



**MICROCREDENCIAL
EM RESPONSABILIDADE SOCIAL
DAS EMPRESAS NO SETOR DO TURISMO**

ÍNDICE

O Que É uma Microcredencial?

- 1.** Duração
- 2.** ECTS
- 3.** Sinopse
- 4.** Destinatários
- 5.** Condições de Acesso
- 6.** Pré-requisitos
- 7.** Objetivos de Aprendizagem
- 8.** Competências a Adquirir
- 9.** Conteúdos ou Estrutura Curricular
- 10.** Bibliografia
- 11.** Metodologia
- 12.** Avaliação
- 13.** Integração em Ofertas Formativas
- 14.** Instituições Parceiras
- 15.** Equipa da Microcredencial

O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

“Uma microcredencial é o registo dos resultados de aprendizagem obtidos por um estudante após a realização de um percurso curto de aprendizagem. Esses resultados de aprendizagem foram avaliados de acordo com padrões transparentes e claramente definidos.

Os cursos que conferem microcredenciais são desenhados para apetrechar o estudante com conhecimentos, habilidades e competências específicas que respondem a necessidades sociais, pessoais, culturais ou do mercado de trabalho.

As microcredenciais são propriedade do estudante, podem ser compartilhadas e são portáteis.

Podem ser autónomas ou combinadas em credenciais maiores.

São sustentadas pela garantia da qualidade, seguindo padrões acordados no setor ou área de atuação respetiva”.

Comissão Europeia, *A European Approach To Microcredentials*

1. DURAÇÃO

4 Semanas.

2. ECTS

26h = 1ECTS

3. SINOPSE

A presente Microcredencial, **Responsabilidade Social das Empresas do Setor do Turismo**, é parte de um conjunto alargado de formação destinada a **capacitar os profissionais do setor do turismo, bem como público em geral com interesse na atividade**, contribuindo para que adquiram novos conhecimentos e competências que permitam estruturar os negócios com propostas de valor, mais sustentáveis (social e ambientalmente) e capazes de responder às exigências presentes e futuras do setor.

Este módulo começa por estimular a reflexão acerca da **responsabilidade social das empresas**, colocando ênfase no diálogo do conceito com o tema da ética e com o sistema económico prevalecente, identificando **áreas sociais e ambientais que as comunidades e stakeholders esperam que essa responsabilidade social se exerça**. Problematisa, depois, a relação entre a **sustentabilidade no setor do turismo e as empresas** que nele operam, dando atenção aos compromissos e recomendações internacionais, e os desafios que se colocam às empresas.

A um nível mais operacional, aborda ainda algumas propostas de critérios, indicadores e referenciais que podem ser usados por empresas do setor do turismo.

4. DESTINATÁRIOS

Profissionais do setor do turismo e público em geral.

5. CONDIÇÕES DE ACESSO

Maiores de 23 anos, residentes em Portugal e escolaridade obrigatória mínima 12.º ano.

6. PRÉ-REQUISITOS

Computador com ligação à internet.

7. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender o conceito de Responsabilidade Social das Empresas (RSE);
- Compreender o conceito de *stakeholder*;
- Conhecer os principais elementos que compõem a RSE;
- Conhecer as principais recomendações e compromissos internacionais para a sustentabilidade do setor do turismo;
- Identificar os desafios que se colocam às empresas no âmbito desses compromissos;
- Conhecer os critérios GST para a indústria;
- Conhecer a norma de relato *Global Reporting Initiative* (GRI);
- Conhecer os temas materiais do Programa Empresas Turismo 360º do Turismo de Portugal;
- Conhecer as peças fundamentais de um relatório de sustentabilidade;
- Identificar os principais riscos de manipulação do relato;
- Analisar um relatório de sustentabilidade no setor do turismo.

8. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR

- Reconhecer os desafios que a responsabilidade social coloca às empresas do setor do turismo;
- Identificar critérios e indicadores adequado à sua operacionalização;
- Analisar um relatório de sustentabilidade à luz da responsabilidade social e ambiental das empresas.

9. CONTEÚDOS OU ESTRUTURA CURRICULAR

Semana 0: Ambientação e Apresentação do Módulo

Semana 1: Responsabilidade social das empresas

Semana 2: A sustentabilidade do setor e desafios

Semana 3: Critérios e referenciais de divulgação da responsabilidade

Semana 4: O reporte da responsabilidade social das empresas

10. BIBLIOGRAFIA

- Almeida (2007). Responsabilidade Social das Empresas e Valores Humanos. Tese de doutoramento. Fundação Getúlio Vargas. (pp.31-37)

- Blowfield & Murray (2008). A taxonomy of business responsibilities. In Blowfield & Murray. Corporate responsibility: a critical introduction. Oxford: Oxford University Press. (pp.24-36)
- Simão (2009). O Sector Público e o Desenvolvimento Turístico Sustentável. Tese de Doutoramento. Universidade Aberta (pp.137-142)
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. Corporate social responsibility and environmental management, 15(1), 1-13. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/csr.132>
- Tavares, R. (2023) Whitepaper Sustentabilidade. Nova SBE & Westmont Hospitality Industry. https://www.novasbe.unl.pt/Portals/0/Files/Reports/2023/White_paper_sustainability_Rodrigo_Tavares_WITH_mar_2023.pdf
- World Charter for Sustainable Tourism +20 (2015). World Summit on Sustainable Tourism. <https://www.oneplanetnetwork.org/knowledge-centre/resources/world-charter-sustainable-tourism-20>
- Organização Mundial de Turismo (1999). Código Mundial de Ética do Turismo.
- Lopes & Deville (2012). Um comportamento socialmente responsável no setor turístico: o caso da Associação Lousitânea. Revista Turismo & Desenvolvimento, 17-18, pp.1195-1210. <https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/view/13153>

11. METODOLOGIA

Os formandos são integrados numa turma virtual, beneficiando do trabalho colaborativo e do acompanhamento por parte de formadores. As sessões são maioritariamente assíncronas, existindo algumas sessões síncronas previamente agendadas, para uma melhor partilha e envolvimento entre os pares. Os formandos dispõem de flexibilidade espaciotemporal, acesso permanente a textos, atividades, debates e troca de experiências com os seus pares, sendo ainda assegurada orientação online por parte dos formadores.

12. AVALIAÇÃO

A avaliação será sumativa, classificada numa escala de 0 a 20 valores, baseada na participação nas interações, nas e-atividades propostas e na realização de trabalhos em equipa e/ou individuais.

13. INTEGRAÇÃO EM OFERTAS FORMATIVAS

Esta Microcredencial integra-se às ofertas formativas no âmbito dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável:

1. Turismo Sustentável
2. Circularizar a Economia e o Turismo
3. Responsabilidade Social das Empresas no Setor do Turismo

14. INSTITUIÇÕES PARCEIRAS

Turismo Portugal,

15. EQUIPA DA MICROCREDENCIAL

Coordenação Científica: Prof. João Simão e Profa. Filipa Calhoa

Formadora: Manuela Carvalho

*Atualizado em 05/06/2023
Fernanda Campos*

