

## RESUMO:

Este caso apresenta a empresa Smile at Culture (S@C) desde a sua criação até ao tempo presente focando a sua responsabilidade social relativamente ao património e ambiente na Ilha do Pessegueiro.

A S@C situa-se numa região de grande riqueza ambiental, natural e histórica e apresenta-se como um projeto inovador que concilia turismo, cultura, património, ambiente e sustentabilidade. Nos últimos 3 anos a empresa deparou-se com o desafio de proporcionar uma oferta de bens e serviços com elevado nível de conforto acompanhada por uma maior diversidade de equipamentos. Ao mesmo tempo, procurou proporcionar um valor acrescido a diversos atores, oferecendo oportunidades de desenvolvimento sustentado e qualificado, não só para o concelho no qual se integra como também para a sociedade em geral.

Este é um caso de sucesso de responsabilidade social pois a S@C responde aos seus desafios através de ações dinâmicas sensibilizando os seus públicos para estas questões.

**Palavras-chave:** responsabilidade social, turismo, voluntariado, ambiente, património, sustentabilidade, desenvolvimento, cultura, diversidade, qualidade, arqueologia.

## Conteúdo

RESUMO:.....	1
INTRODUÇÃO .....	3
AS FUNDAÇÕES DA SMILE@CULTURE.....	3
A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA SMILE@CULTURE .....	7
A) O ‘volunturismo’ .....	8
B) O património.....	10
A OFERTA DA SMILE@CULTURE .....	10
OS DESAFIOS DA SMILE@CULTURE.....	11
BIBLIOGRAFIA: .....	12
Nota de Ensino.....	<b>Erro! Marcador não definido.</b>



## INTRODUÇÃO

No dia 29 de Março de 2011 os quadros da empresa Smile at Culture, Lda. foram alterados, ficando apenas como sócios os irmãos Mónica e Rui Fragoso.

É nessa altura que os sonhos se começam a desenvolver.

“..., o Homem sonha e a obra nasce.” Fernando Pessoa

Foi no dia 08 de Junho de 2007 que nasceu a Smile at Culture, Lda. na Conservatória do Registo Comercial, tendo esta empresa inicialmente sido constituída por quatro sócios.

A partir de 2011 os sonhos de Mónica e Rui vão desenvolver-se num turbilhão...

A Mónica aliava diversas competências e experiência profissional nas áreas financeira, contabilidade e gestão estratégica. O Rui aliava a arqueologia, ao património e ao mergulho. E aqui emerge o desafio da Iha do Pessegueiro, com toda a sua riqueza e complexidade de Património único da costa Alentejana e o desejo da ação enquadrada na responsabilidade social.

Mas o sonho destes dois irmãos enquadra-se num contexto socioeconómico específico de crises nacionais e mundiais e, simultaneamente, de preocupações sociais crescentes por parte dos cidadãos em geral. Ao mesmo tempo, as ofertas turísticas são cada vez mais exigentes num mercado altamente competitivo e esta empresa é confrontada com a necessidade de apresentar uma crescente oferta de bens e serviços de elevado nível de conforto.

Os desafios para construir um projeto empresarial sustentável não se afiguravam fáceis nem claros.

## AS FUNDAÇÕES DA SMILE@CULTURE

O sonho da Mónica era poder fazer algo pelos outros, sendo estes ‘outros’ outras empresas ou mesmo indivíduos. Licenciada em Gestão e Administração Pública, Pós Graduada em Auditoria Financeira e, no tempo presente, a terminar o mestrado em Comunicação Social – Cidadania, Confiança e Responsabilidade Social, foi adquirindo as ferramentas necessárias para junto com o irmão fazerem crescer aquilo em que ambos acreditam. Ou seja, a empresa, sendo esta dentro das grandes áreas de negócio, e ainda dar resposta às lacunas existentes na nossa sociedade através de respostas sociais. De forma muito concreta, Mónica, começando por apoiar inúmeras empresas numa perspetiva financeira, estratégica

e de qualidade, sentiu a necessidade de por em prática, de forma mais notória, tudo aquilo em que acredita, em que sonha, e que tem vindo a fazer de forma anónima e discreta. E foi a partir destes sonho, atitude e ações concretas que decide juntar-se ao irmão, para, em conjunto, lutarem apaixonadamente e com toda a sua determinação, por interesses comuns. Dado que o irmão é licenciado em Historia, Variante Arqueologia e mestre em Museologia e Património Cultural, abraçaram a ideia do Sr. Matias e a Ilha do Pessegueiro: os irmãos apostaram num projeto da terra que os criou, o Litoral Alentejano. Ideia que pareceu a familiares e amigos algo ingênua e voluntariosa num primeiro momento. E à qual os irmãos responderam de forma convicta e prática. Porque ambos estão convictos de que o património é algo para preservar, porque o Alentejo tem muito para oferecer, porque acreditam num futuro melhor, porque...

Desde o início percebem bem que havia a necessidade de adaptar tudo aquilo que já estava a ser feito - as visitas guiadas, o tal projeto do Sr. Matias. E havia mais uma grande vantagem: Rui sempre esteve ligado profissionalmente à área da preservação do património, da história, da musealização, de projetos de valorização de qualquer uma destas áreas.

Mas as ameaças também se faziam sentir.

Com efeito, a atual sociedade enfrenta diversos e numerosos desafios, pedindo uma resposta urgente por parte de todos, desde empresas, organizações, instituições e, dos próprios indivíduos, a um nível global. Os desafios são variados e vão desde os desequilíbrios demográficos, grupos organizados de terrorismo, catástrofes naturais, ou desastres ambientais provocados pela mão humana.

O contexto em que nos encontramos é um contexto de mudança e de adaptação, cada vez mais exigente quer a nível económico, ambiental, social, ou ainda, a nível organizacional.

Este interesse, esta consciência de cidadania e esta preocupação pelo bem comum, nomeadamente pelo ambiente e pelo património, surgiu logo desde muito cedo fruto da educação e do meio ambiente onde os irmãos se encontram inseridos. Com efeito, a Costa Vicentina é uma área protegida que nos obriga a compreender o quanto é importante termos esta preocupação e consciência cívica. A este fator aliou-se uma forte componente patrimonial fruto da formação em Arqueologia e Museologia por parte do Rui.

Foi com base nestas duas realidades que abraçamos neste momento três projetos inovadores.

No que concerne especificamente ao ambiente, a preocupação surgiu quase pelo mundo inteiro na década de 60 do século passado, parecendo que já ninguém fica alheado dos

problemas ambientais. Com efeito, nas últimas duas décadas do século passado o mundo assistiu a um crescimento de campanhas que focam de forma intensa e perturbadora os efeitos da deterioração ambiental. As várias campanhas, usando os crescentes e sofisticados meios de comunicação em massa, apelam à proteção e conservação do ambiente, tendo efetivamente provocado uma mudança nas atitudes e comportamentos dos consumidores. Foi em 1972 que ocorreu a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente, levada a cabo em Estocolmo, tendo colocado na agenda mundial e 'sobre a mesa' de muitas nações a questão ambiental e o consequente debate acerca dos seus parâmetros. Nesta conferência foi promulgada a Declaração Internacional sobre o Ambiente, onde foi estabelecida a base sobre a qual deveriam assentar alguns dos pilares essenciais para manter o planeta como um local adequado à sobrevivência humana. A Declaração de Estocolmo confluiu na Declaração do Rio (Eco 92), onde foram desenvolvidos os direitos e responsabilidades das nações com vista ao progresso e ao bem-estar da humanidade. E foi já na década de 90 do século passado, em 1992 com o Tratado de Maastricht, que foi introduzido formalmente o conceito de desenvolvimento sustentável e fortalecidas as preocupações com a proteção do ambiente tendo em vista uma verdadeira política comum. Em Portugal, com a adesão à Comunidade Europeia em 1986, as políticas consequentes veem o seu eclodir mais forte em 1987. Assim, são anunciadas publicamente as estratégias e as preocupações com a conservação da natureza e os problemas ambientais como o ordenamento paisagístico, a desertificação, ou a erosão dos solos, entre outros.

Igualmente, o constante avanço das novas tecnologias e a própria evolução da sociedade, em que a exigência é cada vez maior, faz com que as organizações se tenham que adaptar, correspondendo ao que lhes é exigido pelo mercado de forma crescente. Obviamente, sem nunca descurar a sua verdadeira essência, a sua missão e o seu fim último, mas tendo no entanto sempre por base a responsabilidade social, mais-valia distintiva e diferenciadora para qualquer organização.

Ainda é importante referir que o conceito de “responsabilidade social” se encontra ancorado num outro conceito: o desenvolvimento sustentável. Este último conceito é entendido como um novo modelo de negócio que considera a performance ambiental e social das empresas, para além da financeira. Por outras palavras, uma empresa é economicamente sustentável se conseguir provocar impacto social, através da concretização da sua missão a um custo razoável.

Relativamente ao termo “sustentabilidade”, este foi usado pela primeira vez em 1987, no Relatório Brundtland, um relatório elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criado em 1983 pela Assembleia das Nações Unidas.

Com efeito, a sustentabilidade implica o desenvolvimento económico e social e, ainda, a proteção e gestão otimizada dos recursos naturais. Quer isto dizer que o modelo de desenvolvimento a implementar deve permitir a enunciação e aplicação de uma estratégia assente em pressupostos de sustentabilidade, assumidos numa perspetiva de participação e envolvimento de todas as partes interessadas, ou seja, dos stakeholders.

Neste sentido, e segundo a World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), “O compromisso adotado pelas empresas em contribuir para o desenvolvimento económico sustentável, enquanto promovem a qualidade de vida dos trabalhadores e das suas famílias, das comunidades locais e da sociedade em geral.” (2001).

Atualmente, a sociedade em geral entende que todos devemos ter o direito de usufruir de um bem comum que é o nosso património e a nossa história, daí a importância e necessidade de consciencializarmos a sociedade, os meios políticos e os agentes socioeconómicos, perante as questões ambientais.

Para fazer face ao exposto, e partindo da observação deste estado de coisas e conseqüente preocupação por parte de um conjunto de indivíduos, especialmente dos irmãos Mónica e Rui, nasce o projeto empresarial Smile@Culture, com o lema “Acreditamos no Presente, projetamos o futuro”.

Assim, torna-se premente sensibilizar os cidadãos para as questões anteriormente problematizadas. Este é o objetivo que pretendemos atingir, daí se ter estudado o caso do voluntarismo no que diz respeito à limpeza da Ilha, com preocupações ambientais e de pura responsabilidade social (Maignan & Ferrel, 2004).

Nesta sequência surgiu o projeto da Ilha do Pessegueiro.

A **ilha do Pessegueiro** localiza-se na costa do litoral alentejano, na freguesia de Porto Covo, no concelho de Sines, distrito de Setúbal, em Portugal. A ilha, assim como a costa adjacente, faz parte do Parque Natural do Sudoeste Alentejano (PNSACV) e Costa Vicentina, área protegida.

Por ser considerada um dos postais ilustrados da região, composta por um forte do século XVII, ruínas romanas, porto romano, pedreira, salgadeiras, entre outros vestígios arqueológicos, o Sr. Joaquim Matias, apostou na realização de visitas guiadas à ilha, desde o ano de 1999. Entre 15 de Junho e 15 de Setembro, com a embarcação denominada “Horizonte” (Fig. 1).

Segundo Presidente do Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina, Sr. João S. Nunes, “ (...) declara-se que os serviços prestados (...) são de todo o interesse para o

Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina”, até porque “ (...) está de acordo com o Enquadramento Estratégico para o Turismo da Natureza no PNSACV.”

Figura 1: Embarcação “Horizonte



Fonte: Espólio próprio

O contacto estreito entre todos os agentes interessados nesta realidade, quer sejam entidades coletivas ou indivíduos isoladamente, reforça a ideia defendida pelo Livro Verde na “(...) integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas ” (Europeias, 2001, p.7), tornando-se cada vez mais fulcral para o desenvolvimento sustentado do turismo e crescimento cultural, não apenas de Porto Covo, mas também de toda a região. Parece-nos evidente que este projeto é sinónimo de sucesso e, por essa mesma razão, é fundamental lutar-se por algo melhor, que vise potenciar ainda mais o turismo e a cultura, de forma global.

## A RESPONSABILIDADE SOCIAL DA SMILE@CULTURE

Desde que os irmãos abraçaram este projeto, que o mesmo se encontra marcado pela Responsabilidade Social Empresarial.

A Responsabilidade social, e para ser bem aceite por parte dos públicos, deve ser baseada em princípios éticos e padrões de conduta ética, valorizando o ser Humano e toda a sua envolvente. A própria competitividade dependerá de uma gestão socialmente responsável assente nos 3 P's - Proveitos, Planeta e Pessoas. É através da abordagem do Triple Bottom Line, que irá definir o conjunto de valores, assuntos e processos, que as empresas levarão em conta com o intuito de minimizar os danos, resultantes das atividades, das relações com

os stakeholders, criando sustentabilidade económica, social e ambiental (Santos, et al, 2006).

O caminho não é acomodarmo-nos ao que já existe, ao que dá resultados e ao que está a ser bem feito, porque é possível e viável ter ainda mais e melhor.

Estamos perante uma realidade concreta e dispomos de informação preciosa, que nos permite projetar o futuro com uma base de trabalho bastante consistente e fiável. É indubitável que as pessoas gostam e valorizam o património (arqueológico, histórico e natural) que lhes é oferecido; contudo, exigem mais informação (ex.: livro), a possibilidade de usufruírem de outros valores patrimoniais (ex.: o forte) e a necessidade de se proteger e desenvolver sustentadamente este importante atrativo turístico.

De uma forma consciente, e tendo por base tudo o que até aqui foi exposto, projetamos aquilo que consideramos ser o ideal para o futuro do património e da região em que este se insere.

#### A) O 'volunturismo'

Um dos projetos da S@C no que concerne à Responsabilidade Social, está bem vincado no projeto da Ilha do Pessegueiro, juntamente com o Sr. Matias; com contornos específicos.

Torna-se premente sensibilizar os cidadãos para as questões anteriormente problematizadas. Este é o objetivo que pretendemos atingir, daí se ter estudado o caso do voluntarismo no que diz respeito à limpeza da Ilha, com preocupações ambientais e de pura responsabilidade social (Maignan & Ferrel, 2004).

Para melhor entendermos este estudo faremos uma pequena abordagem a alguns conceitos fulcrais tais como turismo e ecoturismo, a noção de voluntariado e da importância do ambiente e respetivo património cultural e histórico.

Entende-se por turismo um conjunto de atividades realizadas pelos indivíduos durante as suas viagens e estadias em lugares diferentes daqueles do seu meio habitual, ou seja, fora da sua residência permanente, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano. De uma forma geral, a atividade turística tem como finalidade o lazer, embora também exista outros tipos de turismo, como por exemplo por razões de negócios, de saúde, de interesse e gosto pela natureza que implica o ecoturismo, entre outros (Córner, 2001).



De forma mais precisa, o ecoturismo é encarado como um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o património natural e cultural, incentivando a sua conservação e buscando formar uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas. É definido também como um estado ideal de um turismo, porque minimiza seu próprio impacto ambiental, ajuda a patrocinar a conservação ambiental, promovendo o aumento do conhecimento cultural e ambiental e o entendimento intercultural, sendo financeiramente viável e aberto a todos (Embratur, 2014). Segundo o International Ecoturismo Society, o ecoturismo é definido como a viagem responsável para áreas naturais que conservam o ambiente e melhorem o bem-estar da população local.<sup>1</sup> A minimização dos impactos é um ponto fulcral deste tipo de turismo. Assim, torna-se fundamental elevar a sensibilidade no sentido de desenvolver a consciência e respeito ambiental/cultural, fornecendo experiências positivas para os visitantes e anfitriões, trazendo benefícios financeiros diretos para a conservação.

Neste seguimento, e cada vez mais, o conceito de ‘Volunturismo’ torna-se presente no nosso dia-a-dia, sendo uma junção de turismo e voluntariado.

O voluntariado é uma atividade inerente ao exercício de cidadania que se traduz numa relação solidária para com o próximo, participando, de forma livre e organizada, na solução dos problemas que afetam a sociedade em geral. Proporciona ao voluntário as suas férias de sonho e, ao mesmo tempo, bem-estar consigo mesmo e constitui uma experiência única de toda uma vida.

De acordo com as Nações Unidas<sup>2</sup>, o voluntário “é o jovem ou o adulto que, devido a seu interesse pessoal e ao seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de atividades, organizadas ou não, de bem-estar social, ou outros campos.” Ou seja, corresponde a uma decisão livre e voluntária apoiada em motivações e opções pessoais, que caracterizam o voluntário.

O ‘volunturismo’ consiste na ligação entre trabalho voluntário e turismo, durante um período de férias que pode variar entre 2 semanas e 1 ano, em que o voluntário, paga a sua viagem, e durante a sua estadia, para além de ajudar a comunidade local, pode usufruir de tudo o que esse destino têm para oferecer, como monumentos, praias, museus, entre outros. É uma forma de turismo sustentável, que ajuda quem mais precisa, tornando-se numa situação que é favorável, tanto para o voluntário bem como para a comunidade local e para o próprio património (Voluntour, 2008).

---

<sup>1</sup> <http://www.ecotourism.org/>

<sup>2</sup> [http://www.voluntarios.com.br/oque\\_e\\_voluntariado.htm](http://www.voluntarios.com.br/oque_e_voluntariado.htm)

## B) O património

O património é considerado o conjunto de bens materiais e/ou imateriais que contam a história de um povo e a sua relação com o meio ambiente. Podemos defini-lo como o legado que herdamos do passado e que transmitimos a gerações futuras. Este pode ser classificado em Histórico, Cultural e Ambiental (Mestrado Património Cultura, 2014).

"O Património Cultural de uma nação, de uma região ou de uma comunidade é composto de todas as expressões materiais e espirituais que lhe constituem, incluindo o meio ambiente natural." (Declaração de Caracas, 1992 cit in Mestrado Património Cultura, 2014).

Em suma, atualmente a sociedade em geral entende que todos devemos ter o direito de usufruir de um bem comum que é o nosso património e a nossa história, daí a importância e necessidade de consciencializarmos a sociedade, os meios políticos e os agentes socioeconómicos, perante as questões ambientais.

Este estudo/projeto enquadra-se ainda no Plano Estratégico Nacional de Turismo 2006-2015 (PENT), na medida em que desenvolve um novo Pólo de atração turística, tendo por base o conhecimento como fator de inovação e de orientação da atividade. Potencia novas valências, consolida e desenvolve a atividade turística porque o produto que oferece é forte, de qualidade e competitivo. Se for bem estruturado e tiver uma promoção eficaz, adequada e coerente, permite criar, a nível regional, uma importante diversidade e dinamismo.

Estamos perante uma realidade concreta e dispomos de informação preciosa, que nos permite projetar o futuro com uma base de trabalho bastante consistente e fiável. É indubitável que as pessoas gostam e valorizam o património (arqueológico, histórico e natural) que lhes é oferecido; contudo, exigem mais informação (ex: livro), a possibilidade de usufruírem de outros valores patrimoniais (ex: o forte) e a necessidade de se proteger e desenvolver sustentadamente este importante atrativo turístico.

De uma forma consciente e tendo por base tudo o que até aqui foi exposto, projetamos aquilo que consideramos ser o ideal para o futuro do património e da região em que este se insere.

## A OFERTA DA SMILE@CULTURE

Num mundo cada vez mais competitivo, só com o desenvolvimento de soluções diferenciadas e uma oferta diversificada é possível conseguir melhorias relevantes e ao nível do património e seu ambiente histórico e cultural.

Alguns das ações desenvolvidas pela Smile@Culture no decorrer do ano de 2014 tiveram um foco no turismo e ecoturismo com uma forte noção de voluntariado e da importância do ambiente e respetivo património histórico e cultural.

Realizaram-se duas campanhas de limpeza e desmatção na Ilha do Pessegueiro proporcionando uma significativa melhoria no âmbito das visitas guiadas a este sítio arqueológico. No decorrer do ano transato foi possível aos visitantes usufruírem do património arqueológico e de toda a envolvente paisagística que a Ilha e o forte proporcionam.

Outra atividade desenvolvida foi a campanha de coleta de colmo e canas tendo em vista a recriação das cabanas tradicionais da Costa de Santo André. O foco deste projeto centra-se nas pessoas pois serão elas a construir o seu próprio museu, ou seja, tem uma forte componente de voluntariado e promove o ecoturismo na medida em que se situa no seu local original – a Costa de Santo André.

O projeto do hipódromo romano de Miróbriga baseia-se nos pressupostos anteriores, isto é, património, pessoas e ambiente. As ações de limpeza, desmatção e definição de estruturas têm com o objetivo final recriar todo o espaço e ambiente histórico.

Ainda é de realçar que a Smile@Culture conseguiu no dia 11 de Maio de 2015 ser entidade formadora certificada pela DGERT e também já tem concluído todo o processo de implementação da qualidade pela ISO 9001:2008.

## OS DESAFIOS DA SMILE@CULTURE

Para começar a tratar dos desafios atuais desta empresa, deve sempre partir-se da sua complexidade...

Ir mais além, vender a si e vender-se enquanto empresa que comercializa determinado produto/ serviço, mas também, enquanto empresa que atua de determinada forma, contribuindo para uma sociedade mais justa e sustentável, pautando-se sempre pela transparência, pela ética e por ser socialmente responsável.

Esta realidade permite corrigir assimetrias, não vivendo a região apenas do “sol e praia”, mas também do turismo cultural. Estamos convictos de que a diversidade e complementaridade vai permitir captar mais turistas e, principalmente, melhores turistas.

Em suma, o interesse estratégico da Ilha do Pessegueiro, assenta nos seguintes produtos (conforme o PENT): turismo cultural, turismo natureza, volunturismo, sol e mar.

Projeta-se uma realidade com uma conceção funcional e uma ótica social diferente, ao mesmo tempo que se assume como um serviço público e cultural bastante frutífero.

No presente ano, e sempre tende em mente os diferentes constrangimentos e oportunidades, quais os desafios fundamentais que se perfilam e carecem de ser respondidos e definidos?

O maior desafio presente consiste na criação de um Parque Arqueológico no concelho de Sines, freguesia de Porto Covo e mais concretamente no Pessegueiro (inclui forte e ilha do Pessegueiro). Esta realidade permitirá desenvolver mais ações de voluntariado, preservar o património histórico, cultural e ambiental e ainda promover o turismo da região.

Com este objetivo será possível desenvolver diversas atividades durante todo o ano e não apenas pontualmente como fazemos atualmente. O Parque Arqueológico obriga à criação/adaptação de um centro de acolhimento ao visitante, infraestrutura esta que permite criar sinergias entre as várias empresas da região e colmatar uma lacuna há muito identificada. No entanto, este Parque obriga a um forte investimento... e os irmãos e sócios Mónica e Rui não estão completamente seguros de que conseguirão atrair a atenção e apoio dos vários atores, desde as instituições públicas, voluntários e visitantes da Ilha, ou investidores.

#### **BIBLIOGRAFIA:**

Córner, D. M. (2001). Organização Mundial do Turismo. Introdução ao Turismo. Disponível em: <http://pt.slideshare.net/daysanalves/conceitos-e-definies-do-turismo>. Acesso em: 30 de Novembro de 2014

Embratur, I. B. Wikipédia. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Ecoturismo>. Acesso em: 30 de Novembro de 2014.

Ethos. (2013). Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis. São Paulo.

Europeias, C. D. (2001). LIVRO VERDE. Promover um quadro Europeu para a responsabilidade social das empresas. Bruxelas.

Fragoso, R. M. (Dezembro de 2008). *Proposta de Criação do Parque Arqueológico do Pessegueiro*, Faculdade de letras da Universidade de Coimbra. Disponível em: <https://alpha.sib.uc.pt/?q=content/proposta-de-cria%C3%A7%C3%A3o-do-parque-arqueol%C3%B3gico-do-pessegueiro>. Acesso em: 02 de Novembro de 2014

Maignan, Isabelle, Ferrell O. C. (2004) Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 32(1) 3-19.

Mestrado Património Cultural. (2014). Universidade Federal de Santa Maria: Disponível em: <http://coral.ufsm.br/ppgppc/index.php>. Acesso em: 30 de Novembro de 2014

Voluntou. (2008). Disponível em: <http://voluntour.com.sapo.pt/Volunturismo.htm>. Acesso em: 30 de Novembro de 2014.