



**Escola Superior
de Educação**

Politécnico de Coimbra

Turismo e Economia Social: Uma perspetiva a partir da Diesis Network

Departamento de Turismo e Gastronomia

Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade

2023, Beatriz Filipa Leal Gateira



Beatriz Filipa Leal Gateira

Turismo e Economia Social: Uma perspetiva a partir da Diesis Network

Relatório de Estágio em Turismo de Interior - Educação para a Sustentabilidade,
apresentada ao Departamento de Turismo e Gastronomia da Escola Superior de
Educação de Coimbra para obtenção do grau de Mestre

Trabalho realizado sob a orientação do Professor Doutor Ricardo José Espírito Santo de
Melo

Fevereiro de 2023

Turismo e Economia Social: Uma perspetiva a partir da Diesis Network

Resumo: O presente relatório contempla a caracterização da entidade de estágio, Diesis Network, as atividades e trabalhos realizados, as competências adquiridas e ainda o estudo desenvolvido durante o estágio. Este estudo centrou-se na problemática: a importância das empresas sociais de turismo para o desenvolvimento sustentável e regenerativo. Para o enquadramento da temática são apresentados conceitos no âmbito do turismo, no âmbito do social e consequentemente na área em que estes dois se ligam. A abordagem de pesquisa utilizada é qualitativa e sobre boas práticas no tema abordado que afirmam o estudado.

Podemos concluir que todas as propostas de atividades foram realizadas com sucesso e todas as competências propostas foram adquiridas. Através dos resultados obtidos é evidente a importância do modelo social para toda a cadeia de valor do turismo, um modelo que privilegia a comunidade, focando no seu desenvolvimento social, económico e ambiental, utilizando a inovação e os recursos existentes para solucionar problemas sociais.

Palavras-chave: economia social, turismo, colaboração, desenvolvimento local, comunidade

Tourism and Social Economy: A Perspective from the Diesis Network

Abstract: This report includes the characterization of the internship entity, the activities and work developed, the skills acquired, and also the study developed during the internship. This study focused on the problem: the importance of social tourism enterprises for sustainable and regenerative development. For the framing of the theme, concepts are presented in the scope of tourism, in the scope of social tourism, and consequently in the area in which these two are linked. The research approach used is qualitative and about good practices in the theme addressed that affirm the studied.

We can conclude that all the proposed activities were carried out successfully and all the proposed competencies were acquired. Through the results obtained it is evident the importance of the social model for the entire tourism value chain, a model that privileges the community, focusing on its social, economic, and environmental development, using innovation and existing resources to solve social problems.

Keywords: social economy, tourism, collaboration, local development, community

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
Parte I: ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	4
CAPÍTULO 1 – Turismo	5
1.1 Turismo de base comunitária	5
1.2 Turismo Sustentável	6
1.3 Turismo Regenerativo.....	6
1.4 Turismo Sustentável VS Turismo Regenerativo	7
CAPÍTULO 2 – Social	7
2.1 Economia social	8
2.2 Empreendedorismo Social	10
2.3 Empreendedorismo Social Coletivo	10
2.4 Desenvolvimento da comunidade	10
2.5 Inovação social.....	11
2.6 Teoria da mudança	12
CAPÍTULO 3 – Empresa social de turismo.....	12
3.1 Elementos, funções e processos da empresa social de turismo	12
3.2 Conceito e tipologias das empresas sociais de turismo.....	13
PARTE II: CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO	15
CAPÍTULO 1 - Caracterização da empresa	16
CAPÍTULO 2 - O modelo de gestão da Diesis	19
CAPÍTULO 3 - Caracterização das atividades desenvolvidas.....	21
CAPÍTULO 4 - Avaliação das atividades	30
PARTE III: ESTUDO EMPÍRICO	34
CAPÍTULO 1 - Design/ Métodos do Estudo	35
1.1 Introdução.....	35
1.2 Metodologia.....	35
CAPÍTULO 2 - Apresentação e Discussão de Resultados.....	36
2.1 Introdução.....	36
2.2 Boas práticas.....	37
CONCLUSÃO	44

REFERÊNCIAS	48
APÊNDICES	51
ANEXOS.....	62

Lista de figuras

FIGURA 1 PROCESSO DA TEORIA DA MUDANÇA.	12
FIGURA 2 TIPOLOGIAS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL TURÍSTICO, BASEADAS EM MODELOS DE INOVAÇÃO SOCIAL, E O SEU PAPEL NA CADEIA DE VALOR DO TURISMO	13
FIGURA 3 PROCESSO DE AVALIAÇÃO DE ATIVIDADES.	30
FIGURA 4 PROCESSO DE RELAÇÃO ENTRE AS ATIVIDADES PREVISTAS DE ESTÁGIO E AS ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTÁGIO.	30
FIGURA 5 RELAÇÃO ENTRE PROPOSTA DE CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR E AS ATIVIDADES EXECUTADAS DURANTE O PERÍODO DE ESTÁGIO.	32

Lista de tabelas

TABELA 1 TIPOLOGIA DE ATIVIDADES REALIZADAS NO ESTÁGIO CURRICULAR	21
TABELA 2 DESCRIÇÃO DOS PROJETOS “STORYDOERS”, “VET4FOOD” E “WEGREEN”	23
TABELA 3 BOAS PRÁTICAS RECOLHIDAS DE EMPRESAS SOCIAIS DE TURISMO.....	38
TABELA 4 BOA PRÁTICA E O SEU QUADRO CONCEPTUAL.	41

INTRODUÇÃO

Tal como afirma Sheldon et al., (2017, citados por Aquino, 2022) o empreendedorismo social turístico envolve um processo de transformação social de um destino, que utiliza a inovação para solucionar problemas recorrendo aos recursos existentes. E é através do empreendedorismo social que o turismo é visto por Altinay et al., (2016, citados por Aquino, 2022) como um meio viável para alcançar missões sociais e o desenvolvimento comunitário. O presente relatório aborda esta problemática e as boas práticas apresentadas são um exemplo de como o turismo e a economia social, juntos, são um negócio com sentido para a comunidade.

O presente relatório é o resultado das atividades, trabalhos e estudos realizados durante o estágio curricular no âmbito do mestrado em Turismo de Interior – Educação para a Sustentabilidade na organização de acolhimento Diesis Network, sediada em Bruxelas, uma das maiores redes da Europa especialista no apoio da economia social e das empresas sociais. No âmbito da realização do estágio, foram definidos os seguintes objetivos gerais: a análise da ligação entre turismo e economia social com o intuito de compreender como a cooperação entre ambos, com o apoio do empreendedorismo social e da inovação, pode capacitar as comunidades locais, conduzindo ao seu desenvolvimento, adquirir um conjunto de conhecimentos, aptidões e competências tanto no contexto de trabalho como na vida pessoal, desenvolver com sucesso todas as atividades previstas no plano de estágio. Como objetivos específicos, foram definidos os seguintes: identificar cada boa prática, identificar e analisar as atividades, produtos e serviços desenvolvidos por elas que ligam a economia social e o turismo, identificar e analisar os ODS alcançados por cada uma e os respetivos impactos.

Para a compreensão e apresentação dos conceitos, tanto para o presente relatório como para o estudo desenvolvido na organização de estágio, foi realizada uma pesquisa nas bibliotecas e jornais científicos online: Biblioteca do Conhecimento Online (b-on); Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP); ResearchGate; emerald. Na pesquisa foram usadas as palavras, em inglês e em português: turismo, turismo coletivo, turismo regenerativo, diferença entre turismo sustentável e turismo regenerativo, empresas sociais de turismo, empresa sociais de turismo e desenvolvimento comunitário. Como fonte de recolha de dados sobre a empresa de acolhimento, foi pedido a duas profissionais da organização a resposta a um conjunto de

perguntas e ainda foi disponibilizada informação adicional sobre a estrutura da Diesis Network. Para a recolha de casos de boas práticas de empresas sociais de turismo, apresentados no artigo, foi utilizado o conhecimento da rede da Diesis, pois esta conhece diferentes exemplos por toda a Europa que foram alvo de especial atenção.

O estudo tenta contribuir para diminuir a lacuna existente sobre estudos e publicações sobre a ligação e a importância da economia social em toda a cadeia de valor de turismo.

O presente relatório é dividido em quatro partes que se inicia com o enquadramento teórico, composto por três capítulos: o capítulo 1, do turismo, onde são apresentadas três inovadoras tipologias de turismo, o capítulo 2, do social, onde é enfatizada a resolução dos problemas sociais através da economia social, economia coletiva, empreendedorismo social, empreendedorismo social coletivo e inovação social, o capítulo 3, que faz uma ligação entre estas duas primeiras áreas apresentadas anteriormente e como unidas encontram soluções inovadoras para a comunidade. Na parte II é apresentada a caracterização do estágio realizado, aqui caracterizo a empresa onde o estágio foi realizado, o seu modelo de gestão, as atividades realizadas durante o estágio e a avaliação das mesmas como forma de perceber o sucesso do estágio. Na parte III são apresentados os métodos do estudo, metodologia e apresentação e discussão de resultados. De seguida são apresentadas as conclusões retiradas tanto do estágio como da pesquisa feita.

Parte I: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

O enquadramento teórico tem por objetivo expor os conceitos obtidos através da consulta bibliográfica relevante para a compreensão da temática em estudo apresentada nos próximos capítulos.

CAPÍTULO 1 – Turismo

O turista de massas nasce no pós segunda guerra mundial, como consequência da redução do tempo de trabalho, a instituição das férias remuneradas, a intensificação das telecomunicações e modos mais eficientes de transportes (Körössy, 2008).

Entre os principais impactos positivos do turismo, como cita Körössy (2008) estão: a criação de empregos, desenvolvimento local da comunidade, construção de infraestruturas e dinamização da economia local. Por sua vez, entre os efeitos negativos: ocupação desordenada dos terrenos, indevida utilização dos solos e conflitos com valores locais e poluição.

É neste contexto que surgiram novas abordagens do turismo, conceitos que pretendem maximizar os benefícios do turismo e minimizar ao máximo os efeitos negativos.

1.1 Turismo de base comunitária

É uma vertente do turismo que se centra, segundo Araújo e Gelbcke (2008), na conservação do ambiente, na valorização da cultura, nas relações sociais solidárias, no trabalho associativista e colaborativo, na devida utilização dos recursos naturais locais e ainda em atividades relacionadas com educação interior e terapias alternativas.

No estudo de Araújo e Gelbcke (2008) o turismo comunitário é visto com uma atividade produtiva que procura principalmente salientar a ética e a cooperação das relações sociais tanto na comunidade local como entre a comunidade e os visitantes.

O turismo de base comunitária, como afirmam Hallack et al., (2011) “recai no entendimento da atividade turística como um subsistema conectado com outros subsistemas, como educação, saúde e meio ambiente, uma proposta de desenvolvimento territorial sustentável.” (p. 14), este é um conceito que vê o turismo como um sistema que une todos os subsistemas da cadeia de valor de turismo e todos os sistemas que não estão ligados diretamente ao turismo, como as universidades e os sistemas de

saneamento, esta colaboração entre todas as áreas é importante para um desenvolvimento territorial e social.

1.2 Turismo Sustentável

Para a OMT (2003, citado por Körössy, 2008, p. 63) o turismo sustentável:

“É aquele que atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões recetoras, ao mesmo tempo, em que protege e amplia as oportunidades para o futuro. É visto como um condutor da gestão de todos os recursos, de tal forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida.”

1.3 Turismo Regenerativo

Dredge (2022) no seu estudo apresenta o turismo regenerativo como uma forma de reinvestir os lucros das atividades turísticas e os investimentos das empresas, nas pessoas, nos lugares e na natureza. Este também é o caminho para apoiar a renovação, a longo prazo, do sistema sócio ecológico.

Ainda Dredge (2022 p. 9) apresenta um conjunto de princípios do turismo regenerativo, baseados na experiência de organizações do sector público e privado, empresas e sector educativo:

1. **Holístico** – Uma abordagem holística, multisectorial, multidisciplinar. O turismo impacta, direta e indiretamente, muitos outros sectores e comunidades, ou seja, não pode ser gerido isoladamente.
2. **A natureza como professor** – Valorização de formas e funções na natureza que podem ser implementados na sociedade.
3. **Cuidado e respeito** - O respeito mútuo.
4. **Agentes** - Todos os intervenientes possuem talentos/conhecimentos únicos, que devem ser apoiados e nutridos.
5. **Dinâmico e evolução** - O sistema turístico faz parte de um sistema mais complexo, dinâmico e evolutivo, como tal, soluções estandardizadas não podem resolver os mesmos desafios em contextos distintos.

6. **Colaborativo** – A colaboração impulsiona a mudança e a inovação sistémica.
7. **Aprendizagem contínua** – O desenvolvimento da capacidade de evolução do pensamento é a chave da inovação, levando a um conjunto de novas oportunidades que, por exemplo, podem ajudar na reinvenção do turismo em: (1) mudança do sistema, (2) mudança de mentalidades e (3) práticas.

Pollock (2019) declara:

“O turismo regenerativo baseia-se num novo entendimento de que a economia do visitante em geral e o destino, em particular, não é uma linha de produção industrial, mas um sistema vivo e em rede inserido num sistema natural chamado natureza e sujeito às regras e princípios de funcionamento da natureza.” (citados por Bellato, Frantzeskaki, & Nygaard, 2022, p. 8)

1.4 Turismo Sustentável VS Turismo Regenerativo

Em comparação, segundo Bellato et al., (2022), o turismo regenerativo centra as suas atividades na capacitação dos sistemas ligados direta ou indiretamente ao turismo, ao contrário do turismo sustentável que se foca nos impactos. Por outro lado, o turismo sustentável dá prioridade a intervenções padronizadas feitas do topo (empresas/governos) para baixo (comunidade/pessoas/natureza), vendo o turismo como uma indústria e não como um sistema. Em contraste, as intervenções do turismo regenerativo preocupam-se com os contextos locais e trabalham localmente em harmonia com o desenvolvimento económico.

Ambas as tipologias promovem o bem-estar das gerações futuras, contudo enquanto o turismo sustentável tenta minimizar os impactos sociais e ecológicos, o turismo regenerativo procura criar resultados positivos nos sistemas, através, por exemplo, do reinvestimento dos lucros no projeto ou em projetos sociais da comunidade. (Bellato, Frantzeskaki, & Nygaard, 2022)

CAPÍTULO 2 – Social

Para Muls (2008) é possível alcançar novas formas de inclusão e atenuação das desigualdades sociais, tais como: a mobilização dos atores locais, a criação de redes entre os organismos e instituições locais, e a maior cooperação entre empresas do território.

Estas formas não podem substituir a ação do mercado ou do estado, mas sobrepõem-se, pois, é o próprio território que elabora uma estratégia de desenvolvimento local.

2.1 Economia social

De acordo com Defourny et al. (1997) e Bouchard (2006), a economia social procura dar resposta a necessidades sociais não saciadas pelos poderes públicos. As organizações oriundas da economia social assumem projetos de desenvolvimento económico e social visando incluir na economia pessoas que daí foram excluídas, desenvolvendo regras e valores que potenciem a participação ativa destas pessoas. (citados por Monteiro, 2019)

Em 2002, os principais atores europeus da economia social, representados pela CEP-CMAF (European Standing Conference of Cooperatives, Mutuals, Associations and Foundations), adotaram a Carta da Economia Social. Este documento contempla a definição do conceito, os valores fundamentais e as características do sector, sendo, igualmente, identificados os seguintes princípios (Monzon & Chaves, 2008, p. 554):

- A primazia do indivíduo e do objetivo social sobre o capital;
- Adesão voluntária e aberta;
- A combinação dos interesses dos membros/utilizadores e/ou o interesse geral;
- A defesa e aplicação do princípio da solidariedade e da responsabilidade;
- Gestão autónoma e independência das autoridades públicas;
- A maior parte dos excedentes são reinvestidos nos objetivos de desenvolvimento sustentável, serviços de interesse dos membros ou interesse geral.

A economia social é estruturada em torno de grandes organizações. Um dos atores da economia social em Portugal, CASES (s.d.) caracteriza estas organizações da economia social:

- “Associações com fins altruísticos que atuem no âmbito cultural, recreativo, do desporto e do desenvolvimento local - Este tipo de associações tem número ilimitado de associados, capital indeterminado e duração indefinida. Prosseguem atividades de interesse geral em áreas como sejam a dinamização cultural, o entretenimento, lazer, bem-estar e desenvolvimento local de base comunitária.

- **Associações Mutualistas** - O Mutualismo, com mais de 700 anos de história em Portugal, é um sistema privado de proteção social que visa o auxílio mútuo dos seus membros, que participam na definição da sua autoproteção, assente numa solidariedade responsável e livre.
- **Fundações** - As fundações são pessoas coletivas sem fins lucrativos criadas por iniciativa de uma ou mais pessoas jurídicas (instituidores ou fundadores) com a finalidade de gerir uma massa patrimonial, não inferior ao valor de 250.000 € ou, caso o património seja inferior a este valor, os fundadores terão de demonstrar a respetiva suficiência para prosseguir o fim da fundação (ou as formas de suprir a insuficiência), sob pena de o reconhecimento ser recusado.
- **Cooperativas** - Uma cooperativa é uma associação autónoma de pessoas que se unem, voluntariamente, para satisfazer aspirações e necessidades económicas, sociais e culturais comuns, por uma empresa de propriedade comum e democraticamente gerida. Tem um número ilimitado de cooperadores, capital social variável e duração indefinida. O sector cooperativo compreende os seguintes ramos: Agrícola, Artesanato, Comercialização, Consumidores, Crédito, Cultura, Ensino, Habitação e Construção, Pescas, Produção Operária, Serviços, Solidariedade Social.” (p. 7)

No que diz respeito às cooperativas em particular, existem sete princípios que orientam a administração das cooperativas, um instrumento legal que origina uma grande credibilidade ao setor (Crúzio, 2005; Matos, 2005; Oliveira, 2006, citados por Moraes et al., 2016, p. 4):

1. **Adesão Livre e Voluntária**, as cooperativas são organizações voluntárias, abertas a qualquer indivíduo que queira usar os serviços e que estejam dispostos a aceitar as responsabilidades de sócio colaborador.
2. **Gestão democrática** as cooperativas são empresas democráticas, onde os sócios participam e estabelecem conjuntamente o planeamento, políticas e o funcionamento da cooperativa, através do voto de cada membro.
3. **Participação económica dos sócios**, os quais cooperam de forma igual e gerem democraticamente o capital de todos os membros, sendo que os investimentos

para o desenvolvimento da cooperativa serão as reservas financeiras para novos investimentos.

4. **Autonomia**, baseia-se na ideia de que as cooperativas são organizações autónomas de ajuda mútua, governadas por todos os membros.
5. As cooperativas oferecem a **educação** e treino aos sócios, administradores e funcionários, de modo a contribuir para o seu desenvolvimento e sustentabilidade.
6. Na **Intercooperação** as cooperativas consideram as necessidades dos seus sócios e trabalham unidas para dividir as boas experiências e os bons resultados, pois todos deve crescer juntos.
7. **Preocupação com a comunidade**, através dela, as cooperativas trabalham pelo desenvolvimento sustentável das suas comunidades nas quais se localizam, por políticas aprovadas pela maioria dos seus membros.

2.2 Empreendedorismo Social

O conceito de empreendedorismo social combina o valor social com o valor económico, e é a partir desse pressuposto que se permite desenvolver modelos inovadores para dar solução aos problemas da sociedade e maximizar o impacto social (Mair & Marti, 2006; Macke et al., 2018; Dwivedi & Weerawardena, 2018; Mirvis & Googins, 2018 citados por Bezerra-de-Sousa & Teixeira, 2019).

2.3 Empreendedorismo Social Coletivo

O empreendedorismo social é gerido em colaboração definido como: "colaboração entre atores semelhantes e diversos com o objetivo de aplicar os princípios empresariais na resolução de problemas sociais" (Montgomery et al., 2012 citado por Jørgensen et al., 2021, p. 4). Ainda o mesmo autor sublinha neste conceito a importância de uma missão comum, a participação de diferentes grupos de atores e com isto assegurar a diversidade de pontos de vista, culturas e aspetos sociais.

2.4 Desenvolvimento da comunidade

O desenvolvimento comunitário é o processo em que os membros de uma localidade trabalham em conjunto para enfrentar os desafios coletivos e/ou melhorar a

qualidade de vida usando os recursos existentes no local (Matarrita-Cascante & Brennan, 2012; Theodori, 2005, citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018).

2.5 Inovação social

“A inovação social surge para solucionar problemas sociais e/ou ambientais a partir da criação de produtos e processos, visualizando oportunidades com as falhas de mercado, resultando na criação de impacto social. Esse impacto é justamente o resultado em termos quantitativos de pessoas beneficiadas pela inovação social.” (Nicholls & Murdock, 2012; Phills et al., 2008; Pol & Ville, 2009; Vo, Christie & Rohanna, 2016; Johnson & Lee, 2013 citados por Bezerra-de-Sousa & Teixeira, 2019, p. 85).

Segundo Bezerra-de-Sousa e Teixeira (2019) a criação do impacto social consegue mudar a realidade de muitos indivíduos, como, por exemplo, através da criação de oportunidades de educação a baixo custo, moradia, créditos financeiros, deste modo, as pessoas que conseguem usufruir de serviços a que muito provavelmente não teriam acesso.

Monteiro (2019) enumera diversas categorias de inovação, como relações de produção (surgimento de formas de organização do trabalho, empresas de inserção), relações de consumo (participação dos beneficiários), relações entre empresas (cooperação e responsabilidade social corporativa), configuração das relações sociais (governança, desenvolvimento económico comunitário).

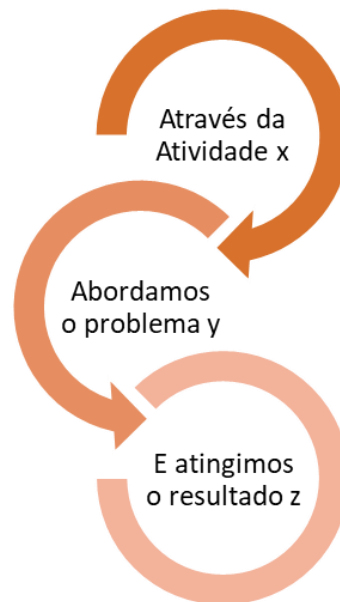
Este conceito deve estar pensado com foco no território com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento e as relações sociais coletivas.

2.6 Teoria da mudança

Weiss (1995, citado por UTS, s.d.) define a teoria da mudança - ToC – com base na forma como as atividades, resultados e contextos de um projeto de cariz social conduzem a objetivos a longo prazo.

A ToC é uma articulação clara e concisa sobre como a atividade x, no contexto x conduzem ao resultado z (Figura 1). Ao desenvolver a ToC é preciso ter em consideração se a mudança será ao nível micro, para mudanças a um grupo de indivíduos, ao nível de uma organização, ou ao nível macro, para realizar mudanças a nível da sociedade (UTS, s.d.).

Figura 1 Processo da teoria da mudança.



Elaboração própria.

CAPÍTULO 3 – Empresa social de turismo

3.1 Elementos, funções e processos da empresa social de turismo

O estudo de Aquino, Lück, e Schänzel (2018) sugere a empresa social de turismo como um processo holístico do desenvolvimento sustentável da comunidade.

O ANEXO 1 ilustra o quadro conceptual da empresa social de turismo, composto por pessoas, recursos, processos, interações, moldados por vários contextos:

1. As pessoas – são os indivíduos ou organizações que servem como agentes potenciadores da empresa social de turismo, sendo exemplo empresários sociais do turismo, comunidade local, instituições e outras entidades e organizações (Aquino, Lück, & Schänzel, 2018).
2. Recursos, processos – são geridos pela empresa social do turismo com vista a usufruir dos problemas sociais e falhas de mercado, considerados oportunidades de mercado (Mottiar et al., 2018; Sigala, 2016 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018).
3. Interações – são importantes para forjar relações significativas com a comunidade e instituições locais, por exemplo, governo local e outras organizações como associações sem fins lucrativos e cooperativas, a colaboração

entre todos os atores é fulcral para alcançar um desenvolvimento local sustentável (Aquino, Lück, & Schänzel, 2018).

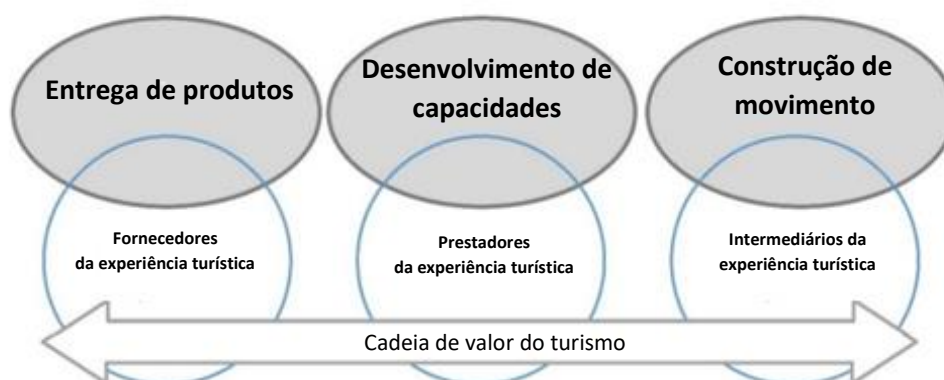
4. O contexto local – é algo fundamental que os empresários sociais do turismo precisam de compreender na criação de empresas comerciais, fatores situacionais, tais como, fatores socioeconómicos, ambientais, culturais e políticos (Austin et al., 2006 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018), juntamente com forças externas, tais como, regulamentos fiscais, políticas regionais, ou fluxos turísticos nacionais/regionais (Stone & Nyaupane, 2016 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018), tudo isto influencia o contexto comunitário local, bem como os seus problemas sociais.

3.2 Conceito e tipologias das empresas sociais de turismo

Com toda a informação recolhida é possível definir a empresa social de turismo como um empreendedorismo e inovação que utiliza o turismo para criar soluções para problemas sociais, ambientais e económicos nas comunidades. Esta empresa mobiliza as ideias, capacidades, recursos e relações sociais, dentro ou fora do destino, necessárias para o desenvolvimento económico, social e ambiente desejados. (Sheldon et al., 2017, citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018, p. 4). É através da inovação social contínua, um aspeto do empreendedorismo social, que o sistema turístico consegue criar estas soluções.

No seu estudo Aquino, Lück, e Schänzel (2018) expõem como a cadeia de valor do turismo é tão diversificada que requer empresas sociais que ofereçam uma variedade de produtos e serviços, enquanto implementam estratégias de inovação social.

Figura 2 Tipologias do empreendedorismo social turístico, baseadas em modelos de inovação social, e o seu papel na cadeia de valor do turismo



Fonte: Alvord et al., 2004; Day & Mody, 2017 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018.

A Figura 2 mostra as tipologias do empreendedorismo social turístico, baseadas em modelos de inovação social, e o seu papel na cadeia de valor do turismo. A primeira tipologia: "fornecedores de produtos", que inclui empresas sociais de turismo que oferecem produtos tangíveis, como comida e lembranças aos turistas (Day & Mody, 2017 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018). Alvord et al., (2004) afirma que ao usar o modelo de inovação social nesta tipologia, muitos conhecimentos técnicos são transmitidos para indivíduos da comunidade para desenvolver competências e conhecimentos locais para produzir tais produtos (citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018).

A segunda tipologia apresentada na Figura 2: "construção da capacidade do fornecedor", aqui é incorporado alguns dos conceitos de turismo comunitário, onde os empresários sociais se organizam e envolvem a comunidade em geral, identificam as necessidades da comunidade, e desenvolvem a capacidade local para responder a estas necessidades através do desenvolvimento de recursos humanos e formação turística (Alvord et al., 2004; Day & Mody, 2017 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018).

A terceira tipologia, também apresentada na Figura 2, refere-se a: "'construção de movimento dos intermediários", o que envolve intermediários do mercado, como agências de viagens, que vendem produtos de turismo sustentável (Day & Mody, 2017 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018). Isto porque promovem e ensinam práticas de turismo responsável aos visitantes e apoiam causas sociais nos destinos que promovem.

Estas três tipologias apresentadas mostram uma variedade de modelos que as empresas sociais de turismo podem incorporar, sendo que estas podem adotar mais do que uma tipologia.

PARTE II: CARACTERIZAÇÃO DO ESTÁGIO

No presente capítulo é apresentada a organização onde o estágio curricular decorreu – Diesis Netwoork, uma cooperativa social sediada em Bruxelas - e onde desempenhei a função de estagiária de turismo sustentável, auxiliar de escritório e gestora de projetos. Ainda no presente capítulo, são descritas as atividades realizadas durante o estágio e posteriormente estas serão avaliadas e analisadas, sendo as conclusões retiradas importantes para compreender a relevância do estágio para adquirir conhecimentos, aptidões e competências tanto no contexto de trabalho como na vida pessoal.

CAPÍTULO 1 - Caracterização da empresa

Desde 1997, Diesis apoia o desenvolvimento da economia social, empreendedorismo social e inovação social na Europa através da implementação de atividades baseadas no conhecimento dos membros da rede, tais como formação, projetos, serviços de consultoria, assistência técnica e investigação (Diesis Network, 2021).

- Missão

O objetivo da Diesis é ligar e apoiar os membros e parceiros para criar condições favoráveis ao desenvolvimento de outros ecossistemas, redes e organizações de apoio regional e nacionalmente. A rede é vista como um ecossistema de ecossistemas, onde, em conjunto com os membros, luta por uma economia mais inclusiva e sustentável, por atividades baseadas no conhecimento, cooperação internacional e investigação.

- Área de atuação e impacto

Diesis está envolvida em projetos relacionados com o diálogo social, a transição digital e verde, migração, género, antidiscriminação, indústrias culturais e criativas, apoio aos jovens e jovens empresários sociais, ruralidade, condições de trabalho justas, envolvimento dos trabalhadores e participação financeira. Na área do turismo, esta organização apoia o desenvolvimento do turismo social e responsável, turismo solidário, turismo justo e turismo comunitário. Estas formas do turismo representam uma área de grande interesse e colaboração para as organizações da economia social.

Em 2021, segundo o relatório anual da Diesis o impacto na sociedade mostrou-se significativo, alcançando nove objetivos de desenvolvimento sustentável com as suas atividades, 48 membros na sua rede provenientes de 21 países, 14 da Europa, 6 do sudeste da Europa e ainda originou 1,2 milhões de postos de trabalho, o ANEXO 2 mostra estas e muitas mais informações sobre o impacto em 2021 da Diesis Network.

- Organograma do Ecossistema

O ANEXO 3 mostra o organograma da Diesis Network, onde a própria rede, os membros, o impacto causado e as parcerias/colaborações são os pontos-chave da organização.

- Parcerias & Colaborações

Através da criação/estímulo de parcerias e colaborações, Diesis procura encontrar soluções para os desafios sociais mais urgentes através das ferramentas que a economia social oferece.

Diesis Network reconhece que a interligação é a chave para construir uma economia mais inclusiva e sustentável. Isto tornou-se um motor por detrás das ambições de criar parcerias e colaborações com diversas partes interessadas não só entre os atores dentro da economia social, mas também fora dela.

- Rede

O objetivo da Diesis é criar uma rede sustentável através da ligação e apoio aos membros e parceiros para criar condições e espaço para o desenvolvimento de capacidades, liderança e apoio mútuo.

- Teoria da Mudança (ToC) da Diesis

A rede Diesis é a justaposição de diversos membros: organizações, federações e redes nacionais. Todos eles têm os seus próprios desafios e ambições e cada um com um nível de desenvolvimento diferente. A rede é construída sobre uma teoria de mudança (ToC) que dá aos membros a oportunidade de se envolverem e interligarem, a Diesis dá suporte na compreensão global do ecossistema da economia social, para que os membros

compreendam melhor as necessidades do ecossistema em que operam e os passos que precisam de dar para tornar as suas organizações mais fortes. A experiência tornou claro que a rede tem atividades fundamentais, como eventos e projetos em comum, que se tornaram importantes para o envolvimento da comunidade de Diesis. A teoria da mudança apresentada NO ANEXO 4 retrata os resultados que a Diesis pretende alcançar coletivamente e individualmente como organização.

- Adesão

Na Diesis existem dois níveis de adesão: membros efetivos e parceiros associados:

- Os membros efetivos pagam uma quota de capital e uma quota anual, ou seja: as organizações maiores, federações e cofundadores nacionais com 1.000 euros de capital ou mais, as organizações mais pequenas podem começar com 1.000 euros. O capital é reembolsado caso o membro abandone a Diesis. A taxa anual é de 3.000 euros para as organizações maiores e 1.000 euros para as mais pequenas. Os membros efetivos decidem a estratégia de desenvolvimento e elegem o conselho de administração.
- Os parceiros associados - membros livres - que fazem parte da rede não têm de pagar quotas de capital nem taxa anual, pelo que não podem participar na gestão formal: Assembleia Geral e Conselho de Administração. Não votam nas eleições para o conselho de administração, no entanto podem participar na parte aberta da assembleia. Este é um nível "experimental", a fim de compreender o interesse e as oportunidades reais para o desenvolvimento comum de projetos e percursos de aprendizagem.

Ambos os tipos de membros têm livre acesso a:

- Colaboração com o staff da Diesis e outros membros;
- Acesso às instalações e sala de reuniões em Bruxelas;
- Receber informações, ter acesso às atividades da rede;
- Receber visibilidade durante eventos da rede Diesis, comunicação social etc..

- Eventos para a Rede

A Diesis Network desenvolve um leque de eventos, que visam conectar os membros, facilitando o fluxo de conhecimentos e a capacitação da rede.

- Grupo de Trabalho sobre Inovação

O Grupo de Trabalho sobre Inovação é um grupo colaborativo de membros da Diesis e parceiros, cujo trabalho se centra num tema ou sector específico para partilhar as melhores práticas e o desenvolvimento é decidido e avaliado coletivamente, sendo que as metas e objetivos são ajustados conforme as lições aprendidas e a dinâmica do grupo.

- Envolvimento dos membros

Os membros da Diesis estão alinhados com o propósito da rede e influenciam diretamente as ações atuais e futuras. É criada uma relação profunda e significativa entre os membros que impulsiona a mudança e vai além da adesão e inclui o envolvimento e interações dos membros, bem como as suas ligações com outros membros e a comunidade.

O envolvimento dos membros é gerado pelas experiências que a Diesis Network facilita, no ANEXO 5 é apresentado o resumo do processo do envolvimento dos membros.

CAPÍTULO 2 - O modelo de gestão da Diesis

O modelo de gestão da Diesis segue os sete princípios das cooperativas mencionados por Moraes et al., (2016 citados por Crúzio, 2005; Matos, 2005 & Oliveira, 2006), eles são: (1) Adesão Livre e Voluntária, (2) Gestão Democrática, (3) Participação Económica, (4) Autonomia e Independência, (5) Educação, (6) Intercooperação, (7) Interesse pela Comunidade.

Para perceber um pouco melhor a administração da Diesis, foi realizado um questionário escrito, com perguntas relacionadas com os sete princípios que devem existir nas cooperativas. Seguidamente a coordenadora do estágio e um sénior da organização responderam às questões. Tendo as respostas sido dadas em inglês, procedeu-se à respetiva tradução e, posteriormente, foi feito um resumo sobre o conteúdo disponibilizado. É possível ler o questionário na íntegra no Apêndice 1.

Sendo a Diesis uma entidade com um estatuto legal de cooperativa, ela segue os princípios universais da cooperativa, tem um **modelo de gestão democrático**, onde nenhum membro detém mais poder do que os outros e estes podem escolher os representantes através do voto, e cada indivíduo tem um voto por eleição, formando assim uma organização unificada onde todos os indivíduos se apoiam mutualmente podendo também apoiar outras cooperativas para formar uma rede.

A adesão da cooperativa é feita de forma **livre e voluntária**, sendo que cada organização pode escolher o tipo de adesão à cooperativa, consoante a **participação económica**: membros efetivos e parceiro associados. Os primeiros pagam uma quota de capital e uma taxa anual e decidem a estratégia de desenvolvimento e elegem o conselho de administração, já os segundos fazem parte da rede, mas não têm de pagar quotas de capital nem taxa anual, pelo que não podem votar nas eleições para o conselho de administração, no entanto, podem participar na parte aberta da assembleia.

Mesmo tendo uma forte ligação com a Comissão Europeia, a Diesis Network, com os membros, possui uma **forte independência e autonomia**, tanto que as suas atividades influenciam as políticas nacionais e europeias, que visam contribuir para o crescimento da economia social na Europa e no mundo, apoiando o desenvolvimento da economia social, do empreendedorismo social e da inovação social através da partilha de conhecimentos, do intercâmbio de boas práticas e da investigação entre países.

Com o intuito de **dar formação** tanto à equipa de trabalho como aos membros da rede Diesis, foi criado um conjunto de atividades, tais como masterclasses, que tinham como objetivo encorajar positivamente uma cultura de aprendizagem dentro da rede.

As atividades da cooperativa mostram claramente a **intercooperação da rede**, pois tentam satisfazer as necessidades dos membros e de terceiros através do livre acesso aos serviços da Diesis, colaboração com o pessoal da Diesis e outros membros, partilha de informações, ter acesso às atividades de rede, etc. Para compreender se as atividades/serviços ainda são relevantes a Diesis recolhe a opinião junto dos membros para perceber se estas ainda vão consoante as suas necessidades e ainda para perceber as suas novas prioridades, com as prioridades da rede e compará-las com as dos decisores políticos em torno da economia social, para preparar o caminho para novas iniciativas.

A Diesis desde sempre lançou atividades com foco no desenvolvimento sustentável, justo e igualitário da comunidade, centradas no ser humano visando a criação de oportunidades, partilhar e multiplicar conhecimento, impulsionar novas iniciativas para alimentar o crescimento sustentável e produzir inovação contínua com impacto, tais como: colaboração entre sectores; promoção da participação dos trabalhadores e melhorar a governação democrática; fomentar a produção e a compra responsável; desenvolvimento de competências para o empreendedorismo social através de formação e educação da metodologia integrada e holística baseada na educação não formal e e-learning; compromisso com a igualdade, diversidade e inclusão incorporado na forma como conduzem as atividades como empregador, rede, e parceiro.

CAPÍTULO 3 - Caracterização das atividades desenvolvidas

O estágio é uma excelente oportunidade para colocar em prática a aprendizagem teórica adquirida durante o mestrado.

Ao longo dos seis meses de estágio, foi possível adquirir várias competências profissionais e pessoais, as quais contribuíram para um conjunto de aprendizagens, nomeadamente ao nível da gestão e resposta ao correio eletrónico, a pedidos de informação, marcação de reuniões e prestação de apoio geral ao escritório, prestação de assistência na organização de visitas de grupo e seminários, apoio na gestão e coordenação de projetos e ainda apoio a atividades de comunicação.

O estágio foi realizado no escritório da Diesis Netwoork, em Bruxelas, tendo sido desempenhada a função de estagiária em turismo sustentável, auxiliar de escritório e gestora de projetos. Foram realizadas diversas atividades, tal como é apresentado na Tabela 1. Seguidamente são apresentadas as distintas tarefas executadas nas diferentes tipologias de atividades.

Tabela 1 Tipologia de atividades realizadas no estágio curricular.

Atividade 1	Apoio às atividades de comunicação
Atividade 2	Apoio ao desenvolvimento e gestão de novos projetos

Atividade 3	Apoio ao novo website da Diesis Network
Atividade 4	Apoio na preparação de eventos online/presencias
Atividade 5	Formações e networking
Atividade 6	Elaboração de artigo não científico "Mapa da economia social no turismo"

Atividade 1 - apoio às atividades de comunicação

Uma das primeiras atividades realizadas no estágio foi o apoio à área de comunicação da Diesis, a realização desta atividade proporcionou o conhecimento de todos os projetos da organização, membros da rede, fundos europeus, projetos Erasmus +, projetos em blockchain.

Com a ajuda da plataforma de design gráfico “canvas” elaborei apresentações, infográficos, pósteres e outros conteúdos visuais utilizados posteriormente em publicações nas redes sociais da Diesis (Facebook, LinkedIn, Twitter) utilizando o sistema especializado em gestão de marcas nas redes sociais o Hootsuite.

Sendo que ficou à minha responsabilidade:

- Promoção da chegada da aluna à organização;
- A promoção de um membro da rede, uma vez por semana;
- Promoção de eventos.

Conhecimentos, aptidões e competências adquiridas que esta atividade me proporcionou:

- desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho;
- adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico.
- adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Atividade 2 - apoio ao desenvolvimento e gestão de novos projetos

Outra atividade proposta pela organização foi o acompanhamento de três projetos liderados pela Diesis, projetos na área do turismo, sustentabilidade alimentar e ainda na igualdade de género e desenvolvimento da economia rural, projetos desenvolvidos em colaboração com mais três a quatro parceiros da Bulgária, Áustria, Itália, Espanha, Portugal, Roménia, Eslovénia, Alemanha, Servia e Chipre. Na Tabela 2 são apresentados os projetos acompanhados durante o estágio:

Tabela 2 Descrição dos projetos "Storydoers", "VET4FOOD" e "WeGreen"

 Digital StoryDOING in Local Tourism ERASMUS+ PARTNERSHIP PROJECT OF BULGARIA, SPAIN, BELGIUM, ITALY AND AUSTRIA 2021-2023	 VET4FOOD VET Training for Food Sustainability	 WE GREEN Rural Women's Empowerment through GREEN Social ENTREPRENEURSHIP
Storydoing digital no turismo local 2021-2023 O projeto visa desenvolver as capacidades das empresas rurais para conceber e promover experiências turísticas locais sustentáveis baseadas no Storydoing.	VET4FOOD Formação VET para a Sustentabilidade Alimentar 2021-2023 Os objetivos do projeto: 1. Reduzir a lacuna de formação nas escolas profissionais sobre a sustentabilidade alimentar; 2. Impulsionar a incorporação de temas de sustentabilidade alimentar nos currículos escolares das escolas profissionais; 4. Utilização de metodologias de aprendizagem baseadas na experiência.	Empoderamento da Mulher Rural através do Empreendedorismo social verde 2022-2024 O projeto visa conceber e implementar programas locais para a capacitação das mulheres nas comunidades rurais através do empreendedorismo social verde através de competências digitais e sensibilização da sua importância como motor de desenvolvimento local.

O projeto "Storydoers" é na área do turismo, sendo possível adquirir novos conhecimentos sobre o storytelling e o storydoing, conceitos importantes para a

promoção das comunidades locais. E ainda foi possível adquirir conhecimentos com pessoas mais experientes na área do turismo e gestão de projetos.

Ficou à minha responsabilidade a investigação documental sobre “O turismo sustentável na União Europeia”, esta atividade proporcionou uma visão mais geral do conceito de turismo sustentável e como a UE influencia a sua gestão.

O projeto "VET4FOOD", cuja temática se centrava sobre a importância da sustentabilidade alimentar, proporcionou a obtenção de conhecimentos sobre um tema inteiramente novo para mim, ficando à minha responsabilidade as seguintes atividades:

- Resposta a emails;
- Reuniões online com os parceiros do projeto;
- Elaboração de Google forms solicitando a avaliação das reuniões por parte dos parceiros do projeto;
- Partilha dos documentos no Beecamp, plataforma onde os parceiros do projeto podem partilhar e aceder a todos os documentos importantes;
- Elaboração de um Google forms a solicitar a escolha do logótipo do projeto aos parceiros;
- Elaboração da estratégia de disseminação e comunicação e plano de ação de comunicação para o projeto "VET4FOOD";
- Elaboração do plano de qualidade para o projeto "VET4FOOD".

O projeto "WeGreen", sobre o empoderamento de mulheres em zonas rurais, proporcionou a aprendizagem de conceitos e a descoberta de novas ideias e formas de ver o mundo, onde a igualdade de género e o empreendedorismo digital e verde são importantes, tendo sido da minha responsabilidade as seguintes atividades:

- Resposta a emails;
- Reuniões online com os parceiros do projeto;
- Elaboração de um Google forms a solicitar a escolha do logótipo do projeto aos parceiros;
- Elaboração da estratégia de disseminação, comunicação e plano de ação de comunicação para o projeto "WeGreen";

- Investigação documental para o projeto "WeGreen" sobre "Ao nível da EU, refletir as estratégias nacionais relativas ao empoderamento das mulheres nas zonas rurais e identificar as necessidades específicas das mulheres rurais e os problemas exatos que enfrentam, prevenir a sua integração no mercado de trabalho e promovendo o empreendedorismo social verde.";
- Recolha de boas práticas de empresas e/ou projetos sociais verdes que proporcionem a aprendizagem de competências digitais e de empreendedorismo no âmbito do empoderamento de mulheres e mulheres em zonas rurais;
- Elaboração e publicação de um artigo (ver referência Gateira, 2022a).

Conhecimentos, aptidões e competências adquiridas:

- desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho;
- adquirir competências para trabalhar em equipas multiculturais;
- pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico.
- Adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico.
- adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Atividade 3 - apoio ao novo website da Diesis Network

A minha chegada à organização foi coincidente ao lançamento do novo website da Diesis, sendo assim, tive a oportunidade de ajudar na revisão e edição de conteúdo elaborado pela organização, como, por exemplo, artigos e projetos realizados.

Conhecimentos, aptidões e competências adquiridas:

- adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Atividade 4 - apoio na preparação de eventos online/presencias

No âmbito da investigação do tema do presente relatório desenvolvi, com a ajuda de outros colegas da organização, dois eventos online:

1. O primeiro evento realizou-se no dia 16 de março de 2022 com o nome "Masterclass Economia Social e Turismo Sustentável"

a) Tópicos:

- Estratégia da Rede Diesis para o Turismo Sustentável e o caminho a seguir;
- Visão geral dos projetos em curso específicos para o turismo;
- Estudos de caso da rede;
- Planos e iniciativas futuras (discussão aberta).

b) Resultados:

- Boas práticas dos membros da rede.

c) Na preparação do evento foram da minha responsabilidade as seguintes atividades:

- Convidar os oradores;
- Gestão e resposta a emails;
- Comunicação/Promoção do evento;
- Sumarização, Análise e Avaliação do evento.

2. O segundo evento realizou-se no dia 24 de junho de 2022 com o nome "Mesa redonda Economia Social no Turismo para um desenvolvimento económico sustentável"

a) Tópicos:

- Pawel Klimek (SZOWES) - Pequenos passos levam a uma grande mudança - economia social cria uma economia sustentável e desenvolvimento nas comunidades locais na Pomerânia Ocidental;
- Lucía Hernández - Estratégias de Plataforma para a Regeneração;
- Jonathan Reyes (Fair Bnb Internacional) - Plataformas digitais para uma economia de partilha: redistribuição da riqueza às comunidades;
- Ranko Milic / Ministério do Turismo (Croácia) - Destinos turísticos sustentáveis, inteligentes e bonitos.

b) Resultados:

- Boas práticas de membros da rede.

c) Na preparação do evento foi da minha responsabilidade as seguintes atividades:

- Convidar os oradores;
- Gestão e resposta a emails;

- Comunicação/Promoção do evento;
- Sumarizar, Analisar e Avaliar (ver referência Gateira, 2022b)

Para além destes dois eventos também dei suporte à preparação do encontro anual da Diesis Netwoork em Bruxelas, uma altura em que todos os membros tiveram a oportunidade de se encontrarem. O evento tem por objetivo aproximar a comunidade e marcar a importância da colaboração e da sua dinâmica evolutiva.

Na preparação do evento foi da minha responsabilidade as seguintes atividades:

- Comunicação/Promoção do evento;
- Apoio no dia do evento com música, catering, receção dos convidados.

Conhecimentos, aptidões e competências adquiridas:

- Desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho;
- Pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico;
- Adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico;
- Adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Atividade 5 - formações e networking

No período de estágio em Bruxelas existiu a oportunidade de viajar para Podgorica e Roma no âmbito de dois projetos em que a Diseis é parceira, esta foi a chance de conhecer as cidades, de fazer networking com pessoas da área da economia social e empreendedorismo e ainda de adquirir mais conhecimentos sobre dois temas:

1. Formação "Advocacia para a Economia Social" em Podgorita - Montenegro 27 de março a 1 de abril. (ver referência Gateira, 2022c).

Sobre a formação:

Esta formação foi dedicada ao desenvolvimento de estratégias de advocacia e de construção de parcerias para os participantes, a serem implementadas a nível local. A

formação destinou-se aos jovens que com a formação no futuro irão divulgar os resultados do projeto e promover as melhores práticas nas comunidades locais.

O número de participantes para a formação foi de vinte e quatro, três por país participante: Albânia, Bósnia e Herzegovina, Bélgica, Itália, Kosovo, Montenegro, Macedónia do Norte, Sérvia.

Impacto nos participantes:

- Aumento dos conhecimentos teóricos e práticos sobre economia social no BM e na UE, e aquisição de experiência em primeira mão sobre práticas de economia social (ex. cooperativas sociais), inspirando-se assim a replicar boas práticas e a criar mudanças positivas;
- Impulsionou a empregabilidade, a auto empregabilidade e o espírito empreendedor através de currículos de formação inovadores em SE;
- Melhoria das competências e conhecimentos sobre advocacia e lobbying juvenil, meios digitais, e ferramentas de advocacia digital para influenciar as políticas da SE;
- Melhoria das competências interculturais e transversais e expansão das redes profissionais em SE em ambas as regiões;

2. Formação "Viajar pela Europa para trocar e criar um modelo de formação educacional para fomentar a participação e o bem-estar empresarial" em Roma - Itália, 4 a 8 de abril. (ver referência Gateira, 2022e).

A formação foi concebida para empregadores, pessoal envolvido na gestão de recursos humanos e responsável pelo bem-estar empresarial e/ou responsabilidade social empresarial.

Foi desenvolvida no âmbito do projeto Take Part que visa apoiar o desenvolvimento empresarial e o crescimento do emprego através do desenvolvimento de competências, para assegurar a maior produtividade das empresas com o desejo de melhorar o bem-estar dos trabalhadores.

A formação foi dividida em duas partes:

- Definição e diferentes formas de envolvimento dos trabalhadores, com a apresentação de casos reais;
- Visitas de estudo concretas a várias empresas em Roma.

Conhecimentos, aptidões e competências adquiridas:

- Desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho;
- Adquirir competências para trabalhar em equipas multiculturais;
- Adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico;
- Adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Atividade 6 - elaboração de artigo não científico "Mapa da economia social no turismo"

Com o intuito de partilhar e desenvolver o meu conhecimento no âmbito do turismo e da economia social, foi proposto pela organização a investigação do tema “economia social no turismo e como ambos os conceitos interligados apoiam o desenvolvimento sustentável e regenerativo das comunidades locais.”

Esta atividade proporcionou uma aprendizagem de uma nova visão do turismo, um turismo que investe e apoia a comunidade nos aspetos sociais, económicos e ambientais.

No desenvolvimento desta atividade foi possível trabalhar com diversas pessoas, muito experientes, tanto na área do turismo como na economia social.

Foi já publicado um pequeno artigo, apêndice 2, com o nome “Turismo: como pode a economia social torná-lo mais sustentável” versão em inglês, apêndice 3 versão em português, onde são apresentados os benefícios da utilização do modelo empresarial social no turismo. Contudo, o artigo mais extenso ainda não foi publicado, pois está em processo de revisão.

Conhecimentos, aptidões e competências adquiridas:

- Pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico;

- Adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico;
- Adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Na Apêndice 4 é apresentado o cronograma de atividades desenvolvidas ao longo dos seis meses na Diesis Network no âmbito do estágio curricular.

CAPÍTULO 4 - Avaliação das atividades

No processo de avaliação, os indicadores apresentados têm por objetivo apurar o nível da realização das atividades do estágio e, desta forma, são comparados com as propostas pré-estabelecidas. Com esta informação podemos apurar o respetivo nível de desempenho e sucesso no estágio.

“Avaliar é comparar num determinado instante o que foi alcançado mediante uma ação e o que se deveria ter alcançado de acordo com uma prévia programação” (Mendonça & Leite citado por Serrano, 2008).

Avaliar contém três elementos essenciais:

- A existência de atividades/situações previstas;
- A existência de atividade/situação reais;
- Um processo de comparação entre ambas.

Figura 3 Processo de avaliação de atividades.

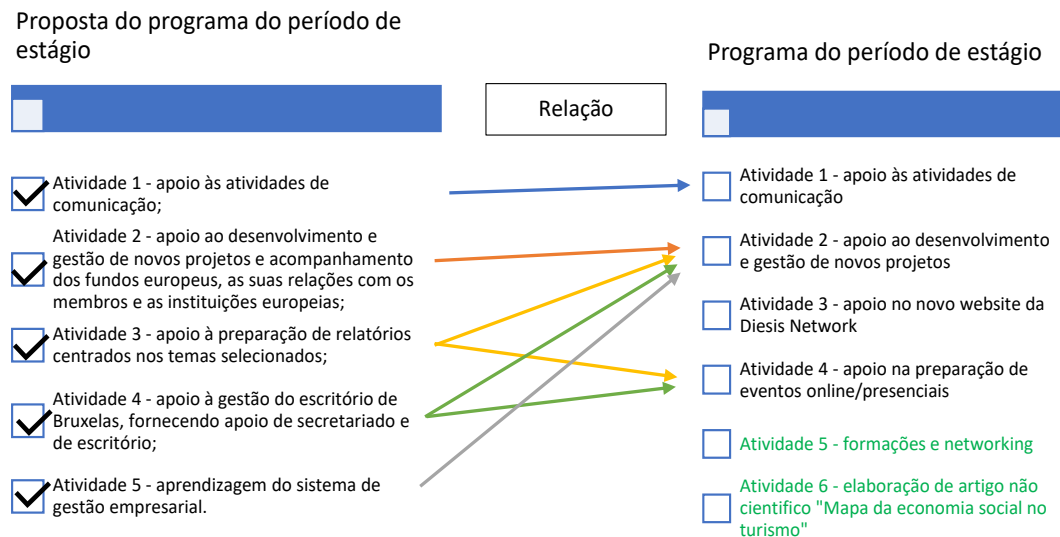


Fonte: Marcelo, 2017

É com base no processo de avaliação apresentado na Figura 3 que é feita a relação e posterior avaliação entre as atividades previstas no estágio e as atividades

Figura 4 Processo de relação entre as atividades previstas de estágio e as atividades realizadas no estágio.

realizadas no estágio, na Figura 4 é possível verificar que todas as atividades propostas no programa do estágio, à esquerda, foram executadas sendo elas, por vezes, relacionadas com várias atividades realizadas durante o período de estágio, à direita.

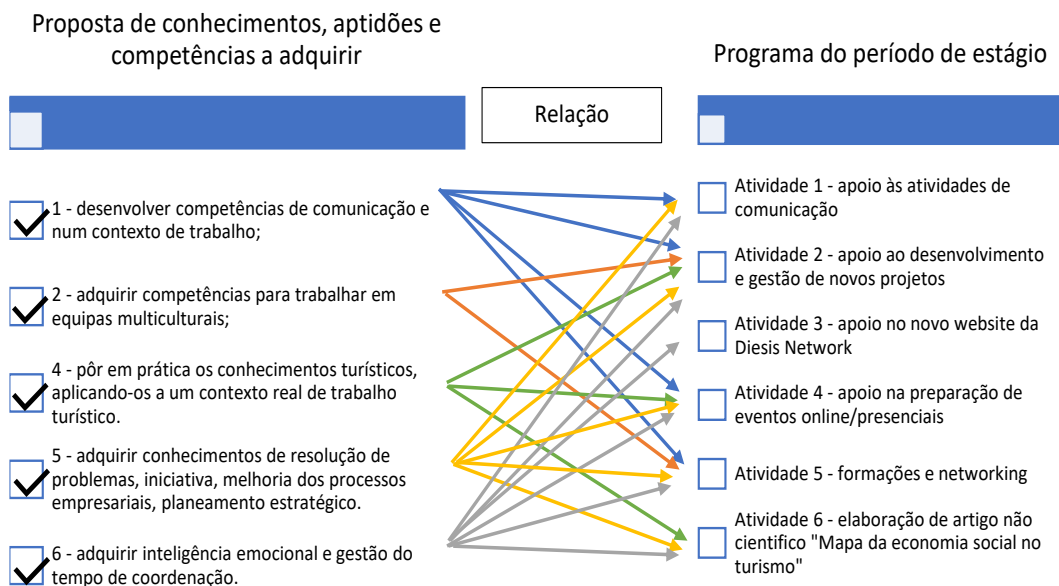


A verde estão as duas atividades desempenhadas que não estavam previstas, estas são:

- Atividade 5 - formações e networking
- Atividade 6 - elaboração de artigo não científico "Mapa da economia social no turismo"

Na Figura 5 é feita a relação entre as propostas de conhecimentos, aptidões e competências a adquirir durante o estágio, à esquerda, e as atividades executadas durante o período de estágio, à direita.

Figura 5 Relação entre proposta de conhecimentos, aptidões e competências a adquirir e as atividades executadas durante o período de estágio.



A relação apresentada entre a coluna da esquerda e a coluna da direita mostra como as atividades desenvolvidas durante o estágio foram importantes para adquirir conhecimentos, aptidões e competências, sendo elas:

- 1 - Desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho;
- 2 - Adquirir competências para trabalhar em equipas multiculturais;
- 4 - Pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico;
- 5 - Adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico;
- 6 - Adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

Cada atividade proporcionou o desenvolvimento de vários conhecimentos, aptidões e competências:

- Atividade 1 - apoio às atividades de comunicação proporcionou o desenvolvimento de: 1 - desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho; 5- adquirir conhecimentos de resolução de problemas,

iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico; 6- adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

- Atividade 2 - apoio ao desenvolvimento e gestão de novos projetos proporcionou o desenvolvimento de: 1 - desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho; 2 - adquirir competências para trabalhar em equipas multiculturais; 4 - pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico; 5 - adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico; 6 - adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.
- Atividade 3 - apoio no novo website da Diesis Network proporcionou o desenvolvimento de: 6 - adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.
- Atividade 4 - apoio na preparação de eventos online/presenciais proporcionou o desenvolvimento de: 1 - desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho; 4 - pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico; 5 - adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico; 6 - adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.
- Atividade 5 - formações e networking proporcionou o desenvolvimento de: 1 - desenvolver competências de comunicação e num contexto de trabalho; 2 - adquirir competências para trabalhar em equipas multiculturais; 5 - adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico; 6 - adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.
- Atividade 6 - elaboração de artigo não científico "Mapa da economia social no turismo" proporcionou o desenvolvimento de: 4 - pôr em prática os conhecimentos turísticos, aplicando-os a um contexto real de trabalho turístico; 5 - adquirir conhecimentos de resolução de problemas, iniciativa, melhoria dos processos empresariais, planeamento estratégico; 6 - adquirir inteligência emocional e gestão do tempo de coordenação.

PARTE III: ESTUDO EMPÍRICO

CAPÍTULO 1 - Design/ Métodos do Estudo

1.1 Introdução

A empresa social de turismo, como foi possível constatar na Parte I, tem o potencial de proporcionar benefícios económicos e sociais às comunidades, por exemplo, na criação de emprego e combate a desigualdades sociais, apoiando as comunidades e economias locais, e minimizando os impactos negativos sobre o ambiente. Contudo, ainda existe uma lacuna nos estudos, publicações e sobretudo na valorização da ligação e da importância da economia social em toda a cadeia de valor do turismo.

Durante o estágio curricular foi elaborado um estudo neste tema, estudo que originou num pequeno artigo não científico publicado no site da Diesis (ver referência Gateira, 2022d), e, futuramente, será publicado um artigo mais extenso com todas as boas práticas recolhidas.

1.2 Metodologia

Para a compreensão e apresentação dos conceitos, tanto para o presente relatório como para o estudo desenvolvido na organização de estágio, foi explorada a literatura académica e política existente sobre o papel da economia social e do turismo. A pesquisa foi realizada nas bibliotecas e jornais científicos online, durante o período de 01 de fevereiro a 07 de julho: Biblioteca do Conhecimento Online (b-on); Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP); ResearchGate; emerald. Na pesquisa foram usadas as palavras, em inglês e em português: turismo, turismo coletivo, turismo regenerativo, diferença entre turismo sustentável e turismo regenerativo, empresas sociais de turismo, empresa sociais de turismo e desenvolvimento comunitário.

Relativamente às boas práticas, foram recolhidos mais de trinta exemplos de empresas sociais envolvidas no turismo na Europa, contudo apenas sete foram analisadas. Estas empresas provêm da aleatória pesquisa online e da sugestão da rede europeia Diesis, durante o período de 1 de fevereiro a 7 de julho. Dois dos eventos desenvolvidos em parceria com a Diesis que são, em 16 de março de 2022, a "Masterclass sobre Economia Social e Turismo Sustentável" e em 24 de junho, a Mesa Redonda "Economia Social no Turismo para um Desenvolvimento Económico Sustentável", tiveram

a participação de membros da Diesis e não membros de toda a Europa, sendo que a informação recolhida foi integrada no estudo.

Os critérios estabelecidos para selecionar as boas práticas foram: i) encontrar-se no espaço europeu; ii) empresas de economia social. iii) estarem em funcionamento há mais de três anos; iv) possuir atividades turísticas; v) possuir medidas para garantir a segurança dos viajantes e da comunidade local; vi) o projeto conduziu à autodeterminação da comunidade; vii) quão sustentável é a organização e o meio envolvente; viii) representação de toda a cadeia de valor do turismo.

Cada boa prática apresenta: i) breve apresentação; ii) as atividades, produtos e serviços que ligam a economia social e o turismo; iii) os ODS alcançados por cada boa prática; iv) impactos.

Após recolhida toda a informação procurei sintetizar tudo em tabelas, apresentando assim os fatores que ajudam a dar resposta a um dos objetivos do estágio: a análise da ligação entre turismo e economia social com o intuito de compreender como a cooperação entre ambos, com o apoio do empreendedorismo social e da inovação, pode capacitar as comunidades locais conduzindo ao seu desenvolvimento. Para além disto, procurei identificar cada empresa segundo o quadro conceptual da empresa social de turismo, apresentado no ponto 3.1, da revisão da literatura. Posto isto foi possível tirar conclusões.

CAPÍTULO 2 - Apresentação e Discussão de Resultados

2.1 Introdução

O turismo é um importante motor de mudança social, ambiental, económica e política, e a sua massificação pode ser controlada e redirecionada por novos modelos empresariais que promovem a conectividade. Os modelos participativos das empresas de economia social aliadas ao turismo podem assim contribuir para uma transição verde de todo o sistema turística e para um desenvolvimento social e económico da comunidade. Em seguida são apresentados os exemplos que compravam esta afirmação.

2.2 Boas práticas

Na Tabela 3 são apresentadas as sete empresas referidas como boas práticas no estudo realizado, como informação de análise foi recolhido: i) breve apresentação; ii) as atividades, produtos e serviços que ligam a economia social e o turismo; iii) os ODS alcançados por cada boa prática; iv) impactos.

Tabela 3 Boas práticas recolhidas de empresas sociais de turismo.

Organização	Apresentação	Economia social e turismo	Objetivos de desenvolvimento sustentável	Impacto
Transportes - Railcoop, França	Criada em 2019, a Railcoop é a primeira cooperativa de interesse coletivo em França dedicada ao transporte ferroviário de mercadorias e passageiros.	• Reduz as desigualdades territoriais; • Acelera a transição energética dos transportes; • Procura novos modos de participação dos cidadãos.	8 - Trabalho decente e crescimento económico 9 – Indústria, inovação e infraestrutura 11 – Cidades e comunidades sustentáveis 17 - Parcerias e meios de implementação	Sem dados
Alojamento/Restauração e atrações turísticas - Cooperativa di Comunità Briganti di Cerreto, Itália	Nasceu em junho de 2003 com o objetivo de reestruturar e implementar atividades locais, em benefício do ambiente e da comunidade local.	• Atividades no turismo comunitário, agroturismo e restauração; • Transporte de alunos; • Fornecimento de medicamentos para os idosos no país.	8 - Trabalho decente e crescimento económico 12– Consumo e produção responsáveis 15 – Vida terrestre 17- Parcerias e meios de implementação	• 10 cursos educacionais dirigidos ao meio escolar; • Suporte a 20 idosos da região.
Animação turística/ Património cultural Coopculture, Itália	A CoopCulture foi fundada em 2010, especializada na promoção do património cultural, cria redes regionais e atividades e serviços a partir das necessidades das comunidades.	• Centra-se nas necessidades dos visitantes; • Constrói mapas comunitários e planos de ação locais; • Difunde boas práticas e contribui para a aprendizagem de novas competências.	11 – Cidades e comunidades sustentáveis 17 - Parcerias e meios de implementação	1.987 empregados, 71% mulheres.
Agência de viagens - Socialbnb, Alemanha	Em 2020 foi fundada com o propósito de financiar projetos	• Apoia o financiamento de projetos locais através do lucro das estadas;	8 - Trabalho decente e crescimento económico 9 – Indústria, inovação e infraestrutura	85% do valor de cada reserva é investido nos projetos locais

	sustentáveis em todo o mundo através do turismo.	• Impacto positivo do visitante na região e na comunidade local; • Financia a educação, o resgate de animais, a proteção ambiental.	11 – Cidades e comunidades sustentáveis 17 - Parcerias e meios de implementação	para promover educação, saúde e proteção ambiental.
Animação turística/ Guia turístico - Invisible Cities, UK	Tenta aumentar a consciência sobre os sem-abrigo e, através das visitas guiadas visa mudar as perceções e transformar o estigma que existe à sua volta.	• Formação a pessoas sem-abrigo para se tornarem guias turísticos nas suas próprias cidades; • Sensibilização, sessões de formação para escolas e grandes empresas; • Sessões de colaboração entre os sem-abrigo e os prestadores de serviços.	1 – Erradicação da pobreza 8 - Trabalho decente e crescimento económico 17 - Parcerias e meios de implementação	50% dos guias começou uma empresa própria, reuniu-se novamente com a família ou tornou-se Couch emocional e profissional.
Alojamento - ILUNION, Espanha	A cadeia de hotéis da ILUNION, a marca das empresas do Grupo Social ONCE.	• Integra pessoas com deficiência no trabalho e no turismo acessível; • Hotel adaptado para pessoas com deficiência.	8 - Trabalho decente e crescimento económico 10 - Redução das desigualdades 11 – Cidades e comunidades sustentáveis 17 - Parcerias e meios de implementação	70% dos trabalhadores são pessoas com algum tipo de deficiência
Formação e empoderamento - Women in Travel	Dedicada a capacitar todas as mulheres usando as viagens, o turismo e a hospitalidade como uma "força para o bem".	• Parceria com empregadores e instituições de caridade para proporcionar a mulheres marginalizadas formação e tutoria permitindo para que se tornem economicamente independentes através do empreendedorismo no turismo e na indústria das viagens.	5 - Igualdade de género 8 - Trabalho decente e crescimento económico 10 - Redução das desigualdades	• Formaram com sucesso as três primeiras microempresárias como guias turísticas.

Fonte: (Railcoop, s.d.; Cooperativa di comunità I Briganti di Cerreto, s.d.; Coopculture, s.d.; socialbnb, s.d.; Invisible cities, s.d.; Ilunion, s.d.; Women in travel, s.d.)

Na Tabela 3 são identificadas e caracterizadas sete boas práticas, todas representam um sector do sistema turístico: transporte; alojamento; restauração; atração turística; animação turística; agência de viagens. Extinto outro sector, formação e empoderamento, que não está presente no sistema turístico, com um papel importante no suporte necessário para que os indivíduos iniciem a sua própria empresa na área do turismo, demonstrando uma autonomia das pessoas, originando a criação de empresas geridas por pessoas com as capacidades necessárias para manter um negócio.

Ao analisar a Tabela 3, é possível verificar que as empresas se focam em atividades mais sustentáveis, atividades na natureza, atividades na cultura, atividades na comunidade e para a comunidade.

Ainda na Tabela 3, na coluna onde são apresentadas as atividades sociais e de turismo, podemos verificar que o desejo de solucionar um problema social aliado aos retornos do turismo origina um impacto positivo: i) na comunidade, é exemplo o suporte aos idosos, emprego gerado, inclusão de minorias; ii) no ambiente, como a proteção de habitats; iii) na economia, emprego gerado, novas empresas.

O turismo não oferece apenas o retorno económico, o turismo também consegue atrair o ser humano a visitar novos locais e a experienciar novas aventuras e esta é a grande razão que leva todas as pessoas a viajar, ou seja, em alguma vez na vida o ser humano irá visitar outras terras e outros costumes, aliada a esta necessidade pode estar a economia social e a sua vontade de gerar uma mudança na comunidade, tanto fora como dentro do destino. Esta aliança organiza o setor turístico num modelo social, um modelo que reinveste os lucros no local e que valoriza a comunidade humana e o ambiente. Esta aliança atinge objetivos de desenvolvimentos sustentáveis (ODS) como: 1 – Erradicação da pobreza; 5 - Igualdade de género; 8 - Trabalho decente e crescimento económico; 9 - Indústria, inovação e infraestrutura; 10 – Redução das desigualdades; 11 - Cidades e comunidades sustentáveis; 12 - Consumo e produção responsáveis; 15 - Vida terrestre 17 - Parcerias e meios de implementação.

As boas práticas apresentadas na Tabela 3 são novamente apresentadas na Tabela 4, mas nesta tabela são escrutinados os seus pilares segundo o quadro conceptual de Alvord et al., 2004; Day & Mody, 2017 citados por Aquino, Lück, & Schänzel, 2018.

Tabela 4 Boa prática e o seu quadro conceptual.

Organização	Pessoas	Recursos	Interações	Contextos
Transportes - Railcoop, França	Comunidade rural e urbana	Ausência de transporte ferroviário de mercadorias e passageiros para zonas rurais e urbanas.	Cooperativas	30% das estações em França não são utilizadas e a rede atual atende principalmente as grandes cidades.
Empresas de base comunitária - Cooperativa di Comunità Briganti di Cerreto, Itália	Idosos e jovens	Ausência de atividades locais com foco na educação ambiental, restauração e alojamento.	Cooperativas	Abandono da comunidade rural por parte de jovens, devido à falta de trabalho e atividades.
Património Cultural - Coopculture, Itália	Comunidade cultural	Ausência da promoção do património cultural com foco nas necessidades da comunidade.	Cooperativas	Pouca valorização do capital humano, das tecnologias e das redes territoriais na promoção do património cultural.
Agência de viagens - Socialbnb, Alemanha	Comunidade desfavorecidas	Ausência de financiamento de projetos locais.	Prestadores de serviços	O rendimento turístico muitas vezes não beneficia a região em si, mas flui para outro lugar.
Guia turístico - Invisible Cities, UK	Sem-abrigos	Ausência de oportunidades de emprego para sem-abrigos.	Prestadores de serviços	Aumento de pessoas em situação de sem-abrigo em Inglaterra.
Hotelaria - ILUNION, Espanha	Pessoas com deficiência	Ausência de hotéis para pessoas com deficiência.	Grupo social ONCE	Insuficiente integração no mercado laboral de pessoas com deficiência.
Formação e empoderamento - Women in Travel	Mulheres marginalizadas	Ausência de oportunidades de emprego e formação para mulheres na área do turismo.	Empregadores e instituições de caridade.	Insuficiente integração no mercado laboral de mulheres.

Fonte: (Railcoop, s.d.; Cooperativa di comunità I Briganti di Cerreto, s.d.; Coopculture, s.d.; socialbnb, s.d.; Invisible cities, s.d.; Ilunion, s.d.; Women in travel, s.d.)

Como já foi referido no enquadramento teórico, a empresa social de turismo é uma empresa que utiliza a inovação social e o turismo para criar soluções para problemas sociais, ambientais e económicos nas comunidades. Como podemos verificar, na Tabela 3, todas as empresas utilizam as capacidades humanas, recursos locais existentes e as diversas interações sociais para alcançar o desenvolvimento económico, social e ambiente que se deseja.

Todas as empresas mobilizam ideias para dar solução aos problemas sociais e falhas de mercado existentes numa grande ou numa pequena área, as consideradas oportunidades de mercado, estas ideias impulsionadas pelas atividades turísticas conseguem assim criar um conjunto de benefícios, depois de uma análise à Tabela 3 e 4 podemos identificar: 1) mudança otimista para as comunidades; 2) transforma o turismo numa atividade regenerativa que investe de novo nos locais; 3) oferece experiências transformadoras para o visitante; 4) criação de empregos e o consequente aumento do rendimento; 5) utilização e valorização dos produtos locais; 6) programas educacionais; 7) consciência ambiental; 8) aumento do sentimento de comunidade; 9) valorização e a inclusão do papel da mulher na sociedade; 10) valorização e a inclusão de pessoas com deficiência e desfavorecidas.

Sendo o foco principal nas pessoas, é visível que toda a comunidade é impulsionada a participar ativamente para diminuir desigualdade, as assimetrias territoriais, aumentar a inclusão de minorias e promover o território, combatendo a ausência de serviços, formação, atividades e produtos.

Quanto à qualidade de vida dos indivíduos e da comunidade a empresa social de turismo melhorou significativamente a qualidade de vida local através de melhores rendimentos, aumento das oportunidades de emprego, redução da pobreza e melhor educação. Contudo, não existe apenas o intercâmbio económico entre a comunidade e a empresa social de turismo. Existe também uma forte relação entre o desenvolvimento da empresa social de turismo e o aumento de estradas, instalações, parques, atividades culturais e atrações para os visitantes e para os residentes.

As empresas sociais de turismo também estão empenhadas em proteger e valorizar o ambiente, sendo os seus retornos financeiros para investir em educar as

comunidades de maneiras para conservar o ambiente, como respeitar os tempos da natureza e não utilização dos recursos em excesso, permitindo a sua regeneração natural, mas quando necessário apoiar com atividades regeneradoras dos solos e das águas, por exemplo.

CONCLUSÃO

O presente relatório centrou-se na apresentação das atividades, trabalhos, estudo e competências desenvolvidas durante o estágio curricular. A empresa de acolhimento é a Diesis Network, sediada em Bruxelas, uma das maiores redes da Europa especialista no apoio da economia social e das empresas sociais que, com os parceiros e membros, procura alcançar uma economia mais inclusiva e sustentável, por atividades baseadas na pesquisa e cooperação. Na organização foi possível desenvolver atividades sobre temas da economia social: a transição digital, a transformação verde, migração, género e antidiscriminação, cultura, jovens como impulsionadores das empresas sociais, zonas rurais, condições de trabalho, participação dos trabalhadores. Para além destes temas, foi possível dar apoio às atividades de comunicação, desenvolvimento e gestão de novos projetos, preparação de eventos online/presencias, formações, networking e estudo do tema deste relatório.

No âmbito da realização do estágio, foram definidos os seguintes objetivos gerais: a análise da ligação entre turismo e economia social com o intuito de compreender como a cooperação entre ambos, com o apoio do empreendedorismo social e da inovação, pode capacitar as comunidades locais conduzindo a um desenvolvimento da comunidade, adquirir um conjunto de conhecimentos, aptidões e competências tanto no contexto de trabalho como na vida pessoal, desenvolver todas as atividades previstas no plano de estágio com sucesso.

Quanto aos objetivos do estágio, podemos concluir, segundo a secção 2.4 do capítulo 2, que todas as atividades propostas foram executadas com êxito e ainda foram desempenhadas mais duas atividades que não estavam previstas. Cada atividade proporcionou o desenvolvimento de vários conhecimentos, aptidões e competências propostos previamente no plano de estágio, segundo a avaliação feita na secção 2.4 do capítulo 2, podemos concluir que todas as competências propostas foram desenvolvidas com sucesso.

Quanto ao objetivo de analisar a ligação entre o turismo e a economia social para um desenvolvimento da comunidade, conseguimos concluir que o turismo e a economia social estão intimamente relacionados, pois ambos têm o potencial de proporcionar benefícios económicos e sociais às comunidades, particularmente em termos de criação

de emprego, geração de rendimentos. Além disso, estas organizações podem contribuir para o desenvolvimento de práticas de turismo sustentável, promovendo o turismo responsável e ético, apoiando as comunidades e economias locais, e minimizando os impactos negativos sobre o ambiente.

O turismo, a economia social, a inovação social e o empreendimento social podem contribuir para o desenvolvimento local, criando empregos, gerando rendimentos, preservando recursos culturais e naturais, e abordando questões sociais como a pobreza e a desigualdade. Juntos, estes conceitos podem ser utilizados para promover o desenvolvimento local sustentável, equitativo e inclusivo através do turismo.

A economia social oferece muitos exemplos no domínio do turismo que podem ser tomados como exemplos, neste contexto foram apresentados exemplos no âmbito do: i) transporte; ii) empresas de base comunitária; iii) património cultural; iv) agência de viagem; v) guia turístico; vi) hotelaria; vii) formação e empoderamento. Estas boas práticas apresentadas, vindas de diferentes países europeus, mostram os benefícios do empreendedorismo social no turismo como uma estratégia baseada no local, como, por exemplo: 1) uma mudança positiva para as comunidades; 2) transforma a atividade numa atividade regenerativa que investe de novo nos locais; 3) oferece experiências transformadoras para o visitante; 4) procura significado para os residentes.

É por isso que o papel da economia social e do turismo tem sido reconhecido e reforçado por vários instrumentos políticos da UE, tal como o recentemente publicado Plano de Ação de Economia Social e o Transition Pathway for Tourism.

Em resumo, o turismo pode ser um poderoso instrumento para promover o desenvolvimento local quando integrado com os princípios e práticas da economia social, inovação social, e empreendimento social.

Importância/relevância do tema:

- As principais mudanças serão introduzidas no sector do turismo, que receberá uma grande atenção nos próximos anos por parte da Comissão Europeia - relevância política e oportunidades de financiamento;

- O futuro do turismo passa pela sustentabilidade e regeneração de um ponto de vista económico, social e ambiental - a economia social desempenhará um papel relevante neste âmbito;
- Após a COVID, será dada mais atenção ao turismo local e ao desenvolvimento das zonas rurais, papel que a economia social já desempenha e que pode ajudar o turismo.

Como limitação do estudo identifiquei o tamanho da amostra, a análise de apenas sete empresas impossibilitou encontrar conexões significativas nos dados, pois normalmente uma amostra maior garante uma representação mais fiel do que se quer investigar. Outra limitação identificada está relacionada com a medida utilizada para recolher os dados, uma vez que após realizar a recolha e análise da informação percebi que a forma como os recolhi limitou a forma como os avaliei e analisei.

Como pista de investigação futura, sugiro uma abordagem diferente para a recolha de dados, a inclusão de outras dimensões de análise e alargar o estudo a diversas empresas de toda a cadeia de valor do turismo.

REFERÊNCIAS

- Aquino, R. (2022). Community change through tourism social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 95. doi:10.1016/j.annals.2022.103442
- Aquino, R., Lück, M., & Schänzel, H. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23-32. doi:10.1016/j.jhtm.2018.09.001
- Araújo, G., & Gelbcke, D. (2008). Turismo Comunitário: Uma perspectiva ética e educativa de desenvolvimento. *Turismo - Visão e Ação*, 10(3), 357-377. Obtido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056099004>
- Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. (2022). Regenerative tourism: a conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 22. doi:<https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Bezerra-de-Sousa, I., & Teixeira, R. (2019). Relações conceituais entre empreendedorismo social e inovação social. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 13(4). doi:<https://doi.org/10.12712/rpca.v13i4>
- CASES. (s.d.). *Guia Prático da Economia Social*. Obtido de https://www.cases.pt/wp-content/uploads/2019/09/Guia_Pr%C3%A1tico_da_Economia_Social.pdf
- Coopculture. (s.d.). *Coopculture*. Obtido de <https://corporate.coopculture.it/it/>
- Cooperativa di comunità I Briganti di Cerreto. (s.d.). *I Briganti di Cerreto*. Obtido de <https://www.ibrigantidicerreto.com/chi/>
- Diesis Network. (2021). *Diesis 2021 Annual Report*. Bruxelas. Obtido de <https://www.diesis.coop/wp-content/uploads/2022/02/Diesis-2021-Annual-Report.pdf>
- Dredge, D. (2022). Regenerative tourism: transforming mindsets, systems and practices. *Journal of Tourism Futures*, 8(3), 269-281. doi:<https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0015>
- Gateira, B. (2022a). *Empoderar as mulheres para regenerar as comunidades locais*. Obtido de Diesis Network: <https://www.diesis.coop/empower-women-to-regenerate-our-rural-communities/>
- Gateira, B. (2022b). *Roundtable: "Social Economy in Tourism for a Sustainable Economic Development"*. Obtido de <https://www.diesis.coop/wp-content/uploads/2022/07/SummarySustainableTourismISTODiesisEvent.pdf>

- Gateira, B. (2022c). *Social economy advocacy in the Western Balkans*. Obtido de Diesis Network: <https://www.diesis.coop/social-economy-advocacy-in-the-western-balkans/>
- Gateira, B. (2022d). *Tourism: How social economy can make it more sustainable*. Obtido de <https://www.diesis.coop/wp-content/uploads/2022/09/Tourism-how-social-economy-can-make-it-more-sustainable-1.pdf>
- Gateira, B. (2022e). *Training in Rome*. Obtido de Diesis Network: <https://www.diesis.coop/training-in-rome/>
- Hallack, N., Burgos, A., & Carneiro, D. (2011). Community-based tourism: state of the art and Brazilian experiences. *ambientalMENTEsustentable*, 1(11-12), 7-25. Obtido de https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11979/AS_11-12_2011_art_1.pdf;jsessionid=6DBE31062440A19EA4EF009AA05FECFE?sequence=1
- Ilunion. (s.d.). *Ilunion hotels*. Obtido de <https://www.ilunionhotels.pt/>
- Invisible cities. (s.d.). *Invisible cities*. Obtido de <https://invisible-cities.org/>
- Jørgensen, M., Hansen, A., Sorensen, F., & Fuglsang, L. (2021). Collective tourism social entrepreneurship: A means for community mobilization and social transformation. *Annals of Tourism Research*, 88, 23. doi:10.1016/j.annals.2021.103171
- Körössy, N. (2008). Do "turismo predatório" ao "turismo sustentável": uma revisão sobre a origem e consolidação do discurso da sustentabilidade na atividade turística. *Caderno Virtual de Turismo*, 8(2), 56-68. Obtido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115415175006>
- Marcelo, M. (2017). *Elaboração de projetos sociais, casos práticos*. Obtido de Prezi: <https://prezi.com/5ekqqpcmwzx5/elaboracao-de-projetos-sociais-casos-praticos/>
- Monteiro, A. (2019). O que é a Inovação Social? Maleabilidade Conceitual e Implicações Práticas. *Dados, Revista de Ciências Sociais*, 62(3). doi:<https://doi.org/10.1590/001152582019187>
- Monzon, J., & Chaves, R. (2008). THE EUROPEAN SOCIAL ECONOMY: CONCEPT AND DIMENSIONS OF THE THIRD SECTOR. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 79(3-4), 549-577. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-8292.2008.00370.x>
- Moraes, E. d., Pontes, Í. M., Silva, L. P., Oliveira, L. F., & Lima, T. d. (2016). Modelo de gestão cooperativista: um estudo na cooperativa de educação da universidade federal da Paraíba - UFPB. *I Congresso Internacional das Ciências Agrárias COINTER - PDVAgro2016*, (p. 11). Obtido de <https://cointer-pdvagro.com.br/wp->

content/uploads/2016/12/MODELO-DE-GEST%C3%83O-COOPERATIVISTA-um-estudo-na-Cooperativa-de-educa%C3%A7%C3%A3o-da.pdf

Muls, L. (2008). Desenvolvimento Local, Espaço e Território: O Conceito de Capital Social e a Importância da Formação de Redes entre Organismos e Instituições Locais. *Economia*, 9(1), 21. Obtido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53547376/vol9n1p1_21-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1667088509&Signature=MpqN8Vfvl1rITE~cajZAJ9eePfkghtNfdcq-uKlfXZ35QbUdy7dJkQAc4ez~5z1PqL5RVB60Evo15g1uTudaTYjOhZX-uNHWBjJB01Uu-eHfkSYStEZ47LZ9qMtZwj8Z~ThGawvipQNFhyF

Railcoop. (s.d.). *Railcoop*. Obtido de <https://www.railcoop.fr/>

Serrano, G. P. (s.d.). (2008). *Elaboração de Projectos Sociais. Casos Práticos. Coleção Educação e Trabalho Social, nº7. Porto: Porto Editora Aplicação/Execução, Seminário de Integração Profissional IV*. Obtido de <https://document.onl/documents/serrano-gloria-perez-2008-elaboracao-de-projectos-sociais-casos-praticos-colecao-educacao-e-trabalho-social-no7-porto-porto-editora-aplicacaoexecucao.html?page=1>

socialbnb. (s.d.). *socialbnb*. Obtido de <https://www.socialbnb.org/about#sectionOne>

UTS. (s.d.). *What is a logical model*. Obtido de UTS courses: https://canvas.open.uts.edu.au/courses/218/pages/3-dot-3-what-is-a-logic-model?module_item_id=13619

APÊNDICES

Apêndice 1 – Questionário sobre o modelo de gestão da Diesis preenchido

24/08/22, 10:52

The management model of Diesis

The management model of Diesis

1 resposta

[Publicar estatísticas](#)

Talk about the democratic management of Diesis Network.

1 resposta

Diesis being a legal entity having the status of the cooperative approved as the social enterprise gives certain indication how it needs to be governed. Already the fact that it is a cooperative, it needs to adhere to universal co-op principles which implies:

- Democratic structure: the organization exists so that all members have control, and no one individual holds more power than the others. Members choose representatives by way of voting, and each individual has one vote per election.
- Equality: Each member of a cooperative should benefit from the same rights, based on their level of contribution.
- Equity: Cooperative organizations should treat all members fairly, without any form of discrimination. Equity is essential to creating a harmonious relationship among all members.
- Solidarity: The members within a cooperative form a unified organization where all the individuals support one another. Each organization also supports other cooperatives to form a united network.

Talk about the free and voluntary membership of the Diesis Network members and their economic participation.

1 resposta

At Diesis we have two levels of membership: full member and associated partner.

· Full members pay a capital share and an annual fee, i.e.: from 1.000 euros of capital share to 18.000. -> Bigger organisations, national wide federations and cofounders have 18.000 (or more) of capital, smaller organisations can start with 1.000euros. Capital is paid back in case the member leaves DIESIS. The annual fee is 3.000 for bigger and 1.000 for smaller organisations. Full members decide the development strategy and elect the board of directors.

· Associated partners - free membership - that are part of our network do not have to pay capital shares nor annual fee, therefore cannot participate in the formal management: General Assembly and Board. They do not vote for the board elections, nevertheless may participate in the open part of the assembly. This level is also meant as a "trial" membership in order to

https://docs.google.com/forms/d/1ZBgW8SuHcL81i-a_1HGh2aBtGukwdyETwWWrvYqOjQ/viewanalytics

1/4

24/08/22, 10:52

The management model of Diesis

Talk about the cooperation between Diesis Network and its members.

1 resposta

Being approved as the Social Enterprise in needs to meet needs and develop economic and social activities of the shareholders and third parties including through entering into agreements with them on the delivery of goods, the provision of services, or the performance of works, within the framework of the cooperative's activity.

Both type of members has free access to DIESIS services, contacts support and collaboration with DIESIS staff and other members, can have access to our premises and meeting room in Brussels, receive info, have access to the networking activities, receive visibility during DIESIS Network events, media communication etc.

We succeeded in creating a consistent portfolio of activities and positively encouraged a learning culture within our network.

In the ever-changing dynamic of the network, it is important to reflect on the past, in order to evolve and improve our engagement. First, we have collected feedback on our activities from our members, which gave us an understanding of whether our work is still relevant to their needs.

Secondly, via workshops and online data collection, we got an update on our members' priorities coupled with the network's priorities and compared these with those of policy-makers around the social economy, to pave the way for new initiatives and a new focus in 2021. This co-creation process resulted in the Diesis Action Plan 2022, which distinguishes four major areas of work:

- going global - At Diesis, we believe that international collaboration nurtures learning, which leads to innovation, and we feel the responsibility to take on other commitments beyond the EU, our traditional area of intervention.
- network - Networking and engagement are the foundation of the Diesis Network. It is a fundamental approach to making a collective positive impact and implementing solutions that strengthen the social economy ecosystem.
- knowledge - Capacity building activities, upskilling training and mentoring programs, and upskilling pathways to inclusion for vulnerable groups are just some of the (opportunities) implemented by and with our members.
- visibility - Diesis works in this direction by promoting best practices, models and activities of the social economy in Europe and worldwide. Awareness of the innovative economic models offered by social economy enterprises and organizations should be raised.



https://docs.google.com/forms/d/1ZBgW8SuHcL81i-a_1HGh2aBtGukwdyETwWwvYqOjQ/viewanalytics

3/4

24/08/22, 10:52

The management model of Diesis

understand the interest and actual opportunities for common development of projects and learning paths.

Talk about the autonomy and independence of Diesis Network.

1 resposta

Diesis Network aims at contributing to the growth of social economy in Europe and worldwide. Together with our members, we support the development of social economy, social entrepreneurship and social innovation by sharing knowledge through peer learning, capacity building, cross-sectorial and cross-country exchanges of good practices and research. Through our initiatives, we influence national and European policies.

Talk about the education and training for members and staff of Diesis Network.

1 resposta

In 2021, we aimed to strengthen the collective as whole through a continuous process (a learning cycle) that we initiated in 2020. It gave us a solid basis upon which to create a favourable learning environment: a place where our members participate in a continuous dialogue through well-established network activities:

- Network General Meetings: four meetings held in February, June, September and December.
- Masterclasses: participatory training sessions in 4 strands: People have the Power, Ecosystem of Ecosystems, Growth & Impact and Operational Excellence.
- Diesis Policy Labs: focused on policies and their realisation in diverse European ecosystems.
- Diesis Lunchbreak Talks: a space for members to share their core activities and create better connections across the network.
- Diesis Fest: a series of workshops focused on the EU funding programmes.



https://docs.google.com/forms/d/1ZBgW8SuHcL81i-a_1HGh2aBtGukwdyETwWWrvYqOjQ/viewanalytics

2/4

24/08/22, 10:52

The management model of Diesis

Talk about the approved internal policies to work towards sustainable, fair and equal development of the community.

1 resposta

We consolidated and launched activities on key issues for the present and future of Europe and the community, centered on the human being to create opportunities, share and multiply knowledge, such as:

- Facilitate peers' connections across borders in Europe and beyond
- Build bridges to collaborate across sectors
- Strengthen and establish partnerships & collaborations within our network

Driving new initiatives to fuel sustainable growth and deliver on continuous innovation to make impact, such as:

- Develop capacity building activities
- Analyse emerging economic trends and their impact on social economy enterprises
- Promote employee participation and enhance democratic governance
- Foster responsible production and buying

Diesis brings its expertise in social entrepreneurship by promoting a modern, integrated and holistic methodology based on non-formal education and e-learning for young people to develop skills for social entrepreneurship.

Diesis is committed to challenging discrimination in all its forms and ensuring that equality lies at the heart of everything we do. Our commitment to equality, diversity and inclusion is embedded in the way we conduct our activities as an employer, network, and partner.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Política de privacidade](#)

Google Formulários



https://docs.google.com/forms/d/1ZBgW8SuHcl.81i-a_1HGh2aBtGukwdyETwWWrvYqOjQ/viewanalytics

4/4

Apêndice 2 – Artigo não científico publicado no site da Diesis Network “Turismo: como pode a economia social torná-lo mais sustentável” versão em inglês



SEPTEMBER 2022 | DIESIS ARTICLES SERIE

TOURISM: HOW SOCIAL ECONOMY CAN MAKE IT MORE SUSTAINABLE



This article was written by Beatriz Gateira, Intern at Diesis Network.

Tourism can play an important role in improving the attractiveness and well-being of places and communities, not only as destinations to visit, but also to live, work and invest. To guarantee that tourism will address contemporary challenges (e.g. overtourism), a new business model is necessary: one that embraces sustainability, social impact, digitalization and promotes connectivity between hosts and guests. Social economy represents this business model that has the potential to:

- connect the purpose-led businesses and the customers.
- contribute to the green and digital transitions by supplying sustainable goods and services and bridging the digital divide, that take into account the needs of citizens, employees and other stakeholders [1] for instance in the fields of the circular economy, organic agriculture, renewable energy, housing and mobility.
- bring value to local economies and societies by fostering their inclusiveness, resilience and sustainability.
- provide solutions for those impacted by the green and digital transitions, for example through training and reskilling workers, and by providing job opportunities.

The link between Tourism and Social Economy seeks to enhance social innovation, supports the development of the social economy and boost its social and economic transformative power.

For this reason, the role of social economy and tourism has been recognized and enhanced by several EU policy instruments; such as the recently published Social Economy Action Plan, the recommendation of the OECD on the social and solidarity economy and social innovation [1] and the Transition Pathway for Tourism.

During an online event on the relations and synergies between Social Economy and Tourism industrial ecosystems, **Diesis Network added a different topic that could be considered:**

“The development of social and sustainable tourism models, like the ones offered by the social economy, the promotion of sustainable tourism destinations should go hand by hand with the promotion of not only environmentally-responsible options, but also a particular attention on the social and cultural impact that tourism has on the destinations. Sustainability on the long term is possible if there is an effective integration of the touristic activities with the life of the community, and if the offer proposed is inclusive and accessible to a broad public.”



SEPTEMBER 2022 | DIESIS ARTICLES SERIE

TOURISM: HOW SOCIAL ECONOMY CAN MAKE IT MORE SUSTAINABLE

The social economy offers many examples of community-based enterprises in the field of tourism. The best practices from different European countries show the benefits of tourism social entrepreneurship as a place-based strategy, such as:

1. catalyst positive change for communities;
2. transformation of extractive economic activity to a generative activity that invests back into places;
3. a search for meaning;
4. transformational visitor experiences.

Governments can contribute in two broadways to creating the conditions for tourism social entrepreneurship to flourish: they can develop policies that support and encourage the development and operation of social enterprises as part of an inclusive and sustainable tourism system. They can also assist in the creation of institutional conditions that encourage, legitimize and synergize social entrepreneurship. [2]

The question is now: what comes next for sustainability in tourism? Often answers can be found within our sector, and social economy enterprises contribute to achieve this goal. Regenerative Tourism is also an interesting approach. A concept that goes beyond "not damaging" the environment and that looks to actively revitalise and regenerate it, resulting in a positive impact on local communities and economies: sustainable regeneration. [3]



References:

- [1] OECD Legal. (2022). Recommendation of the Council on the Social and Solidarity Economy and Social Innovation. Tratto da <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0472>
- [2] Dredge, D. (2016). Institutional and Policy Support for Tourism Social Entrepreneurship . In R. D. Pauline J. Sheldon (A cura di), Social Entrepreneurship and Tourism - Philosophy and Practice (p. 19). Springer. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-319-46518-0>
- [3] Acciona. (s.d.). REGENERATIVE TOURISM: DISCOVERING THE WORLD SUSTAINABLY. Tratto il giorno 05 27, 2022 da https://www.activesustainability.com/sustainable-development/regenerative-tourism/?_adin=02021864894

Apêndice 3 – Artigo não científico publicado no site da Diesis Network “Turismo: como pode a economia social torná-lo mais sustentável” versão em português



SEPTEMBER 2022 | DIESIS ARTICLE SERIES

TURISMO: COMO A ECONOMIA SOCIAL PODE TORNÁ-LO MAIS SUSTENTÁVEL



Este artigo foi escrito por Beatriz Gateira, estagiária da Rede Diesis.

O turismo pode desempenhar um papel importante na melhoria da atractividade e bem-estar de lugares e comunidades, não só como destinos a visitar, mas também para viver, trabalhar e investir. Para garantir que o turismo enfrentará os desafios contemporâneos (por exemplo, o turismo em excesso), é necessário um novo modelo de negócio: um modelo que abrace a sustentabilidade, o impacto social, a digitalização e promova a conectividade entre anfitriões e hóspedes. A economia social representa este modelo de negócio que tem potencial para o fazer:

- ligar as empresas e os clientes.
- contribuir para as transições verdes e digitais, fornecendo bens e serviços sustentáveis e colmatando a fractura digital, que tenham em conta as necessidades dos cidadãos, empregados e outras partes interessadas [1] por exemplo, nos domínios da economia circular, agricultura biológica, energias renováveis, habitação e mobilidade.
- trazer valor às economias e sociedades locais, promovendo a sua inclusividade, resiliência e

sustentabilidade.

fornecer soluções para aqueles que sofrem o impacto das transições verdes e digitais, por exemplo através de formação e requalificação de trabalhadores, e proporcionando oportunidades de emprego.

A ligação entre Turismo e Economia Social procura reforçar a inovação social, apoia o desenvolvimento da economia social e impulsiona o seu poder de transformação social e económica.

Por esta razão, o papel da economia social e do turismo foi reconhecido e reforçado por vários instrumentos políticos da UE; tais como o recentemente publicado Plano de Acção de Economia Social, a recomendação da OCDE sobre economia social e solidária e inovação social [1] e a Via de Transição para o Turismo.

Durante um evento online sobre as relações e sinergias entre os ecossistemas industriais da Economia Social e do Turismo, a **Diesis Network acrescentou um tópico diferente que poderia ser considerado:**

"O desenvolvimento de modelos de turismo social e sustentável, como os oferecidos pela economia social, a promoção de destinos turísticos sustentáveis deve andar de mãos dadas com a promoção não só de opções ambientalmente responsáveis, mas também de uma atenção especial ao impacto social e cultural que o turismo tem nos destinos. A sustentabilidade a longo prazo é possível se houver uma integração eficaz das actividades turísticas com a vida da comunidade, e se a oferta proposta for inclusiva e acessível a um vasto público".





SETEMBRO 2022 | DIESIS ARTICLES SERIE

TURISMO: COMO A ECONOMIA SOCIAL PODE TORNÁ-LO MAIS SUSTENTÁVEL

A economia social oferece muitos exemplos de empresas de base comunitária no domínio do turismo. As melhores práticas de diferentes países europeus mostram os benefícios do empreendedorismo social do turismo como uma estratégia baseada no local, como por exemplo:

1. catalisador de mudança positiva para as comunidades;
2. transformação da actividade económica extractiva numa actividade generativa que investe de novo em lugares;
3. uma busca de sentido;
4. experiências transformacionais do visitante.

Os governos podem contribuir em duas vertentes para criar as condições para que o empreendedorismo social turístico floresça: podem desenvolver políticas que apoiem e incentivem o desenvolvimento e o funcionamento de empresas sociais como parte de um sistema de turismo inclusivo e sustentável. Podem também ajudar na criação de condições institucionais que encorajem, legitimem e sinergizem o empreendedorismo social. [2]

A questão é agora: o que vem a seguir para a sustentabilidade no turismo? Muitas vezes é possível encontrar respostas dentro do nosso sector, e as empresas de economia social contribuem para alcançar este objectivo. O Turismo Regenerativo é também uma abordagem interessante. Um conceito que vai além de "não prejudicar" o ambiente e que procura revitalizá-lo e regenerá-lo activamente, resultando num impacto positivo nas comunidades e economias locais: regeneração sustentável. [3]



Referências:

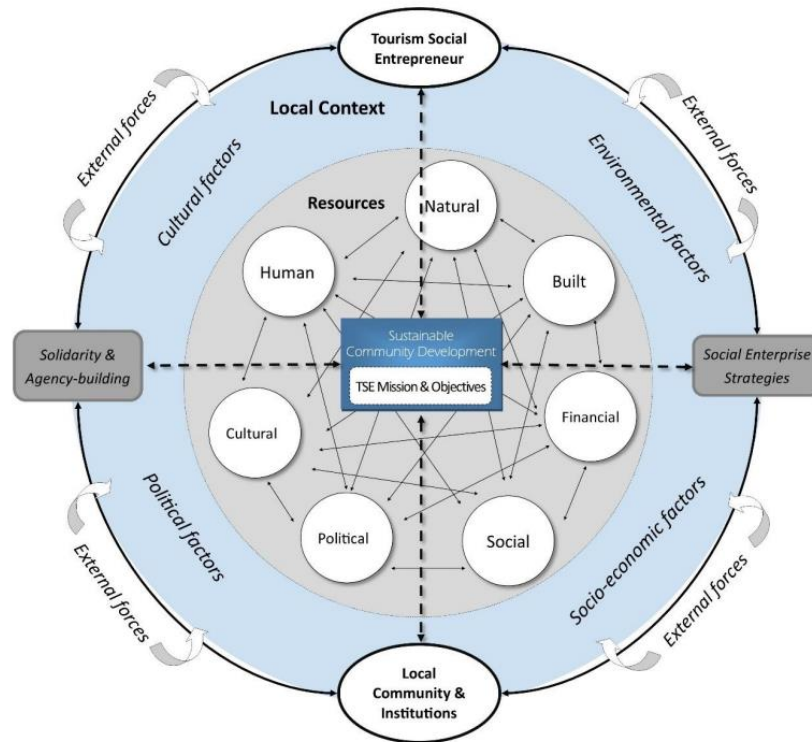
- [1] Jurídico da OCDE. (2022). Recomendação do Conselho sobre a Economia Social e Solidária e Social Inovação. Tratto da <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0472>
- [2] Dredge, D. (2016). Apoio Institucional e Político ao Empreendedorismo Social do Turismo . Em R. D. Pauline J. Sheldon (A cura di), Empreendedorismo Social e Turismo - Filosofia e Prática (p. 19). Springer. doi:<https://doi.org/10.1007/978-3-319-46518-0>
- [3] Acciona. (s.d.). REGENERATIVO TURISMO: DESCOBRIR O MUNDO DE FORMA SUSTENTÁVEL. Tratto il giorno 05 27, 2022 da https://www.activesustainability.com/sustainable-desenvolvimento/regenerativo-turismo/?_adin=02021864894

Apêndice 4 - Cronograma de atividades

[illegible]

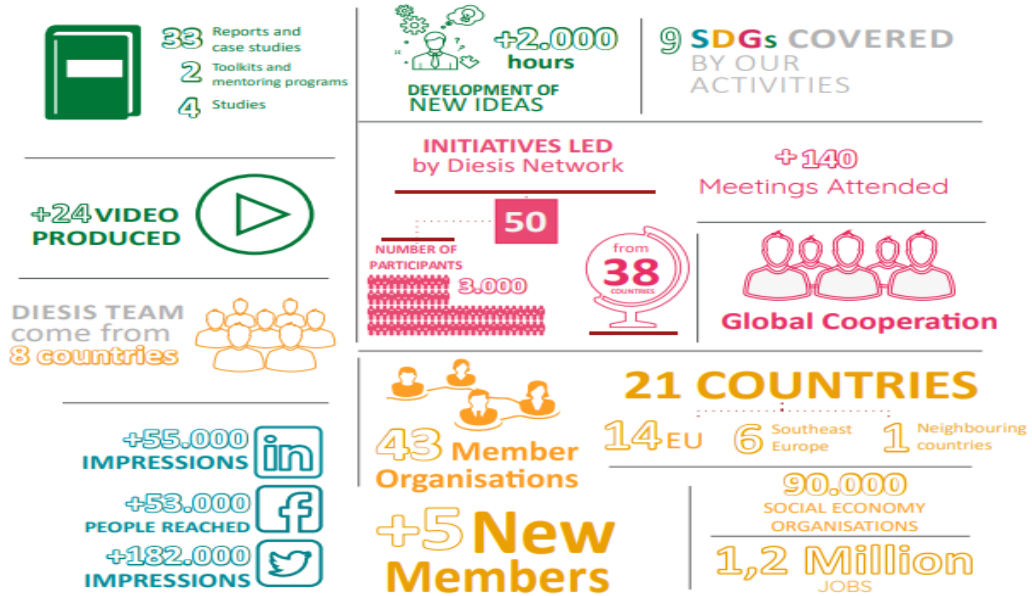
ANEXOS

Anexo 1 - Quadro conceptual da empresa social de turismo para o desenvolvimento comunitário sustentável.



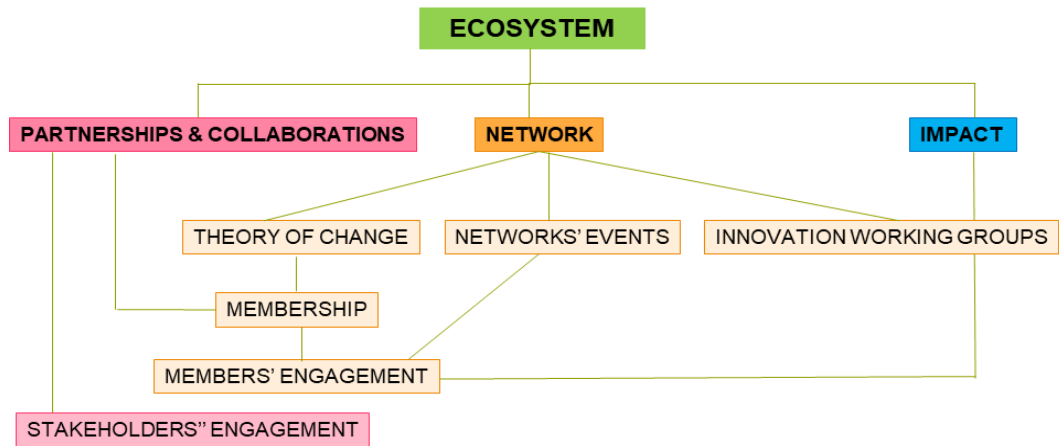
Fonte: Aquino, Lück, & Schänzel, A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development, 2018, p. 10

Anexo 2 - Impacto da Diesis Network impacto em 2021



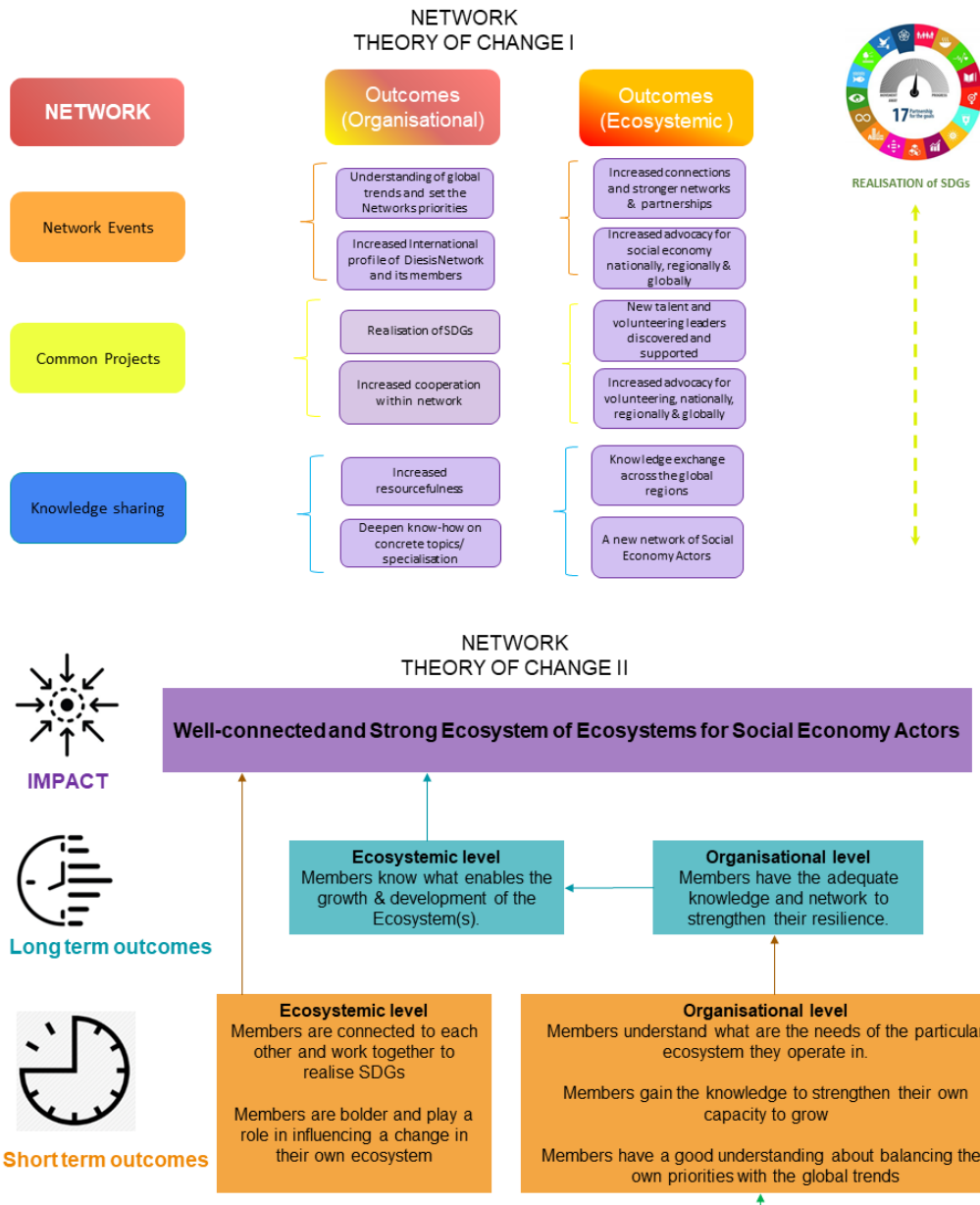
Fonte: Diesis Network, 2021

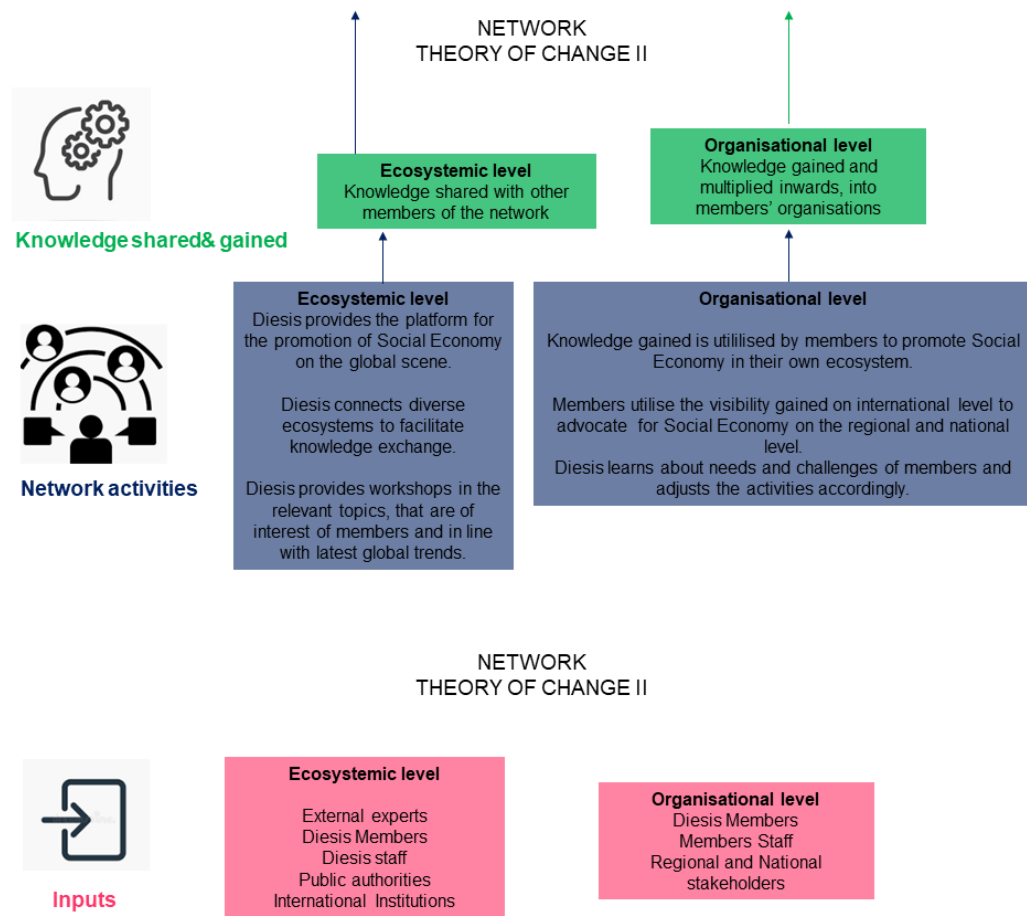
Anexo 3 - Organograma do Ecossistema Diesis Network



Fonte: Diesis Network.

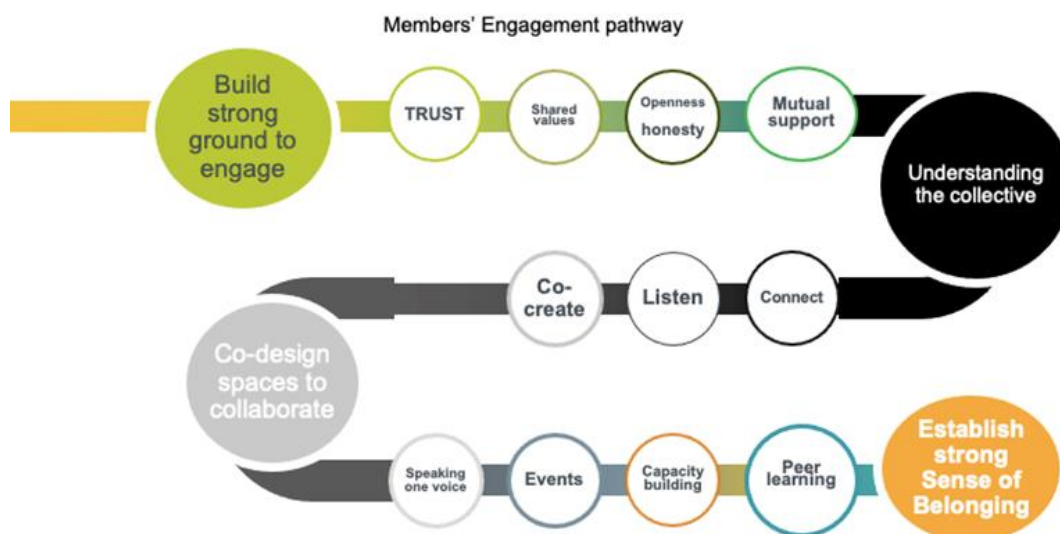
Anexo 4 - Teoria da Mudança da Diesis Network





Fonte: Diesis Network

Anexo 5 - Processo de envolvimento dos membros.



Fonte: Diesis Network.

