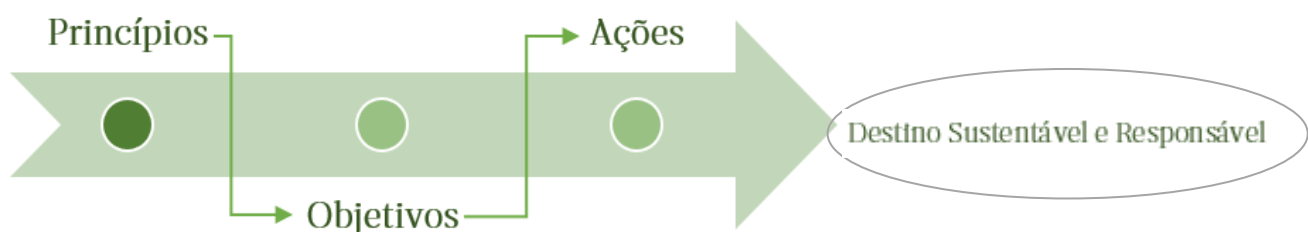
## 2.1 Transformar Santo Tirso – Destino responsável e sustentável

O desenvolvimento sustentável do setor do Turismo, reflete a implementação de políticas e regulamentos que definam o planeamento turístico. Este é um setor que domina as vontades e necessidades da sociedade moderna, adaptando-se aos diferentes tipos de realidades traduzidas pelos destinos.

As medidas territoriais concebidas pelos vários Municípios, são cruciais para a redução das amenidades socioculturais, económicas e ambientais. Estas abrigam o conceito de ética e responsabilidade, tendo sempre em atenção, a comunidade local e os seus visitantes (Choi & Sirakaya, 2006).

A pesquisa e investigação por parte das entidades responsáveis pela dinamização e gestão do Turismo, contemplam um papel crucial na construção e viabilidade de novas ações que afetem diretamente e indiretamente, a construção de uma estrutura social sustentável (Loulanski T. & Loulanski V. ,2011).

Este guia foi desenvolvido através da identificação de quatro princípios gerais, criados no âmbito da sustentabilidade ambiental, sociocultural e económica. Estes foram definidos através da reflexão de quatro objetivos específicos, que se encontram vinculados a um conjunto de ações, que desenvolvidas poderão tornar Santo Tirso num verdadeiro exemplo de destino sustentável.



Fonte: Elaboração própria

Esquema 1 - Etapas para o desenvolvimento do Guia



Parte II – Desenvolvimento do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade



Fonte: MIEC

Ilustração 6 - Água para Alberto, 2018

## 1. Identificação dos objetivos

Os objetivos foram definidos através da análise de perspetivas refletidas por diferentes autores, consolidadas com o auxílio da Estratégia Turismo 2027 e do Plano Turismo + Sustentável 20 - 23.

### Princípios

Conservar  
+  
Cooperar

Promover

Posicionar

### Objetivos

- 
- **Conservar** a identidade local e os seus valores
  - **Estimular a cooperação** entre todos os intervenientes da prática turística
  - **Promover** a prática da preservação ambiental enquanto benefício económico, através da gestão eficiente dos recursos existentes no desenvolvimento da atividade turística
  - **Posicionar** a sustentabilidade como fator de desenvolvimento e competitividade

Fonte: Elaboração própria  
Esquema 2 - Objetivos do Guia

Tabela 1 - Principais autores utilizados para o desenvolvimento dos princípios

<p><b>Promover</b> a prática da preservação ambiental enquanto benefício económico, através da gestão eficiente dos recursos existentes no desenvolvimento da atividade turística</p> <p>Cooper (1992)</p> <p>Smith-Sebasto e D'Costa (1995)</p> <p>Vaske e Koblin (2001)</p> <p>Holden (2003)</p> <p>Cheng e Wu (2015)</p>	<p><b>Conservar</b> a identidade local e os seus valores</p> <p>Estimular a <b>cooperação</b> entre todos os intervenientes da prática turística</p> <p>Cooke (1982),</p> <p>Murphy (1985)</p> <p>Robinson (1999)</p> <p>Choi e Sirakaya (2006)</p> <p>Coccosis (2009)</p> <p>Webster (1975)</p> <p>Vinson, Scott e Lamont (1977)</p> <p>Weeden (2008)</p> <p>Chilufya, Hughes, e Scheyvens (2019)</p>	<p><b>Posicionar</b> a sustentabilidade como fator de desenvolvimento e competitividade</p> <p>Hassan (2000)</p> <p>Sullivan e Jackson (2002)</p> <p>Bowen (1953)</p> <p>Carroll (1991)</p> <p>Donaldson e Preston (1995)</p> <p>McWilliams e Siegel (2001)</p>
---	--	---

Fonte: Elaboração própria

## 2. Ações a desenvolver - Plano de ação

Tabela 2 - Plano de ação para o Município de Santo Tirso

Princípio   Conservar + Cooperar (Sustentabilidade Sociocultural)	
Objetivo	Conservar a identidade local e os seus valores Estimular a cooperação entre todos os intervenientes da prática turística
1º Grupo de Ações	<b>Integrar</b> os <i>stakeholders</i> na estratégia de gestão do turismo. <b>Integrar</b> os residentes no desenvolvimento da atividade turística. <b>Promover</b> conferências e palestras sobre a importância da hospitalidade na prestação de serviços. <b>Desenvolver</b> parcerias entre o setor privado e o setor público para uma melhor dinamização do turismo.
O que pretendemos?	Turismo e turistas responsáveis
Princípio   Promover (Sustentabilidade Ambiental)	
Objetivo	Promover a prática da preservação ambiental, enquanto benefício económico, através da gestão eficiente dos recursos existentes no desenvolvimento da atividade turística
2º Grupo de ações	<b>Incentivar</b> os principais canais de comunicação na transmissão de informação afeta à sensibilidade ambiental. <b>Desenvolver</b> programas de voluntariado para a preservação do meio ambiente. <b>Promover</b> debates sobre a responsabilidade ambiental. <b>Desenvolver</b> ações de formação para a adoção de novos padrões de consumo e produção responsável.
O que pretendemos?	Proteção da vida terrestre
Princípio   Posicionar (Sustentabilidade Económica)	
Objetivo	Posicionar a sustentabilidade como fator de desenvolvimento e competitividade
3º Grupo de ações	<b>Integrar</b> as ONG na promoção da responsabilidade social e sustentabilidade. <b>Criar</b> novas políticas públicas a favor de uma indústria mais sustentável. <b>Apoiar</b> e incentivar as pequenas empresas. <b>Qualificar</b> a oferta turística para o crescimento económico inclusivo e sustentável.
O que pretendemos?	Instituições eficazes e inovadoras

Fonte: Elaboração própria

## 2.1 Descrição do primeiro grupo de ações

Tabela 3 - Primeiro grupo de ações: turismo e turistas responsáveis

Princípio   Conservar + Cooperar (Sustentabilidade Sociocultural)		
Objetivo	Conservar a identidade local e os seus valores	Estimular a cooperação entre todos os intervenientes da prática turística
1º Grupo de Ações	<p><b>Integrar</b> os <i>stakeholders</i> na estratégia de gestão do turismo</p> <p><b>Integrar</b> os residentes no desenvolvimento da atividade turística</p> <p><b>Promover</b> conferências e palestras sobre a importância da hospitalidade na prestação de serviços</p> <p><b>Desenvolver</b> parcerias entre o setor privado e o setor público para uma melhor dinamização do turismo</p>	
O que pretendemos?	Turismo e turistas responsáveis	

Fonte: Elaboração própria

### Breve introdução - Sustentabilidade sociocultural

O conceito de ética na responsabilidade das comunidades, tem um papel crucial na proteção e conservação dos recursos locais que estimulam o setor do Turismo (Holden, 2003).

Começamos por enfatizar a **oferta turística**, afunilando para a **RS nas organizações** que atuam diretamente neste segmento. Estas têm obrigações e deveres perante os valores que caracterizam determinada comunidade. Os seus valores organizacionais, deverão estar intrinsecamente interligados com os das comunidades que os acolhem, usando-os como princípios orientadores (Bowen & Gond, 2013). Estas devem assumir uma posição de integração de novas condutas sociais e normas morais, acompanhando sempre a ética cultural praticada na sociedade (Carroll, 1991). Em acréscimo, deverão ajudar a comunidade com ações de voluntariado, de forma a estimular a relação com os residentes, expressando aquilo que denominamos de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

Os **residentes** fazem parte deste evento "sociocultural" que é o Turismo. Os princípios e valores da comunidade devem ser valorizados e respeitados pelos mesmos, criando homogeneidade enquanto grupo social.

Em suma, devem procurar aceitar e ter abertura para captar novas perspectivas e mentalidades, refletidas por quem quer conhecer os seus hábitos e costumes. O seu envolvimento neste processo de interação social é crucial para a *performance* da indústria turística (Murphy, 1985).

Na perspetiva da **procura turística**, falando diretamente da **intervenção do turista** face à comunidade que visita, este deve assumir uma conduta socialmente responsável e consciente em relação a todas as temáticas que envolvem o paradigma da sustentabilidade (Webster, 1975).

Os turistas responsáveis poderão ser um vínculo forte para a criação de novas mentalidades no desenvolvimento turístico, contudo para atingir esta consciencialização é necessário adquirir uma forte capacidade de argumentação, em relação aos conhecimentos e informações que envolvem esta temática, não sendo visto como uma mera narrativa, mas sim como um verdadeiro objeto de estudo (Caruana et al. 2014). Os turistas mais jovens têm um papel fundamental no incremento desta responsabilidade, através da participação ativa em diferentes atividades de cariz social, apoiando assim, o desenvolvimento e crescimento de novas intelectualidades sociais e sustentáveis.

## 1º Grupo de Ações

### Denominação: turismo e turistas responsáveis

#### 1º Ação - Integrar os *stakeholders* na estratégia de gestão do Turismo

O desenvolvimento do Turismo deve ser realizado através de objetivos definidos pelos vários intervenientes da oferta turística. Para isto, é fundamental saber a opinião dos *stakeholders* acerca deste setor.

A realização de reuniões trimestrais e aplicação de inquéritos, seriam dois métodos importantes para compreender e analisar as opiniões e sugestões de todos os intervenientes. Santo Tirso já realiza mensalmente encontros com os *stakeholders*, contudo as reuniões trimestrais seriam intrinsecamente afetadas ao desenvolvimento turístico do território.

#### 2º Ação - Integrar os residentes no desenvolvimento da atividade turística

Tornar o residente o principal guia da cidade, priorizando a sua participação na apresentação dos vários atrativos turísticos, refletindo o desenvolvimento da atividade turística de forma mais genuína. Além disso, com esta integração pretende-se demonstrar a importância dos residentes, na produção dos espaços turísticos, contribuindo de forma direta e indireta, para a sua importância enquanto indivíduo responsável que procura intensificar a atividade turística, mas acima de tudo, preservar a sua identidade.

#### 3º Ação - Promover conferências e palestras sobre a importância da hospitalidade na prestação de serviços

Criação de conferências e palestras que revelem a importância da hospitalidade no crescimento e desenvolvimento do Concelho para todos os serviços que compõem o setor. Tendo como finalidade, a criação de um mercado heterogéneo, tendo como alicerces, a acessibilidade, a legibilidade e a identidade da cidade. O Município tem um papel crucial na criação destes elementos, nunca esquecendo que definem a experiência dos visitantes. Em acréscimo, estes eventos de carácter profissional e educacional, poderão ser novos polos de atração.

#### 4º Ação - Desenvolver parcerias entre o setor privado e o setor público para uma melhor dinamização do turismo

Estimular uma "atitude coletiva" entre o setor público e o setor privado, abrangendo todas as organizações deste setor, tendo em vista, o melhor desempenho do Turismo. Capacitando assim, os empresários e gestores a liderar o Turismo do futuro, nomeadamente um Turismo mais sustentável.

O setor público, terá um papel fundamental na partilha e difusão de conhecimento e informação estatística, que se tornará relevante na criação destas novas conexões.

Estas parcerias serão relevantes para o desenvolvimento de novos planos turísticos, que poderão alavancar novas estratégias de crescimento para o território. Consecutivamente, tornar o ST da CMST mais eficaz e eficiente em relação à execução das principais práticas da atividade turística.

## 2.2 Descrição do segundo grupo de ações

Tabela 4 - Segundo grupo de ações: proteção da vida terrestre

Princípio   Promover (Sustentabilidade Ambiental)	
Objetivo	Promover a prática da preservação ambiental, enquanto benefício económico, através da gestão eficiente dos recursos existentes no desenvolvimento da atividade turística
2º Grupo de ações	<p><b>Incentivar</b> os principais canais de comunicação na transmissão de informação afeta à sensibilidade ambiental</p> <p><b>Desenvolver</b> programas de voluntariado para a preservação do meio ambiente</p> <p><b>Promover</b> debates sobre a responsabilidade ambiental</p> <p><b>Desenvolver</b> ações de formação para a adoção de novos padrões de consumo e produção responsável</p>
O que pretendemos?	Proteção da vida terrestre

Fonte: Elaboração própria

### Breve introdução - Sustentabilidade ambiental

O paradigma ambiental está diretamente refletido na formação do ser humano. A sua valorização deve ser interpretada como um ato autêntico que visa a criação de uma nova conduta (Cooper, 1992). Conduta esta, que deve ser desenvolvida, através de um estímulo emocional de identificação, vinculando o território com o indivíduo.

Esta sinergia harmoniosa entre os dois elementos, facilitará e motivará para a adoção de novas práticas ambientais (Vaske & Kobrin, 2001; Cheng & Wu, 2015). O Turismo assume uma posição de promotor deste processo de consciencialização ambiental, através do incremento de dinâmicas que cultivem conhecimentos e questões relacionadas com esta temática, fomentando a relação território-indivíduo.

## 2º Grupo de Ações

### Denominação: proteção da vida terrestre

#### 1º Ação – Incentivar os principais canais de comunicação na transmissão de informação afeta à sensibilidade ambiental

Transmitir conhecimentos e novas noções relacionadas com a temática, utilizando os meios de comunicação e informação da cidade. Frisando a importância do uso sustentável dos ecossistemas terrestres.

Valorizando o património natural e a biodiversidade, enquanto meio de subsistência da comunidade e respetiva atração de visitantes.

Esta informação poderá ser aplicada nas propriedades de informação da CMST, mas também nas principais referências institucionais de comunicação e informação. Para isto, seria crucial desenvolver parcerias entre o setor público e privado, já anteriormente referido. Esta cooperação poderá tornar os canais de comunicação da cidade, mais homogêneos em relação há informação transmitida.

---

#### 2º Ação – Desenvolver programas de voluntariado para a preservação ambiental

Criação de iniciativas voluntárias por parte do Município, para a realização de atividades que contribuam para a conservação do meio ambiente e de toda a sua envolvência.

O Serviço de Voluntariado e Juventude da CMST, teria um papel crucial na criação destas iniciativas, através de atividades ligadas à ação de ocupação de tempos livres, (protagonizada pelo Município) e ações afetas exclusivamente a dinâmicas 100% voluntárias (sem qualquer remuneração). A CMST será um exemplo a seguir e motivará as organizações sem fins lucrativos da cidade, a criar atividades relacionadas com a proteção do meio ambiente.

---

### **3º Ação – Promover debates sobre a responsabilidade ambiental**

Promover discussões sobre responsabilidade ambiental e a sua importância no desenvolvimento sustentável da cidade, através da realização de colóquios e palestras que permitam a participação não só dos gestores do Município, mas também dos residentes.

---

### **4º Ação – Desenvolver ações de formação para a adoção de novos padrões de consumo e produção responsável**

Protagonizar ações de formação para as empresas do setor, de forma a adotar novos modelos de gestão, mais sustentáveis para o seu exercício económico. Consequentemente, adquirir ferramentas de monitorização de desempenho sustentável, envolvendo água, resíduos, energia e biodiversidade, considerando a redução da pegada de carbono nos vários setores.



Fonte: MIEC

Ilustração 7 - Fragmentos, 1999

## 2.3 Descrição do terceiro grupo de ações

Tabela 5 - Terceiro grupo de ações: instituições eficazes e inovadoras

Princípio   Posicionar (Sustentabilidade Económica)	
Objetivo	Posicionar a sustentabilidade como fator de desenvolvimento e competitividade
3º Grupo de ações	<p><b>Integrar</b> as ONG na promoção da responsabilidade social e sustentabilidade</p> <p><b>Criar</b> novas políticas públicas a favor de uma indústria mais sustentável</p> <p><b>Apoiar</b> e incentivar as pequenas empresas</p> <p><b>Qualificar</b> a oferta turística para o crescimento económico inclusivo e sustentável</p>
O que pretendemos alcançar?	Instituições eficazes e inovadoras

Fonte: Elaboração própria

### **Breve introdução - Sustentabilidade económica**

A sustentabilidade é considerada uma oportunidade inovadora para as diversas economias globais. A consolidação económica passa pela fomentação de práticas sustentáveis, equilibrando o usufruto e gestão dos vários recursos que constituem a atividade turística (Hassan, 2000).

O contributo dos vários intervenientes do setor e a respetiva estimulação de relações entre os mesmos, é fulcral para a homogeneização do modelo económico das várias comunidades.

Este modelo é constituído pelo setor público, setor privado, organizações sem fins lucrativos (ONG) e os grupos de cidadãos, estes representam a performance da indústria turística.

Nesta perspetiva, estas instituições são a *key role* para a estimulação da rentabilidade e adaptação dos diversos negócios que contemplam este setor.

A economia cooperativa deverá ser estrategicamente planeada, tendo por base, um apoio técnico e informativo por parte do Município, com o auxílio de diferentes recursos financeiros. Procurando assim, o que designamos de economia verde.

Reforçamos a importância da qualificação dos recursos humanos nas diferentes áreas do setor, com o intuito de melhorar a performance do Turismo, tendo em vista, o crescimento económico sustentável da região.

### 3º Grupo de Ações

**Denominação: instituições eficazes e inovadoras**

#### 1º Ação - Integrar as ONG na promoção da responsabilidade social e sustentabilidade

Integração das ONG na promoção do desenvolvimento sustentável, incentivando as várias empresas a desenvolver atividades empreendedoras sociais. Estas organizações poderão ser fundamentais no desenvolvimento de dinâmicas ligadas ao paradigma da RS e sustentabilidade.

Em suma, têm uma posição importante de carácter inspirador, para as organizações empresariais, fazendo com que estas, assumam novas condutas organizacionais e sucessivamente, atuem no mercado de forma responsável.

#### 2º Ação – Criar novas políticas públicas a favor de uma indústria mais sustentável

Desenvolvimento de políticas públicas vinculadas à modernização de infraestruturas, tendo como objetivo tornar a indústria mais sustentável e conseqüentemente mais eficiente em relação aos recursos utilizados.

#### 3º Ação – Apoiar e incentivar as pequenas e médias empresas

Estimulação dos negócios locais, através da criação de uma estrutura de auxílio aos pequenos negócios, incentivando a comunidade a investir na cidade. O Concelho contempla o INVEST Santo Tirso, que tem como principal missão ajudar e apoiar os investidores. Contudo, este programa poderá ser reforçado, através da redução da burocratização, tendo em vista, a promoção de um municipalismo facilitador que valoriza os diferentes projetos empresariais, sejam eles de pequena ou grande dimensão. Fazendo com que a valorização e promoção, sejam os seus principais desígnios.

#### **4º Ação – Qualificar a oferta turística para o crescimento económico inclusivo e sustentável**

Incentivo às empresas locais a adotarem novas práticas sustentáveis na sua atuação. Fazendo-o através da valorização dos seus colaboradores, colaboradores estes que representem a diversificação correspondendo à cadeia de valor que o Turismo oferece. Em suma, a contratação de habitantes locais qualificados, será uma vantagem para a fixação e desenvolvimento do Município. Desenvolvendo assim, um crescimento económico inclusivo e sustentável.

### 3. Consolidação do Guia de responsabilidade social e sustentabilidade

#### Quadro Resumo

Tabela 7 - Tabela resumo do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade

Princípios	Objetivos	Ações   O que pretendemos atingir?
<b>Conservar</b>	Conservar a identidade local e os seus valores	1º Grupo de Ações Turismo e Turistas Responsáveis
<b>Cooperar</b>	Estimular a cooperação entre todos os intervenientes da prática turística	1º Grupo de Ações Turismo e Turistas Responsáveis
<b>Promover</b>	Promover a prática da preservação ambiental enquanto benefício económico, através da gestão eficiente dos recursos existentes no desenvolvimento da atividade turística	2º Grupo de Ações Proteger a vida terrestre
<b>Posicionar</b>	Posicionar a sustentabilidade como fator de desenvolvimento e competitividade	3º Grupo de Ações Instituições Eficazes e Inovadoras

Fonte: Elaboração própria

O quadro apresentado reflete os desafios que Santo Tirso enfrenta para o desenvolvimento de um destino sustentável que procura deter uma comunidade responsável. Consideramos que existem três etapas para o desenvolvimento deste guia:

#### 1º Etapa

Integrar os quatro princípios acima fixados, nas suas estratégias municipais vinculadas aos exercícios correspondentes ao desenvolvimento local.

### 2ª Etapa

Considerar os quatro objetivos que estimulam e dão voz aos princípios anteriormente enumerados, justificando assim, a sua importância para o crescimento comunitário.

### 3ª Etapa

Atuar através dos três grupos de ações, que foram “apelidados” pelas diferentes metas que pretendem atingir com o seu desenvolvimento. Realçamos que estas ações suportam os objetivos, que têm como finalidade transformar Santo Tirso num exemplo para os Concelhos vizinhos.

---

Para a eficácia deste guia é necessário o contributo dos vários departamentos da CMST e dos *stakeholders*.

Nesta perspetiva, este guia deverá estar disponível para todos os intervenientes que compõem o Município, atingindo assim, a primazia. A dinamização da comunicação interna e externa é fundamental para uma atuação homogénea que representa ser o verdadeiro desafio deste Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade.



Parte III – O Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade na comunidade tirsense

Fonte; MIEC

Ilustração 8 - Escada, 1997

## 1. Propostas de comunicação

A aplicação dos diferentes meios de comunicação será fundamental para divulgar e comunicar esta nova conduta à comunidade.

Contudo, o Município tem de se adaptar às diferentes faixas etárias que caracterizam a população tirsense. Neste sentido, deverão adquirir diferentes tipos de ferramentas de comunicação.

Salientamos assim, o desenvolvimento do marketing tradicional, conhecido como *Word-of-Mouth* (WOM) que revela maior eficácia na construção de relações de lealdade para com os diferentes públicos. Em acréscimo, evidenciamos também a importância da comunicação adaptada à era digital denominada *por Electronic Word-of-Mouth* (eWOM) que se focaliza nas comunidades virtuais (Gruen et al., 2006).

### 5 Sugestões

1. Colocar o Guia disponível no site oficial do Município, no separador “Infomail” para a população ter acesso.
2. Enviá-lo via-email para todos os agentes económicos locais.
3. Promover o Guia através das redes sociais do Município.
4. Dinamizar o Guia nos jornais locais.
5. Disponibilizar *flyers* na Loja Interativa de Turismo de Santo Tirso e enviar via-correio para todos os habitantes.



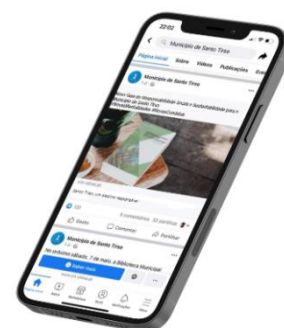
Fonte: Elaboração própria

Ilustração 9 – Guia no site oficial da CMST



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 10 - Flyer do Guia



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 11 – Guia nas redes sociais

## Considerações finais

Na tabela 7 verificamos o cronograma do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade. Pretende-se que seja desenvolvido num período de médio a longo prazo (1 ano ou mais).

A implementação do guia, será feita em três momentos distintos: apresentação, planeamento e respetiva execução.

A apresentação do guia será feita aos elementos centrais de cada departamento da CMST, com o intuito de compreender a sua posição em relação às ações sugeridas. Sendo este, um momento crucial para a aceitação (ou não aceitação) desta nova proposta de desenvolvimento territorial.

Após a compreensão deste novo manual de boas práticas, este deve ser devidamente planeado, através da consolidação do plano de ação apresentado. Pretende-se que nesta etapa, analisem a gestão de risco e a estrutura do guia, verificando se o mesmo é exequível e compatível com as medidas já existentes.

Posteriormente, procede-se à execução do próprio guia, sendo esta etapa crucial na definição dos níveis de prioridade. Níveis estes, que estipulam as primeiras ações a serem executadas. Na tabela 7, verifica-se a ordem de atuação sugerida para a implementação do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade para o Concelho de Santo Tirso, juntamente com os principais *stakeholders*.

Tenciona-se que as primeiras ações correspondam ao princípio “Promover”, o segundo momento de ações está vinculado aos princípios “Conservar e Cooperar” e por fim, o último grupo de ações está interligado com o princípio “Posicionar”.

Com esta ordem específica de execução, iremos **promover** novas práticas sustentáveis, que motivarão à **conservação** dos recursos, através da **cooperação** entre os intervenientes da atividade turística. Consecutivamente, iremos **posicionar** o território tirsense, enquanto destino responsável.

Tabela 7 – Cronograma do Guia

CRONOGRAMA	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez				
Apresentação do Guia																
Planeamento do Guia																
Execução do Guia																
<b>Nível de prioridades de atuação</b>																
<b>Primeiro grupo de ações a serem executadas</b>																
<b>Princípio</b>	<b>Objetivo</b>									<b>Meta</b>	<b>Principais stakeholders</b>					
Promover	Promover a prática da preservação ambiental, enquanto benefício económico, através da gestão eficiente dos recursos									Proteção da vida terrestre	Câmara Municipal de Santo Tirso (Serviço de Juventude e Voluntariado); Jornais Locais (Santo Tirso TV, Jornal Municipal e Diário de Santo Tirso); Residentes e Visitantes.					
<b>Ações a desenvolver</b>	<b>Calendarização</b>															
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out				Nov	Dez	
1ª Ação																
2ª Ação																
3ª Ação																
4ª Ação																
<b>Segundo grupo de ações a serem executadas</b>																
<b>Princípio</b>	<b>Objetivo</b>									<b>Meta</b>	<b>Principais stakeholders</b>					
Conservar + Cooperar	Conservar a identidade local e os seus valores   Estimular a cooperação entre todos os intervenientes da prática turística									Turismo e turistas responsáveis	Câmara Municipal de Santo Tirso (Serviço de Turismo); Gestores dos empreendimentos turísticos da cidade (ex: Hotel Cidnay, Solar São Bento, Santo Thyro Hotel...); Principais escolas do concelho (ex: Agrupamento de Escolas D. Dinis, Secundária de Tomaz Pelayo...).					
<b>Ações a desenvolver</b>	<b>Calendarização</b>															
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out				Nov	Dez	
1ª Ação																
2ª Ação																
3ª Ação																
4ª Ação																
<b>Terceiro grupo de ações a serem executadas</b>																
<b>Princípio</b>	<b>Objetivo</b>									<b>Meta</b>	<b>Principais stakeholders</b>					
Posicionar	Posicionar a sustentabilidade como fator de desenvolvimento e competitividade									Instituições eficazes e inovadoras	Câmara Municipal de Santo Tirso (Invest Santo Tirso); ONG (Associação dos amigos dos animais de Santo Tirso, Associação de Solidariedade e Ação Social de Santo Tirso e Cruz Vermelha).					
<b>Ações a desenvolver</b>	<b>Calendarização</b>															
	Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out				Nov	Dez	
1ª Ação																
2ª Ação																
3ª Ação																
4ª Ação																
<b>PLANO DESENVOLVIDO A LONGO PRAZO</b>																

Fonte: Elaboração própria

## Limitações

O desenvolvimento do guia apresenta algumas limitações. Limitações estas, que traduzem a falta de informação estatística disponível no website da CMST. A ausência de dados estatísticos fez com que o conteúdo fosse desenvolvido de forma generalizada, podendo comprometer a execução das diferentes ações sugeridas. Isto é, as ações idealizadas poderão não se adaptar ao território em estudo.

Em suma, a ausência de planos estratégicos atualizados e planos de promoção do território, contribuiu para a ambiguidade do conteúdo descrito, pois, não existe uma base de documentos que demonstrem a potencialidade turística no Concelho, fazendo com que o próprio guia perca a sua credibilidade.

Neste sentido, sugere-se a aplicação deste guia após o desenvolvimento de planos conducentes com o desenvolvimento da atividade turística. Onde se reforça a sua execução a longo prazo, colmatando assim, uma das principais falhas da CMST.

## Conclusão

Este guia ajudará a desenvolver um conjunto de boas práticas no Município de Santo Tirso e fomentará para a construção de novas linhas estratégicas que impulsionarão o crescimento sustentável da cidade.

Além disso, a comunidade irá criar uma nova imagem para este território, através de um exercício conjunto entre os vários elementos que a compõem.

O Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade irá estimular o Turismo que contribuirá de forma direta e indireta para a ascensão da economia local, para a conservação dos seus valores e tradições e por fim, protegerá a biodiversidade que tanto caracteriza a mancha verde de Santo Tirso.

Assistiremos a uma transformação social que terá como principais pilares novos comportamentos e novas formas de atuação conducentes ao respeito pelo território, que serão desenvolvidos através da implementação deste guia num período de longo prazo.

Acrescenta-se que este guia poderá servir como modelo base, para a criação de um plano de comunicação ou um novo plano diretor municipal, tendo como alicerces, os princípios da responsabilidade social e sustentabilidade.



Fonte: Elaboração própria

Ilustração 12 - Guia disponível para a comunidade

## Conclusão

O desenvolvimento de um destino responsável é um processo rigoroso que passa pela transformação das várias comunidades. Estamos perante um exercício que é traduzido por práticas externas e internas que abrigam o paradigma da sustentabilidade.

Esta nova atitude coletiva, mas também individual, estimulará a criação de novos benefícios para a preservação das várias identidades culturais que contemplam o planeta terra (Paskova & Zelenka, 2019).

Evidenciamos um movimento que assegura a proteção das múltiplas dimensões que englobam a indústria turística, com o intuito de atingirem a sua primazia.

Todavia, para assegurar este equilíbrio “comunitário” é crucial a atuação das várias organizações de gestão de destinos, nomeadamente os Municípios (Heath & Wall, 1991).

Os Municípios têm um papel preponderante na dinamização dos princípios e valores que os compõem, explorando padrões e condutas responsáveis de forma a tornarem-se em verdadeiros exemplos de territórios sustentáveis.

A construção desta imagem de destino é refletida nas estratégias e planos desenvolvidos pelo Município.

Nesta perspetiva, enquanto estagiária no ST da CMST, a estudante decidiu articular as medidas já existentes relativas ao desenvolvimento sustentável, com a realização de um Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade, servindo como complemento.

A elaboração deste guia foi o principal objetivo deste relatório, que aliado ao desenvolvimento dos objetivos específicos permitiram a sua realização. Este novo elemento é altamente relevante para o Município de Santo Tirso, tendo a finalidade de desenvolver de forma organizada e pensada um conjunto de boas práticas que fomentem novas mentalidades e novas condutas na comunidade local.

Este guia irá também auxiliar o ST a diminuir algumas falhas que a estagiária teve a oportunidade de examinar durante o período laboral de estágio.

Durante o exercício prático a estagiária deparou-se com algumas lacunas no ST que prejudicam o desenvolvimento turístico da cidade, nomeadamente o facto do Município não considerar o Turismo um dos principais setores de atuação.

Chegou-se a esta conclusão considerando que algumas das atividades desenvolvidas no ST não correspondem ao exercício turístico, o que acaba por afetar as verdadeiras tarefas de progressão da atividade, onde se destaca a ausência de planos turísticos que não se encontram disponíveis à comunidade.

Além disso, verifica-se alguma falta de cooperação e comunicação entre os vários serviços que compõem o Município, principalmente nos eventos coordenados e dinamizados pelo ST. Verificou-se o desenvolvimento de tarefas que não competiam ao ST, que deveriam ter sido realizadas pelos outros serviços que contemplam a CMST. A falha na comunicação e compreensão entre os vários departamentos, poderá ser o verdadeiro problema neste Município.

Todavia, acredita-se que a aplicação do Guia de Responsabilidade Social e Sustentabilidade irá fomentar não só o desenvolvimento turístico da cidade, mas acima de tudo, criará uma nova conduta organizacional que irá favorecer a comunidade e os valores que a caracterizam.

Porém, apesar destas divergências no decorrer deste processo de incremento da vertente prática, existiram situações que fomentaram a criação de novos estímulos para o desenvolvimento pessoal e profissional da estudante. Enquanto mestranda, foi uma experiência enriquecedora e fundamental para a estimulação de novas condutas no âmbito do setor do Turismo.

O pragmatismo e dinamismo refletido pela equipa do ST, fizeram com que a estagiária adquirisse novas valências em relação ao desenvolvimento da “prática” *Teamwork*.

Destaca-se a consistência e homogeneidade que tanto caracteriza os elementos deste serviço, revigorando e facilitando o processo de aprendizagem e respetiva integração.

Nesta perspetiva, realça-se a importância das conexões criadas ao longo do exercício prático com os elementos da equipa. A disponibilidade e atenção demonstrada, foram fatores cruciais para o êxito das atividades realizadas ao longo do estágio.

Os trabalhos desenvolvidos estimularam o lado mais ágil e prático da estagiária, mas acima de tudo, a concretização de tarefas de forma primorosa, tendo em atenção a cada detalhe (desde ofertas oficiais até à coordenação de feiras e eventos).

Com estas atividades foram apreendidos diferentes conhecimentos e competências que permitiram a evolução da estagiária. Este exercício prático baseou-se em quatro desafios principais: 1º desafio, adaptação da comunicação aos diferentes públicos-alvo, tendo sido fundamental na posição de *front-office* (participação em eventos nacionais e internacionais); 2º desafio, capacidade de *multitasking*, através da realização de diferentes tarefas que tinham prazos extremamente reduzidos e semelhantes (desenvolvimento de cadernos digitais, planos de visita e planeamento de eventos); 3º desafio, gestão de stress, que tem por base, o desenvolvimento de um equilíbrio entre as diferentes tarefas do ST, através da calendarização dos trabalhos executados e 4º desafio, gestão de tempo, tendo sido, uma das principais competências adquiridas ao longo destas 950 horas, sem esta gestão a estagiária não iria conseguir dar resposta aos trabalhos solicitados.

Enquanto estagiária e técnica de turismo, deparou-se com alguma falta de organização na execução das principais tarefas, nomeadamente a criação de um número abundante de ofertas oficiais em tempo reduzido, devido às falhas de comunicação entre os diferentes departamentos, já anteriormente referido. Em suma, ressalva a falha por parte dos superiores, no cumprimento das escalas de serviço, acabando por comprometer os planos propostos pelo ST. Além disso, afeta diretamente a performance dos estagiários.

O ST é atemporal, os níveis de dificuldade vão oscilando à medida que o exercício prático é desenvolvido. Esta característica particular, esculpiu novas matrizes físicas e cognitivas na capacidade de adaptação e polivalência na execução de tarefas.

A estagiária sugere que os horários estipulados sejam impreterivelmente cumpridos para uma melhor gestão de tempo e organização. Em suma, realça a importância do desenvolvimento de nova cultura organizacional, com o intuito de fomentar a comunicação clara e assertiva entre as diferentes divisões e departamentos.

Esta experiência curricular, praticada de forma altamente profissional, permitiu o alinhamento do *mind map* em relação aquilo que a estudante anseia fazer no futuro. Acrescenta-se, ainda, o incentivo e as palavras sábias proferidas pelos elementos da equipa que permitiram enfrentar este desafio com outro ânimo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Área Metropolitana do Porto. (s.d). *Caracterização da AMP*.

<http://portal.amp.pt/pt/4/municipios/stirso/>

Aydin, B., & Emeksiz, M. (2018). Sustainable urban tourism success factors and the economic performance of small tourism enterprises. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(10), 975-988.

<https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1513049>

Balakrishnan, S. (2009). Strategic branding of destinations: a framework. *European Journal of Marketing*, 43(5/6), 611-629.

<https://doi.org/10.1108/03090560910946954>

Blain, C., Levy, E., & Ritchie, B. (2005). Destination branding: insights and practices from destination management organizations. *Journal of Travel Research*, 43(4), 328-338. <https://doi.org/10.1177/0047287505274646>

Bowen, G. P., & Gond, J.P. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.

[https://books.google.pt/books/about/Social\\_Responsibilities\\_of\\_the\\_Businessm.html?id=ALIPAwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.pt/books/about/Social_Responsibilities_of_the_Businessm.html?id=ALIPAwAAQBAJ&redir_esc=y)

Brian, A., Cooper, C., & Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism. In F. W. Theobald (Ed.), *Global tourism* (pp. 79-102). Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9780080478043>

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)

Bunghez, L. C. (2016). The Importance of Tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016(2016), 1-9.

<https://doi.org/10.5171/2016.143495>

Butler, R., Cooper, C., Hall, M., & Timothy, D. (2006). *The tourism area life cycle: conceptual and theoretical issues* (1<sup>a</sup> ed., Vol. 2). Channel View Publications.

[https://books.google.pt/books/about/The\\_Tourism\\_Area\\_Life\\_Cycle\\_Conceptual\\_a.html?id=AicuoXTVrU0C&redir\\_esc=y](https://books.google.pt/books/about/The_Tourism_Area_Life_Cycle_Conceptual_a.html?id=AicuoXTVrU0C&redir_esc=y)

- Cabral, J., & Marques, T. (1996). Do planeamento estratégico ao desenvolvimento sustentável: experiência em Portugal. *InforGeo, 11*, 107-116.  
<http://hdl.handle.net/10216/23654>
- Câmara Municipal de Santo Tirso. (2011). *Plano diretor Municipal de Santo Tirso*. Divisão de Ordenamento e do Território e Informação Geográfica.
- Câmara Municipal de Santo Tirso. (s.d). *Caracterização Município*. <https://www.cm-stirso.pt/viver/municipio/caraterizacao/municipio>
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons, 34*(4), 39-48.  
[https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Caruana, R., Glozer, S., Crane, A., & McCabe, S. (2014). Tourists' accounts of responsible tourism. *Annals of Tourism Research, 46*, 115-129.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.03.006>
- Carvalho, C. F. (2003). *Freguesia de Areias do Concelho de Santo Tirso* (1nd ed.,Vol. 1). Junta de Freguesia de Areias e Conselho Económico da Paróquia de Areias.
- Cheng, T. M., & Wu, C. (2015). How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism. *Journal of Sustainable Tourism, 23*(4), 557-576. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.965177>
- Chilufya, A., Hughes, E., & Scheyvens, R. (2019). Tourists and community development: corporate social responsibility or tourist social responsibility? *Journal of Sustainable Tourism, 27*(10), 1513-1529. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1643871>
- Choi, C. H., & Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism. *Tourism Management, 27*(6), 1274-1289.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.05.018>
- Coccosis, H. (2009). Sustainable development and tourism: opportunities and threats to cultural heritage from tourism. In F. L. Girard (Ed.), *Cultural Tourism and Sustainable Local Development* (pp. 1-10). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315258720>

- Cohen, E. (2002). Authenticity, equity and sustainability in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 267-276.  
<https://doi.org/10.1080/09669580208667167>
- Cooke, K. (1982). Guidelines for socially appropriate tourism development in British Columbia. *Journal of Travel Research*, 21(1), 22-28.  
<https://doi.org/10.1177/004728758202100106>
- Cooper, E. D. (1992). The idea of environment. In E. D. Cooper, & A. J. Palmer (Eds.), *Environment In Question* (1nd ed., pp. 1-16). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203984420>
- Despacho n.º 3650/2019 da Estrutura Orgânica da Câmara Municipal de Santo Tirso. (2019). *Diário da República: II Série*, nº 64/2019.  
<https://dre.pt/dre/detalhe/despacho/3650-2019-121785008>
- Devinney, M. T. (2009). Is the socially responsible corporation a myth? The good, the bad, and the ugly of corporate social responsibility. *Academy of Management Perspectives*, 23(2). <https://doi.org/10.5465/amp.2009.39985540>
- Diallo, F. M., Diop-Sall, F., Leroux, E., & Valette-Florence, P. (2015). Responsible tourist behaviour: The role of social engagement. *Recherche et Applications en Marketing*, 30(3), 85-104. <https://doi.org/10.1177/2051570715594134>
- Diário de Santo Tirso. (25 de Fevereiro de 2021). *Empresas de Santo Tirso registaram aumento de 30 % no investimento aprovado em 2020*. <https://www.cm-stirso.pt/conhecer/noticias/noticia/empresas-de-santo-tirso-registaram-aumento-de-30-no-investimento-aprovado-em-2020>
- Donaldson, T., & Preston, E. L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.2307/258887>
- Gössling, S., & Hall, M. C. (2006). *Tourism and global Environmental change*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203011911>

- Gruen, W., Osmonbekov, T., & Czaplewski, J. (2006). eWOM: The impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449-456. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2005.10.004>
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Heath, E., & Wall, G. (1991). *Marketing tourism destination: a strategic planning approach*. Wiley.
- Henriques, C. (2003). *Turismo cidade e cultura: planeamento e gestão sustentável*. Edições Sílabo.
- Holden, A. (2003). In need of new environmental ethics for tourism? *Annals of Tourism Research*, 30(1), 94-108. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00030-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00030-0)
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00036-4)
- Instituto Nacional de Estatística. (16 de Dezembro de 2021). *População residente (N.<sup>o</sup>) por local de residência, sexo e grupo etário*. [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0011166&selTab=tab0](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&contecto=pi&indOcorrCod=0011166&selTab=tab0)
- IPDT Turismo Consultoria. (s.d). *Comunicação digital no turismo*. <https://www.ipdt.pt/marketing-digital-turismo/#>
- Jucan, N. C., & Jucan, S. M. (2010). Social responsibility in tourism. *Transactions on environment and development*, 6(10), 677-686. <http://www.worldses.org/journals/environment/environment-2010.htm>
- Kasim, A. (2006). The need for business environmental and social. *International Journal of Hospitality & Tourism*, 7(1), 1-22. [https://doi.org/10.1300/J149v07n01\\_01](https://doi.org/10.1300/J149v07n01_01)
- Lee, S., Ham, S., & Koh, Y. (2019). Special issue on economic implications of corporate social responsibility and sustainability in tourism and hospitality. *Tourism Economics*, 25(4), 495-499. <https://doi.org/10.1177/1354816618822877>

- Lickorish, J. L., & Jenkins, L. C. (2011). *An introduction to tourism*. Routledge.  
[https://books.google.pt/books/about/An\\_Introduction\\_to\\_Tourism.html?id=5Jx6BoEjL4IC&redir\\_esc=y](https://books.google.pt/books/about/An_Introduction_to_Tourism.html?id=5Jx6BoEjL4IC&redir_esc=y)
- Litvin, W., Goldsmith, F., & Pan, B. (2008). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29(3), 458-468.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>
- Loulanski, T., & Loulanski, V. (2011). The sustainable integration of cultural heritage and tourism: a meta-study. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(7), 837-862.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2011.553286>
- Lund-Durlacher, D. (2015). Corporate social responsibility and tourism. In G. Moscardo, & P. Benckendorff (Eds.), *Education for Sustainability in Tourism* (pp. 59-73). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-47470-9\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-662-47470-9_4)
- Lusa. (28 de Julho de 2021). *Censos 2021: Área Metropolitana do Porto perdeu 22.129 residentes na última década*. <https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2021-07-28-censos2021-area-metropolitana-do-porto-perdeu-22-129-residentes-na-ultima-decada/>
- Madanaguli, Srivastava, S., Ferraris, A., & Dhir, A. (2021). Corporate social responsibility and sustainability in the tourism sector: A systematic literature review and future outlook. *Special Issue: Strategic corporate social responsibility in tourism and hospitality*, 30(3), 447-461. <https://doi.org/10.1002/sd.2258>
- Mazanec, J., Wöber, K., & Zins, A. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86-95.  
<https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.  
<https://doi.org/10.5465/amr.2001.4011987>
- Medeiros, C. L., & Moraes, S. E. (2013). Turismo e sustentabilidade ambiental: referências para um desenvolvimento sustentável. *Revista Meio Ambiente e Sustentabilidade*, 3(2), 198- 234. <https://doi.org/10.22292/mas.v3i2.181>

- Mitlin, D. (1992). Sustainable development: a guide to the literature. *Environment and Urbanization*, 4(1), 111-124. <https://doi.org/10.1177/095624789200400112>
- Murphy, P. (1985). *A community approach*. Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9780203068533>
- Museu de escultura contemporânea. (s.d). *Coleção de esculturas*. <http://miec.cm-stirso.pt/colecao/>
- Museu Municipal Abade Pedrosa. (2012). *Génese e evolução Concelho de Santo Tirso*. Câmara Municipal de Santo Tirso.
- Nicolau, J. (2008). Corporate social responsibility: worth-creating activities. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 990-1006. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.09.003>
- O'Sullivan, D., & Jackson, J. M. (2002). Festival tourism: a contributor to sustainable. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(4), 325-342.  
<https://doi.org/10.1080/09669580208667171>
- Paskova, M., & Zelenka, J. (2019). How crucial is the social responsibility for tourism sustainability? *Social Responsibility Journal*, 15(4), 534-552.  
<https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2018-0057>
- Phadermrod, B., Crowder, M. R., & Wills, B. G. (2019). Importance performance analysis based swot analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194-203. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Pimentel, A. (2011). *Santo Thyrso de Riba d'Ave*. Câmara Municipal de Santo Tirso.
- Pulido, F. J., Andrades, C. L., & Sánchez, R. M. (2015). Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(1), 47-64.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2014.909447>
- Robinson, M. (1999). Collaboration and cultural consent: refocusing sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3-4), 379-397 .  
<https://doi.org/10.1080/09669589908667345>

- Schwartz, S. M., & Carroll, B. A. (2007). Integrating and unifying competing and complementary frameworks: The search for a common core in the business and society field. *Business & Society*, 47(2), 148-186.  
<https://doi.org/10.1177/0007650306297942>
- Serviço de Turismo ST. (1989). *A cidade de Santo Tirso*. Tipografia Nova.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.  
<https://doi.org/10.1080/09669580008667346>
- Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society* (5th ed.). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315210407>
- Smith-Sebasto, J. N., & D'Costa, A. (1995). Designing a likert-type scale to predict environmentally responsible behavior in undergraduate students: a multistep process. *The Journal of Environmental Education*, 27(1), 14-20.  
<https://doi.org/10.1080/00958964.1995.9941967>
- Stanford, D. (2006). *Responsible tourism: what makes a responsible tourist in New Zealand?* [Doctoral dissertation, Victoria University of Wellington]. Research Archive of Victoria University of Wellington. <http://hdl.handle.net/10063/367>
- Su, L., Huang, S., & Jue, H. (2018). Effects of destination social responsibility and tourism impacts on residents' support for tourism and perceived quality of life. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(7), 1039-1057.  
<https://doi.org/10.1177/1096348016671395>
- Turismo de Portugal I.P. (27 de Setembro de 2017). *Estratégia Turismo 2027*.  
[http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo\\_Portugal/Estrategia/Estrategia\\_2027/Paginas/default.aspx](http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx)
- Turismo de Portugal, I.P. (s.d). *Plano Turismo + Sustentável 20-23*.  
<http://business.turismodeportugal.pt/pt/crescer/sustentabilidade/Paginas/default.aspx>

- Vaske, J. J., & Kobrin, C. K. (2001). Place attachment and environmentally responsible behavior. *The Journal of Environmental Education* , 32(4), 16-21.  
<https://doi.org/10.1080/00958960109598658>
- Vinson, E. D., Scott, E. J., & Lamont, M. L. (1977). The role of personal values in marketing and consumer behavior. *Journal of Marketing*, 41(2), 44-50.  
<https://doi.org/10.1177/002224297704100215>
- Webster, E. F. (1975). Determining the characteristics of the socially conscious consumer. *The Journal of Consumer Research*, 2(3), 188-196.  
<http://www.jstor.org/stable/2489054>
- Weeden, C. (2008). *The values of ethical and responsible tourists* [Doctoral dissertation, University of Glasgow]. Enlighten: Theses. <http://theses.gla.ac.uk/id/eprint/187>
- Young, M. (1999). The social construction of tourist places. *Australian Geographer*, 30(3), 373-389. <https://doi.org/10.1080/00049189993648>

## Anexos

Anexo A – Tabela de Conceitos

Autores	Conceitos	
	Desenvolvimento Sustentável	Responsabilidade Social
Chilufya, Hughes e Scheyvens (2019)		X
Lickorish e Jenkins (2011)	X	
Paskova e Zelenka (2019)		X
Medeiros e Morais (2013)	X	
Hunter (1997)	X	
Su, Huang e Jue (2018)		X
Jucan C. e Jucan. S. (2010)	X	
Bowen (1953)		X
Cooper (1992)	X	
Vaske e Kobrin (2001)	X	
Carroll (1991)		X
Donaldson e Preston (1995)		X
Holden (2003)	X	
Cheng e Wu (2015)	X	
McWilliams e Siegel (2001)		X
Schwartz e Carroll (2007)		X
Murphy (1985)	X	
Robinson (1999)	X	
Devinney (2009)		X
Choi e Sirakaya (2006)	X	
Webster (1975)		X
Coccosis (2009)	X	
Loulanski T. e Loulanski V. (2011)	X	
Vinson, Scott e Lamont (1977)		X
Hassan (2000)	X	

Sullivan e Jackson (2002)	X	
Caruana et al. (2014)		X
Pulido-Fernández, Andrades-Caldito e Sánchez-Rivero (2015)	X	
Aydin e Emeksiz (2018)	X	
Stanford (2006)		X
Weeden (2008)		X
Diallo et al. (2015)		X