



Universidade de Aveiro Departamento de Línguas e Culturas

Ano 2018/2019

**Mariana Soares de
Catarina**

Relatório de Estágio na Fundação INATEL

Relatório de estágio apresentado à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Línguas e Relações Empresariais, realizada sob a orientação científica do Doutor Abdelilah Suisse, do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro.

The things that excite you are not random. They are connected to your purpose. Follow them.

o júri

presidente

Professora Doutora Ana Maria Martins Pinhão Ramalheira
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Vogais

Professor Doutor Abdelilah Suisse
Leitor da Universidade de Aveiro (orientador)

Professora Doutora Marta Alexandra da Costa Ferreira Dias Professora
Auxiliar da Universidade de Aveiro (arguente)

agradecimentos

À D. Fátima Guia, por ser minha supervisora durante todo o estágio e aos meus colegas Cristina Amorim, Ana Fernandes, Fernanda Sousa, Manuela Lemos e João Cruz, por toda a dedicação, conselhos e profissionalismo.

À Professora Doutora Ana Maria Ramalheira pelo auxílio, pela sua constante disponibilidade e por todos os esclarecimentos concedidos

Ao meu orientador de estágio, Professor Doutor Abdellilah Suisse por toda a orientação, disponibilidade e sugestões fundamentais para este relatório de estágio.

Aos meus pais, ao meu irmão, aos meus avós, tios e primos por toda a motivação e por acreditarem incansavelmente nas minhas capacidades, mesmo quando eu própria não o faço.

Aos meus amigos e namorado, Edna, Iolanda, João, Marco e Neves, por todas as palavras amigas, motivação e por estarem sempre presentes em todos os momentos importantes.

O meu maior obrigada!

palavras-chave

Turismo, Agência de Viagens, Profissionais do Turismo, Fundação INATEL, interculturalidade

resumo

O presente trabalho propõe-se relatar e analisar as tarefas realizadas durante o estágio curricular na Fundação INATEL e a Unidade Orgânica Local de Viana do Castelo.

O relatório é composto pela contextualização da entidade, pelas atividades praticas e tarefas realizadas e, no fim, por uma componente de investigação. Na questão de investigação, procurou-se averiguar até que ponto as competências interculturais são importantes na vida de um profissional do turismo.

Para tal, foi realizada uma revisão de literatura sobre a temática em discussão e uma entrevista cuja análise qualitativa serviu para dar algumas respostas à nossa questão de investigação.

Concluimos que as competências interculturais são fundamentais para todos os profissionais do turismo. Em todas as funções em que se mantém qualquer contato com o público, é essencial possuir competências interculturais para proporcionar um serviço de qualidade.

No decorrer deste estágio, foi-me possível estabelecer contato com a realidade do mercado de trabalho numa organização, neste caso do ramo do turismo, e enriquecer-me a nível pessoal e, essencialmente, profissional.

Esta etapa foi essencial para a aplicação e consolidação de conhecimentos adquiridos ao longo do Mestrado em Línguas e Relações Empresariais.

keywords

Tourism, Travel Agencies, Tourism Professionals, INATEL Foundation, Interculturality

abstract

This paper intends to report and analyze the tasks carried out during the internship at the INATEL Foundation in the Travel Agency in Viana do Castelo. This report is composed by the contextualization of the entity, the activities and tasks performed and a final research component. In the research question we look after to analyze how important the intercultural competences are in a tourism professional's life. To achieve that, a literature review about the topic under discussion was carried out and an interview whose qualitative analysis was important to provide some answers to our initial research question. We conclude that intercultural competences are fundamental for all tourism professionals. In all work role in which customer service and contact with people is established, it is essential to have intercultural competences to provide excellent quality service. During this stage, it was possible to establish contact with the reality of labor market in an organization related to tourism, and to enrich myself as a person and as a professional. This stage was also important for the application and consolidation of knowledge acquired during the master's degree in Languages and Business Relations.

Lista de siglas

APA: Alojamento e pequeno-almoço

CCD: Centros de Cultura e Desporto

DPL: Duplo

FAD: Fatura de adiantamento

FNAT: Fundação Nacional para a Alegria no Trabalho

G&V: Gastronomia e Vinhos

MP: Meia-pensão (pequeno-almoço e outra refeição – almoço ou jantar)

PC: Pensão completa (pequeno-almoço, almoço e jantar)

SA: só alojamento

SGL: *Single* (quarto individual)

TI: Tudo incluído (pequeno-almoço, almoço, jantar e bebidas nacionais incluídas)

TPL: Quarto triplo

UH: Unidade Hoteleira

UOL: Unidade Orgânica Local

WL: *Waiting list* (lista de espera)

Índice

1. Introdução	9
2. Parte I - Contextualização da Fundação INATEL	11
2.1 História	11
2.2 Missão e visão.....	12
2.3 Equipamentos.....	13
2.4 Organigrama dos serviços de turismo	14
2.5 Serviço de saúde INATEL	15
2.6 Responsabilidade Social	16
3. Parte II - Entidade de acolhimento de Viana do Castelo.....	18
3.1 Organigrama da UOL	18
3.2 Merchandising e produtos de merchandise.....	19
3.3 Parceiros	20
3.3.1 Centrais de reserva.....	20
3.3.2 Operadores turísticos	20
3.3.3 Cruzeiros.....	22
3.4 Produtos turísticos	23
3.4.1 Turismo sénior	23
3.4.2 Programa Dias Tranquilos:.....	24
3.4.3 Programa INATEL 55+.PT	24
3.4.4 Turismo de saúde e bem-estar	25
3.4.5 Turismo religioso	26
3.4.6 Turismo de Gastronomia e Vinhos	27
3.4.7 Turismo de Sol e Mar	27
3.4.8 À descoberta de Portugal	28
3.4.9 Cruzeiros.....	29

3.4.10 Turismo de natureza.....	29
3.4.11 City Breaks.....	30
3.4.12 Rotas e circuitos	30
3.4.13 Festas e romarias	31
3.4.14 Grandes viagens	32
3.5 Eventos	32
3.5.1 BTL - Bolsa de turismo de Lisboa.....	32
3.5.2 Campeonato gastronómico	33
3.5.3 Apresentação da coleção primavera-verão da brochura INATEL	33
3.5.4 POPular INATEL na Rua 2018	34
3.6 Experiências INATEL	34
3.7 Fidelização dos clientes	36
3.7.1 Associados individuais.....	36
3.7.2 Associados coletivos (CCD's).....	37
3.8 Passaporte de turismo INATEL.....	38
4. Parte III - O estágio curricular.....	39
4.1 Fase de adaptação na entidade de acolhimento	39
4.2 Ferramentas informáticas utilizadas.....	40
4.2.1 Sistema de gestão de reservas: Optitravel	40
4.2.2 Plataforma B2B para programa governamental	41
4.2.3 <i>Software</i> de gestão: SAP	41
4.2.4 Ferramenta de reservas de voos: Amadeus <i>e-power</i>	42
4.3 Tarefas administrativas	43
4.3.1 Pagamento de quota anual pelos associados	43
4.3.2 Inscrição de novos associados	44
4.3.3 Desistências de associados	44

4.3.4	Efetuação de reservas em viagens da INATEL.....	45
4.3.5	Efetuação de reservas para as UH da INATEL.....	47
4.3.6	Pagamento de reservas	47
4.3.7	Reservas e orçamentação através de operadores turísticos	48
4.3.8	Cancelamentos e reembolsos.....	50
4.3.9	Inserção de cálculos manualmente.....	51
4.3.10	Consultar novos itinerários.....	52
4.3.11	Consultar estado da viagem (<i>allotment</i>) e da reserva	52
4.3.12	Contabilização de pontos no passaporte de turismo INATEL.....	53
4.3.13	Apoio ao cliente e arquivo de processos antigos	54
4.3.14	Envio de correspondência	55
4.3.15	Gestão de <i>emails</i>	56
4.4	Tarefas de comunicação e marketing	56
4.4.1	Acompanhamento de um cruzeiro no Douro	56
4.4.2	Realização da apresentação da brochura INATEL.....	58
4.4.3	Contacto com clientes estrangeiros	59
4.4.4	Atividades durante o POPular INATEL na rua.....	59
4.4.5	Promoção de novas viagens	60
4.5	Outras atividades	61
4.5.1	Criação de uma base de dados (IATA).....	61
4.5.2	Utilização de uma plataforma B2B	61
4.5.3	Reflexão sobre as tarefas realizadas.....	63
5.	Parte IV - Componente de investigação.....	64
5.1	Introdução e objetivo da investigação	64
5.2	Áreas no ramo turístico.....	64
5.3	Revisão da literatura	65

5.3.1 Cultura.....	65
5.3.2 Globalização	68
5.3.3 Competências e relações interculturais	69
5.3.4 Competências interculturais e a importância para profissionais.....	70
5.4 Viagens vendidas: O caso de Espanha, Marrocos e Tailândia	72
5.4.1 Marrocos.....	73
5.4.2 Espanha.....	73
5.4.3 Tailândia	74
5.5 Análise qualitativa.....	75
5.5.1 Objetivo da entrevista	75
5.6 Os Emirados Árabes Unidos	75
5.7 A experiência dos entrevistados	76
5.8 Resultados da análise qualitativa	78
6. Discussão e conclusão	79
7. Considerações finais	81
8. Referências bibliográficas.....	83
Anexos	88

Índice de Figuras

Figura 1 - Distribuição das unidades INATEL no território

Figura 2 – Organigrama da direção de serviços de turismo

Figura 3 – Organigrama da UOL de Viana do Castelo

Figura 4 – Operadores turísticos com parceria com as agências INATEL

Figura 5 – Centrais de reserva parceiras das agências INATEL

Figura 6 – Empresas especializadas em cruzeiros parceiras das agências INATEL

Figura 7 – Cartão de associado

Índice de anexos

- Anexo 1** – Plano de estágio
- Anexo 2** - Serviços de saúde e respetivas características
- Anexo 3** - Divulgação do programa Dias Tranquilos para 2018
- Anexo 4** - Informação sobre o programa INATEL 55+
- Anexo 5** – Folhetos publicitários da Campanha BTL
- Anexo 6** – Interior do documento de fidelização
- Anexo 7** – Visão geral da ferramenta Amadeus e-Power
- Anexo 8** – Visão geral do sistema Optitravel
- Anexo 9** – Visão geral da página de entrada
- Anexo 10** – Visão ao inserir códigos B2B
- Anexo 11** – Inserção das informações do cliente no programa INATEL 55+
- Anexo 12** – Visão aquando a inscrição de um novo associado
- Anexo 13** – Visão aquando a procura do associado
- Anexo 14** – Pagamento de quotas e emissão de respetivos documentos - fatura e recibo
- Anexo 15** – Alterar a qualidade do associado
- Anexo 16** – Aquando a alteração da qualidade de associado
- Anexo 17** – Visão geral do pacote procurado
- Anexo 18** – Visão aquando iniciação de uma reserva
- Anexo 19** – Pedido de acréscimo da taxa de não-associado por e-mail ao departamento de operações e reservas
- Anexo 20** – Pedido de reserva via e-mail a uma UH da INATEL
- Anexo 21** – Visão aquando pagamento de uma reserva
- Anexo 22** – Visão aquando escolha do método de pagamento
- Anexo 23** – Visão ao iniciar um orçamento/reserva
- Anexo 24** – Exemplo de uma simulação de reserva
- Anexo 25** - Informação a inserir sobre o cliente
- Anexo 26** – Visão ao efetuar uma reserva de um pacote turístico
- Anexo 27** – *E-mails* trocados com o departamento de operações e reservas para o cancelamento de uma reserva a pedido do cliente
- Anexo 28** – Visão do início de uma reserva de operadores no Optitravel

Anexo 29 – Visão ao registar os valores da reserva

Anexo 30 – Visualização da receção de um e-mail por novos itinerários

Anexo 31 – Visualização do itinerário da viagem

Anexo 32 – Visão aquando se visualiza *allotment*

Anexo 33 – Visão do estado das reservas

Anexo 34 – Frente e verso do *Flyer* do POPular INATEL na rua

Anexo 35 – Documento Word com os códigos dos aeroportos europeus

Anexo 36 – Itinerário da Viagem ao Douro acompanhada pela estagiária

Anexo 37 – Guião da entrevista realizada

1. Introdução

Este relatório tem o objetivo de descrever as tarefas desenvolvidas pela mestranda Mariana Soares de Catarina durante os 5 meses de Estágio Curricular, que se integra no 2º ano do Mestrado em Línguas e Relações Empresariais, da Universidade de Aveiro e foi coordenado pelo Professor Doutor Abdelilah Suisse. Este estágio foi uma das etapas mais determinantes para a conclusão deste mestrado, bem como para a aplicação dos conhecimentos teóricos adquiridos nos semestres anteriores.

O estágio foi realizado na agência de viagens da Fundação INATEL, localizada na rua S. Pedro em Viana do Castelo, com início no dia 04 de janeiro e fim no dia 06 de junho de 2018, sob orientação da D^a Fátima Guia, licenciada em Gestão e coordenadora da UOL. Foi escolhida esta organização devido ao seu valor empresarial, social e turístico uma vez que possui um forte prestígio tanto a nível nacional como internacional.

A escolha da Fundação INATEL relaciona-se com o facto de esta ser uma entidade que proporcionou a aplicação dos conhecimentos adquiridos em todo o contexto académico (tanto a nível da licenciatura em Turismo como do mestrado em Línguas e Relações Empresariais), bem como a aquisição de competências técnicas importantes para o contexto do mercado de trabalho.

Este estágio tem como objetivo desenvolver várias competências práticas, no ramo profissional do turismo relacionadas com as tarefas administrativas, de comunicação, marketing e com outras competências básicas em contabilidade.

O presente relatório de estágio encontra-se estruturado em 4 partes fundamentais, sendo que na primeira parte do relatório é realizada uma breve caracterização da Fundação INATEL, a sua história, missão e visão estratégica e os seus equipamentos. Na segunda é apresentada a Entidade de Acolhimento, abordando tópicos introdutórios importantes tais como os produtos turísticos, os operadores turísticos parceiros, o *merchandising* e produtos de *merchandise*, documentos de fidelização do cliente, bem como os eventos realizados pela INATEL ou onde esta marcou presença. De seguida, na terceira parte apresentam-se as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular e as respetivas competências adquiridas e aperfeiçoadas. Por fim, na última parte, refletimos o tema de investigação que se relaciona com a interculturalidade e a importância de os profissionais de turismo serem sensíveis e ativamente conscientes das diferenças culturais. Nesta última componente

efetuamos uma entrevista a um casal que viajou para Abu Dhabi e Dubai – a capital e a maior cidade dos Emirados Árabes Unidos respetivamente -, que teve como objetivo principal tornar mais reais as diferenças que os cidadãos portugueses (neste caso) puderam sentir aquando contacto com uma cultura totalmente diferente e com costumes muito díspares. Em desfecho, apresentamos as conclusões executando uma reflexão global sobre o estágio e também as competências adquiridas e importância das unidades curriculares para o desenvolvimento do mesmo e para conclusão do 2º ciclo de estudos.

2. Parte I - Contextualização da Fundação INATEL

2.1 História

A atual Fundação INATEL foi fundada em 1935 com o desígnio de Fundação¹ Nacional para a Alegria no Trabalho (FNAT) e tinha como seu principal objetivo o desenvolvimento de atividades nas áreas do turismo social, cultura popular e do desporto amador, que valorizassem o tempo livre dos trabalhadores e suas famílias.

Em 1975 foi instituído um novo estatuto e, conseqüentemente, um novo nome: Instituto² Nacional para o Aproveitamento dos Tempos Livres dos Trabalhadores - INATEL. Com esta alteração, a INATEL herdou a gestão de cinco unidades hoteleiras (antigas colónias de férias da Caparica, Foz do Arelho, São Pedro do Sul, Albufeira e Entre-os-Rios) e os dois parques de campismo da FNAT (localizados no Cabedelo e na Caparica) o que levou a uma expansão sistemática dos serviços turísticos e, conseqüentemente, ampliação da rede hoteleira. Com estas alterações, o objetivo da INATEL centralizou-se em

«Recriar e renovar a sua herança e património, atuando na prestação de serviços sociais, com ênfase na cultura, desporto e turismo social.» (INATEL, 2018, s.p.)

O público-alvo da INATEL começou a abranger outras faixas etárias: público sénior, com ofertas de programas alusivos à saúde e ao bem-estar e foi nesse sentido que, em 1979, se iniciou o sistema de inscrição de associados. Para esta inscrição ser aprovada era apenas necessário que o inscrito exercesse a sua atividade profissional em Portugal (era permitido ser português ou estrangeiro), bem como reformados ou aposentados. A partir desse ano determinou-se que à INATEL competia

«Organizar excursões e viagens destinadas a trabalhadores, criar e desenvolver centros de repouso e de férias, fomentar o intercâmbio turístico (nomeadamente através de celebração de acordos com organizações estrangeiras similares), fundar e administrar centros de férias, parques de campismo e outros meios de alojamento para trabalhadores, e intensificar o aproveitamento das suas estruturas por parte dos

¹ Instituição sem fins lucrativos de interesse público. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/funda%C3%A7%C3%A3o>

² Organização de utilidade pública. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/institui%C3%A7%C3%A3o>

trabalhadores da terceira idade nos períodos de menor utilização dos restantes.»
(INATEL, 2018, s.p.)

Em 1995, a gestão dos programas de turismo sénior foi atribuída, na sua totalidade, à INATEL, visto que, até à data, estes eram geridos pelo governo Português. Assim, a INATEL deixou de pertencer à administração do Estado Português em 2008 e, nessa data, foi instituída uma fundação privada de utilidade pública - a Fundação INATEL. Atualmente, a Fundação INATEL é tutelada pelo Ministério da Solidariedade e Segurança Social, afirmando-se assim como uma instituição prestadora de serviços sociais. Os principais objetivos desta instituição prendem-se com a ocupação dos tempos-livres e de lazer dos trabalhadores (ativos ou reformados) desenvolvendo e valorizando a prática do turismo social em Portugal continental e Regiões Autónomas. Relativamente aos programas oferecidos pela INATEL, os seus objetivos prendem-se à melhoria da qualidade de vida das populações e do seu bem-estar, possibilitando aos seus clientes usufruir de períodos de lazer aliado à interação (com o objetivo de combater a solidão e a exclusão social) e incentivar à prática de turismo (dinamizando atividades económicas e culturais das regiões) através de diversos programas, nomeadamente do turismo sénior, do turismo de saúde, do termalismo sénior e do programa à descoberta de Portugal.

2.2 Missão e visão

A Fundação INATEL tem a missão de promover regionalmente os seus programas de viagens fora das zonas de residência dos participantes, tentando, dessa forma, contribuir para o desenvolvimento da população, com uma forte aposta na inclusão social e na promoção de combate a solidão, através dos programas do turismo sénior. Visa, ainda, o desenvolvimento económico das regiões, uma vez que desenvolve vários métodos para estimular o turismo em épocas menos propensas a atividade turística (nomeadamente com a entrega de *vouchers*³ que apenas podem ser usufruídos em época média e baixa).

Relativamente à sua visão, a INATEL pretende ser um organizador de viagens e atividades de referência em todo o território nacional através de uma oferta diversificada e de qualidade. Através de vários operadores turísticos (mencionados no ponto 2.3.), o cliente tem a possibilidade de obter serviços mais diversificados (por exemplo, grandes cruzeiros).

³ Documento que comprova o pagamento de um serviço/produto. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/voucher>.

2.3 Equipamentos

O conceito de «equipamento» consiste no conjunto de facilidades necessárias para acomodar, manter e ocupar os tempos livres dos turistas e visitantes, tal como alojamento, restauração, animação, transportes, comércio, entre outros (Calado, 2018, p.1). E, nesse sentido, a INATEL está presente em todo país continental e ilhas – como é possível verificar na Figura 1 -, contando com uma rede de vinte e sete agências de viagens (Brochura Viagens INATEL nacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.40) dezasseis UH (Hotéis INATEL, 2018, p.4-39) dois parques de campismo (Tabelas de preços para associados, 2018, p.12-13), o Teatro da Trindade INATEL e nove instalações desportivas, que consistem em pavilhões desportivos, piscinas parque de jogos e ginásios (INATEL, 2018, s.p.). Na seguinte figura, é possível verificar a disposição das UH, parques de campismo, UOL's e Teatro da Trindade no território português:

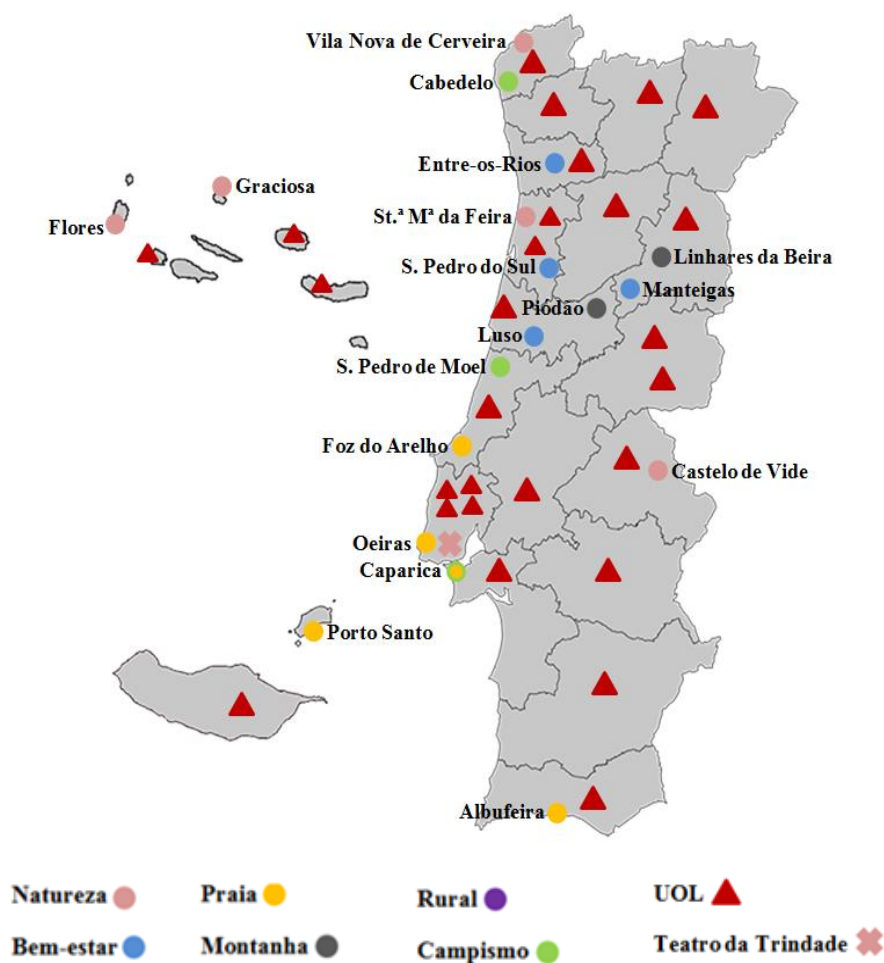


Figura 1 - Distribuição dos equipamentos da INATEL no território (autoria própria, 2018)

2.4 Organigrama dos serviços de turismo

A nível conceptual, um organigrama representa uma estrutura formal da organização, evidenciando como estão dispostos os departamentos hierarquicamente (Freitas, 2016, p.305-306) e definindo as relações e comunicação entre os departamentos.

A Fundação INATEL possui vários departamentos, no entanto, o mais pertinente para este relatório é o departamento de serviços de turismo, uma vez que foi o mais recorrido durante o estágio. A direção de serviços de turismo é responsável pela coordenação de todo o núcleo relacionado com o turismo e viagens e, nesse sentido, existem outros departamentos essenciais para o bom funcionamento deste departamento, nomeadamente o secretariado, controlo financeiro, apoio ao cliente, procedimentos, *incoming* e *tour* operador. Este último, abrange ainda dois departamentos: departamento de programação e o departamento de operações e reservas. Abaixo pode verificar-se a estrutura formal da direção de serviços de turismo:

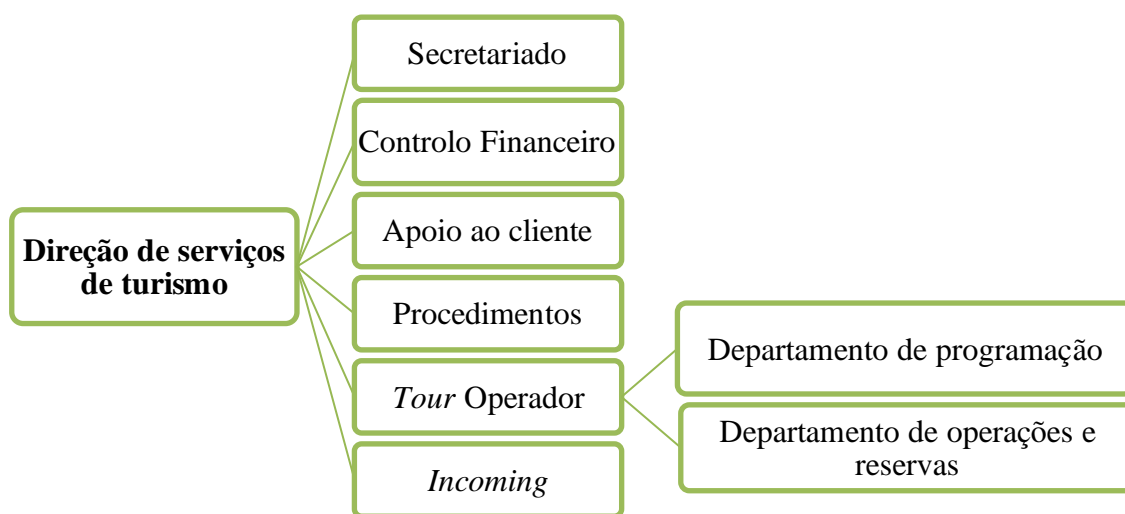


Figura 2 – Organigrama da direção de serviços de turismo (autoria própria, 2018, s.p.)

O departamento de operações e reservas foi o departamento com o qual a estagiária contactou diariamente uma vez que era o departamento responsável pelos cancelamentos das viagens (era para este departamento que a estagiária comunicava sempre que algum cliente queria solicitar o cancelamento e respetivos custos de cancelamento de uma viagem), anulação/acrescento de taxas de não-associado, alteração do tipo de quarto (SGL, DPL ou TPL), pelas reservas de aviação, apoio telefónico (sempre que havia se realizava uma viagem, havia sempre um responsável para estar contactável 24h por dia durante a mesma

para resolver alguma eventualidade, tanto a nível dos clientes como da guia acompanhante) e sempre que havia alguma dúvida relativamente ao programa, alguma alteração ou sugestão (como aconteceu no programa INATEL 55+.PT que, como havia um grupo maior de 10 pessoas a entrar em Vila Nova de Cerveira, alterou-se a saída do autocarro para essa vila, que inicialmente era na cidade de Viana do Castelo).

O departamento de programação tem a seu cargo a responsabilidade de programar as viagens inseridas nos diferentes produtos turísticos e a coordenação de guias acompanhantes dos respetivos grupos.

2.5 Serviço de saúde INATEL

A Fundação oferece ao cliente a possibilidade de obter um plano de saúde que pode ser adquirido independentemente da idade de quem o pretende tal como doenças pré-existentes à aquisição do plano. E é nesse sentido que a INATEL atua, permitindo aos seus sócios optar por um plano INATEL saúde, onde poderão recorrer aos melhores médicos e unidades de saúde privadas, a preços acessíveis e sem limites. Este plano faculta menores gastos de saúde (em consultas de especialidade e de medicina dentária) e está disponível para todas as idades, sem exclusões devido a doenças pré-existentes. Contudo, o cliente possui a possibilidade de escolher entre as opções, aquela que lhe é mais favorável:

- **INATEL Saúde:** este plano permite ao cliente optar pelos melhores médicos e unidades de saúde privadas (rede médica e rede medicina dentária) bem como o acesso a uma rede de saúde e bem-estar e enfermagem e ainda um *check-up*⁴ anual no valor de 40€ (Saúde Prime, 2018, s.p.);
- **INATEL Saúde+:** com esta opção é oferecido ao cliente todas as vantagens do plano anterior, no entanto acresce-se a vantagem de assistência médica ao domicílio (Saúde Prime, 2018, s.p.);
- **INATEL Saúde Dentária:** este plano é um serviço de saúde destinado a melhorar a saúde oral e estética dentária. Com este serviço, todos os associados poderão beneficiar de Consultas Gratuitas, tratamentos a preços reduzidos e sem limites, nas mais conceituadas clínicas de Medicina Dentária em todo o país (Saúde Prime, 2018, s.p.);

⁴ Exame médico completo. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/check%20up>

- **Plano de Saúde Prata ou Ouro:** estes planos de saúde são serviços de saúde que permitem ao cliente aliar os melhores médicos e unidades de saúde privadas, a preços reduzidos e sem limites, com valores ainda mais vantajosos em medicina dentária. Com este serviço, todos os associados poderão beneficiar de consultas gratuitas nas mais conceituadas clínicas de Medicina Dentária em todo o país (Saúde Prime, 2018, s.p.).

O preço destes planos difere consoante o número de pessoas no agregado familiar. Quanto maior o número do agregado familiar menos dispendioso fica ao cliente (por mês) e quanto mais completo é o plano o seu respetivo preço vai aumentando (Saúde Prime, 2018, s.p.). É possível verificar esse facto no anexo nº2.

2.6 Responsabilidade Social

O conceito de responsabilidade social ganhou um grande destaque no mundo empresarial nas últimas décadas e, por isso, representa responsabilidades notáveis de uma empresa no que refere aos compromentimentos económicos, legais, éticos e expectativas por parte da sociedade relativamente às organizações, o que lhes fornece uma visão e missão sustentável, bem como diversas vantagens competitivas relativamente a empresas concorrentes. Assim, a responsabilidade social resume-se, então, ao

«Entendimento da relação complexa que existe entre estas últimas (empresas) e a sociedade, incluindo as comunidades, os empregados, os governos e até outras empresas.» (Oliveira, 2013, p.1)

De acordo com o mesmo autor, a empresa deve refletir sobre o seu papel na sociedade, como ela deve reagir às restantes empresas e como ela deve responder às questões sociais. Dessa forma, a Fundação INATEL estabelece uma relação de entreaajuda entre a organização e a sociedade, através de alguns programas e projetos com o objetivo de ajudar os mais carenciados. De entre esses projetos e programas, nomeiam-se os seguintes:

- **Conversa Amiga:** projeto que consiste numa linha de atendimento telefónico (realizado por voluntários, assegurado durante todo o ano) com o objetivo de prestar assistência e informação a todas as pessoas que necessitem de apoio em momentos menos fáceis. Nesta ótica pretende-se prevenir situações de risco através da partilha de problemas com alguém anónimo sem julgamentos (INATEL, 2018, s.p.);

- **Mealheiro solidário:** o projeto mealheiro solidário foi criado com o fim de apoiar cidadãos, entidades ou causas que necessitem de apoio social. Através de campanhas e angariação de fundos, atribui-se esses mesmos apoios junto dos cidadãos que necessitem desse apoio (INATEL, 2018, s.p.). Todas as agências têm exposto um mealheiro para que quem quiser contribuir para alguma das causas o possa realizar;
- **Caminhadas Solidárias:** durante o final do estágio da estagiária foi promovida uma caminhada solidária que se realizou em Évora no dia 10 de Junho de 2018 em que o valor das inscrições será revertido na sua totalidade para a Associação de Reabilitação, Apoio de Solidariedade Social – ARASS (INATEL, 2018, s.p.).

3. Parte II - Entidade de acolhimento de Viana do Castelo

A UOL de Viana do Castelo abriu ao público em 1964, tendo a atual instalação sofrido obras de manutenção e melhoramento que terminaram recentemente, em 2008. Essas obras iniciaram-se em 2007, no entanto demorou cerca de 14 anos para iniciar a demolição do edifício o que implicou que os colaboradores trabalhassem num outro edifício durante esse período.

O atual espaço é bastante amplo e conta com dois pisos onde, além de outras divisões, é possível encontrar-se a sala de atendimento principal – onde todo o estágio decorreu juntamente com 5 colegas -, bem como três salões onde se realizam formações, apresentações, *workshops*⁵ e/ou exposições. Foi nestas instalações que, durante o evento POPular INATEL na rua, decorreu um teatro infantil, devido às condições climáticas pouco favoráveis à realização da atividade na rua, bem como a apresentação da brochura primavera-verão e o respetivo lanche de convívio.

3.1 Organigrama da UOL

Relativamente à estrutura organizacional formal da UOL de Viana do Castelo, esta é composta pela coordenadora da UOL, um gestor cultural, 3 assistentes administrativas e uma senhora encarregue da limpeza. O organigrama representado abaixo é um organigrama horizontal, onde à esquerda se encontra a coordenadora da UOL seguindo-se dos restantes colaboradores à direita:

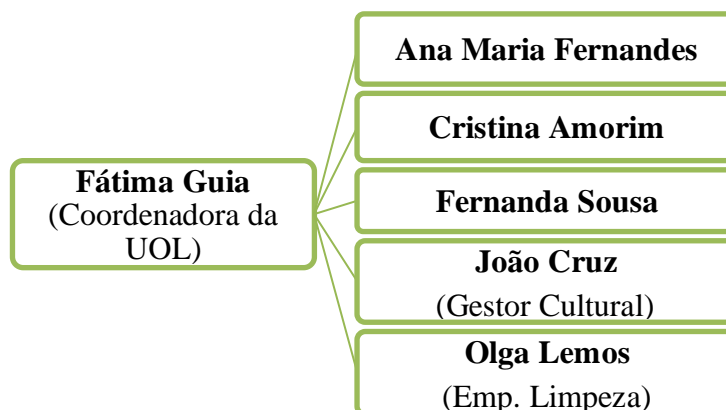


Figura 3 – Organigrama da UOL de Viana do Castelo (autoria própria, 2018, s.p.)

⁵ Aula ou curso prático sobre um tema específico. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/workshop>

3.2 Merchandising e produtos de merchandise

A nível conceptual, o *merchandising* é uma ferramenta de *marketing* que se relaciona com a melhor exposição do produto certo na época e preço correto (Domingues, 2013, p.211) e é nesse sentido que a INATEL expõe os seguintes produtos mencionados em todas as suas agências e UH's para que o produto tenha notoriedade e seja visto pelos potenciais compradores o maior número de vezes possível. Há uma série de exemplos de técnicas utilizadas por agências, nomeadamente vitrinas de exposição, folhetos e a bandeira de localização. Através destas ações, irá aumentar-se a probabilidade de compra dos produtos. Assim, na UOL de Viana do Castelo encontram-se expostos em vitrines vários produtos relacionados com a fundação para venda, entre os quais:

- **Livros:** desde livros sobre a história da INATEL, higiene e condições no trabalho, a história do lazer português, aniversários da INATEL, os novos tempos do lazer Português, livros sobre cada UH (e respetiva localização), sobre a sede, sobre teatro, entre outros;
- **Canecas:** existem para venda seis canecas distintas, cada uma representando uma zona do país: a preta simboliza o Norte de Portugal, a amarela representa o Centro, a azul representa o Sul, a vermelha representa a Madeira e a verde representa os Açores;
- **Medalhas celebrativas:** medalhas que celebram o aniversário do surgimento da Fundação INATEL;
- **Guarda-chuvas:** de cor azul-escura, com o logotipo de INATEL;
- **Folhetos:** Aquando da realização de eventos são distribuídos pela cidade folhetos com o programa a realizar, parceiros e patrocinadores (nomeadamente o POPular INATEL na rua);
- **Bandeira:** à entrada da UOL existe uma bandeira azul com o logótipo da Fundação INATEL com o objetivo de localizar a agência para quem não entra na rua.

Contudo, existe ainda o conceito de produtos de *merchandise*, muitas vezes confundido com o conceito anterior, uma vez que estes produtos também podem estar inseridos em ações de *merchandising*, no entanto não pretende impulsionar imediatamente uma compra, mas sim uma forma de fidelizar os clientes através de um envolvimento emocional à marca (através de ofertas e/ou brindes).

Nessa base, a Fundação INATEL possui diversos produtos de *merchandise* desde fitas de identificação de malas de viagem, bolsas para documentos de avião, pins, envelopes, sacos de plástico (adesão de sócio) e sacos de papel (compra de artigos), canetas, capinhas verdes para documentos de viagens de autocarro, pastas porta documentos, blocos de notas, leques de cartão, postais e cartões-de-visita, entre outros produtos.

3.3 Parceiros

3.3.1 Centrais de reserva

As centrais de reserva consistem em plataformas digitais para reserva e venda de serviços turísticos, completamente adequado às necessidades do cliente, conforme pesquisa. Para este fim, as centrais de reserva com parceria com a INATEL são as seguintes:



Figura 5 – Centrais de reserva parceiras

Destas centrais de reserva a mais utilizada foi a Bedsonline. Esta plataforma permitiu reservar apenas o alojamento, algo muito requisitado por clientes que não pretendiam usufruir de programas pré-programados e realizados em grupo. Desta forma, era total responsabilidade do cliente deslocar-se até ao destino do hotel reservado, bem como o entretenimento durante a sua estadia.

3.3.2 Operadores turísticos

As agências de viagens da fundação INATEL, além de agências de viagens, também são consideradas operadores turísticos, uma vez que fornece a outras empresas os programas para que vendam os seus programas. A diferença entre «agência de viagem» e «operador

turístico» consiste na representação que estas assumem perante o cliente (Cunha, 2001, p.304). Ou seja, a agência de viagem é um agente que representa o autor do produto (o operador) no ato da venda. Nesta ótica, e numa vertente mais conceptualizada, os operadores turísticos, também designados de «grossistas», podem ser definidos como empresas turísticas comerciais especializadas na organização e venda de viagens em grupo e, dessa forma, são encarados como

«Organizadores de viagens de grupo ou coletivas que combinam diferentes bens e serviços adquiridos aos respetivos produtores. Estes organizam produtos turísticos, preparados antes mesmo que a procura se manifeste, que vendem através da sua rede própria de distribuição ou por intermédio de agências de viagens.» (Cunha, 2001, p.295)

Contudo, além dos seus próprios programas, as agências de viagens da Fundação INATEL recorrem a uma série de operadores turísticos externos para vender os seus produtos como intermediário (sob pagamento de uma comissão pelo serviço). Os operadores turísticos que são fornecedores das agências de viagens da INATEL são os seguintes:





Figura 4 – Operadores turísticos parceiros

Destes operadores, os mais utilizados são a Nortravel (por ser um operador especialista nas ilhas portuguesas, produto que regista muita procura), Inturismo (por vender programas organizados em Benidorm a preços acessíveis, produto também muito solicitado pelos clientes), a Solférias e a Soltour.

3.3.3 Cruzeiros

Os cruzeiros são, muitas vezes, considerados uma das melhores formas de viajar, uma vez que está tudo à disposição do cliente no próprio navio: o alojamento, casinos, centros comerciais, restaurantes, ginásios, dependendo do tipo de cruzeiro e do tamanho do mesmo. Além das acessibilidades, os cruzeiros disponibilizam refeições 24 horas por dia bem como o entretenimento diário (Horner, 1999, p.204). Assim, a nível de cruzeiros, a Fundação INATEL estabelece parceria com as seguintes empresas especializadas em cruzeiros:



Figura 6 – Empresas especializadas em cruzeiros parceiras

Reservas por centrais de reserva, operadores turísticos e em cruzeiros foram algumas das reservas efetuadas durante o estágio curricular. Esse procedimento será abordado mais detalhadamente na parte III do presente relatório (ponto 3.3.7.).

3.4 Produtos turísticos

O conceito de produto turístico é bastante vago, uma vez que se pode definir como qualquer tipo de serviço ou conjunto de atrativos de um empreendimento, região ou país (Cunha, 2001, p.256-257), que tem por principal objetivo satisfazer a necessidade e expectativa do consumidor. Estes são um conjunto de elementos que motiva uma procura e, conseqüentemente, uma deslocação do turista. Os elementos que constituem os produtos turísticos podem ser os recursos turísticos, infraestruturas e superestruturas, as acessibilidades, o acolhimento e cultura (Cunha, 1997, p.154-155). Neste sentido, e de todos os produtos turísticos existentes, a Fundação INATEL disponibiliza programas enquadrados nos mesmos:

3.4.1 Turismo sénior

A população sénior representa um dos segmentos de mercado mais importantes para o turismo na atualidade, visto que é um mercado em constante crescimento devido ao envelhecimento da população, consequência de um aumento da esperança média de vida e do aumento da qualidade de vida. Dessa forma, este segmento deve ser tido com grande atenção no que concerne à atividade turística. Embora seja um segmento demarcado com mudanças físicas, psicológicas e sociais que podem afetar a participação deste tipo de cliente em atividades turísticas, no entanto, e por ser um segmento em crescimento, deve ser associado a oportunidades de negócio e de fornecer atividades turísticas acessíveis aos seus clientes (Huber, 2018, p.55). O Turismo sénior tem como objetivo promover em plenitude as características pessoais, ajudando-o a encarar com naturalidade a sua idade, potenciando a sua realização pessoal.

O turismo sénior, um dos pontos fortes da Fundação INATEL, representa duas vertentes: o programa Dias Tranquilos e o programa INATEL 55+.PT, sendo este último o mais procurado e requisitado.

3.4.2 Programa Dias Tranquilos:

Este programa é destinado a clientes que queiram prolongar a sua estada até aos 30 dias ou mais e, por 930€ por pessoa, têm direito ao alojamento nos hotéis definidos mensalmente em regime PC (com 1 bebida por refeição), lanche da tarde e ceia, tratamento de roupa branca e pessoal (número de peças limitado por semana), assistência médica (clínica geral) e enfermagem (se estritamente necessário) quando as estadas são superiores a 3 meses. Contudo, os clientes são responsáveis pelo transporte de/até à UH. Durante o ano de 2018, as UH organizaram-se para que cada uma recebesse este programa mensalmente (consultar anexo 3).

3.4.3 Programa INATEL 55+.PT

Este é um programa subsidiado pela União Europeia que surge para promover a integração social e a cidadania participativa por parte de todos os seniores proporcionando-lhes contacto com novas realidades, pessoas diferentes e, conseqüentemente, novas experiências – envelhecimento ativo (Regulamento específico – programa INATEL 55+.PT, 2018, p.1-2). É destinado à população em geral, com mais de 55 anos (inclusive), havendo uma maior prioridade para seniores com mais risco de exclusão social e com os rendimentos mais baixos. Por isso, o preço da viagem varia consoante o rendimento do cliente de modo que os primeiros dois escalões (os mais carenciados) foram os primeiros a inscrever-se, como é possível verificar no anexo 4.

Para sabermos qual o escalão do cliente, este tem de nos trazer impreterivelmente os documentos de identificação dos passageiros bem como a nota de liquidação de IRS do ano 2016, pois sem estes documentos não se avança com a reserva. A primeira semana de abril (do dia 3 ao dia 6) destina-se aos clientes dos escalões 1 e 2 uma vez que são os que possuem rendimentos mais baixos (dando-lhes prioridade) e a segunda semana (do dia 9 ao dia 13) para os clientes do escalão 3 e 4, ou seja, clientes com rendimentos mais altos.

Este programa é dividido em duas fases: a primeira fase de inscrições foi durante abril de 2018 para viagens no final de abril e mês de maio do mesmo ano e a segunda fase iniciou as inscrições a 16 de julho para viagens que decorreram entre setembro e dezembro de 2018. Esta segunda fase foi mais promovida e, conseqüentemente, mais afluente do que a primeira fase, uma vez que esta foi apenas uma fase “experimental” com pouca promoção e pouca diversidade de oferta com duas viagens para Foz do Arelho e apenas uma para

Castelo de Vide. Contudo, na segunda fase, este programa surgiu com mais oferta, diversidade de destinos e UH e, ainda, uma promoção mais “agressiva”, nomeadamente a nível televisivo. Além desses pormenores, esta segunda fase contou com hotéis privados que foram eleitos por concursos públicos, o que abre horizontes para outros destinos (INATEL, 2018, s.p.).

Durante as suas estadias, os clientes têm direito a 5 noites de alojamento em regime de pensão completa (além das refeições principais com bebidas incluídas, têm o lanche e uma ceia ligeira todos os dias), transporte do local de origem até ao destino (e vice-versa), bem como o transporte dos passeios turísticos e respetivas atividades de caráter lúdico e cultural, o entretenimento e animação no hotel, acompanhamento (animador ou assistente turístico), serviço de bagageiro e o seguro de acidentes pessoais (Regulamento específico – programa INATEL 55+.PT, 2018, p.4-5).

3.4.4 Turismo de saúde e bem-estar

O turismo de saúde e bem-estar tem como principal objetivo a recuperação do bem-estar físico e psíquico o cliente através da realização de tratamentos em estruturas especializadas (Turismo de Portugal, 2006, p.8) como por exemplo as estâncias termais e as instalações de SPA & *Wellness* (Turismo de Portugal, 2006, p.24). Este tipo de turismo centra-se em três vertentes: o turismo de saúde, o turismo de bem-estar geral e o turismo de bem-estar específico:

- **turismo de saúde** consiste na realização de tratamentos específicos com o objetivo de curar uma doença, representando 20% do mercado de saúde e bem-estar (Turismo de Portugal, 2006, p.8);
- O **turismo de bem-estar geral** consiste na procura de equilíbrio e harmonia mental, emocional, física e espiritual, o que representa 60% do mercado de saúde e bem-estar (Turismo de Portugal, 2006, p.8);
- O **turismo de bem-estar específico** que consiste no bem-estar físico e psíquico do cliente através da realização de atividades e tratamentos específicos que representa 20% do mercado de saúde e bem-estar (Turismo de Portugal, 2006, p.8).

Uma das vertentes do programa INATEL 55+.PT é o bem-estar termal, que inclui itinerários para seniores com atividades termais e de bem-estar incluídas (Circular n.º 01/55+.PT, 2018, p.1-2). Nas UH que dispõe destes serviços (nomeadamente as UH em

Manteigas, Luso, São Pedro do Sul e Entre-os-Rios) existem diversos programas e tratamentos previamente organizados relacionados com a saúde e bem-estar, nomeadamente o programa antistress e o programa revigorante. O programa anti-stress permite, consoante um preço de tabela, o acesso à piscina termal (45 minutos) e um duche *Vichy* (15 minutos) e o programa revigorante inclui hidromassagem computadorizada (12 minutos) e uma massagem geral com a duração de 30 minutos (Tabelas de preços para associados, 2018, p.10-11).

Além destes programas fixos, as UH disponibilizam a possibilidade de usufruir de tratamentos individualizados, de acordo com a necessidade do cliente sem ter que adquirir um programa completo e/ou padronizado. Relativamente a programas de turismo de saúde em grupo e pré-organizados, foram promovidos e organizados para o mês de setembro de 2018 sob a alçada do Programa INATEL 55+.PT, incluindo atividades de termalismo e bem-estar (Circular nº1/55+, 2018, p.1). Ainda no contexto deste programa, foram organizadas viagens com programas inclusivos, ou seja, viagens destinadas a pessoas com mais de 60% de deficiência com transporte especial para os passageiros (Circular nº1/55+, 2018, p.1).

Em meados do mês de maio de 2018, o departamento de programação de viagens criou viagens no âmbito do termalismo para as UH de Manteigas, Luso, Entre-os-Rios e São Pedro do Sul. Estes programas que se realizaram entre junho e julho de 2018, visaram proporcionar aos clientes a possibilidade de adquirirem tratamentos termais para diversas situações terapêuticas e usufruindo de um diversificado programa turístico e cultural. Estes programas têm a duração de 13 dias, em pensão completa com bebidas incluídas, onde os participantes poderão usufruir de um programa turístico e cultural interligado com tratamentos terapêuticos (BI N° 23 * 21 maio 2018 – Novas viagens nacionais: Termalismo, 2018, s.p.).

3.4.5 Turismo religioso

O turismo religioso consiste em viagens motivadas principalmente pela religião como a peregrinação, uma forma de turismo religioso bastante comum e popular. Este tipo de turismo tem uma conotação histórica e espiritual intrínseca e os seus benefícios nas economias locais são evidentes e muito importantes para o desenvolvimento das regiões onde estão inseridos (Tkaczynski, 2018, p.75). Num contexto religioso internacional, ao longo do início do ano de 2018 foram organizadas diversas viagens com destino a: Roma; Colónia; Barcelona; Petra, Jordânia e Jerusalém; Lourdes (Brochura INATEL viagens –

Coleção outono-inverno, 2017/18, p.42-49), Saragoça, Lourdes e Andorra; Toledo; Arménia; Roma e Pompeia; Polónia; China; Jerusalém e Barcelona (Brochura INATEL viagens internacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.29-37).

Já a nível nacional os participantes tiveram a oportunidade de passar férias em contexto religioso em Coimbra; Açores (Brochura INATEL viagens nacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.31-32), Setúbal e Arrábida; Fátima e Vila Viçosa (Brochura INATEL viagens – Coleção outono-inverno, 2017/18, p.41-45).

3.4.6 Turismo de Gastronomia e Vinhos

O turismo G&V tem o objetivo de realçar atividades como degustação de produtos regionais, bem como a aprendizagem de produção desses mesmos produtos e visitas a atrações turísticas locais das regiões. Este tipo de turismo possui três vertentes: as viagens de descobrimento, as viagens de aprofundamento e as viagens de aprendizagem:

- **Viagens de descobrimento** consistem em visitas turísticas a fim de conhecer melhor os recursos de vinhos e gastronomia de uma área geográfica, representando cerca de 80% do mercado de G&V (Turismo de Portugal, 2006, p.9);
- **Viagens de aprofundamento** consistem em visitas temáticas visando aprofundar o conhecimento sobre produtos específicos, representando 5% do mercado de G&V (Turismo de Portugal, 2006, p.9);
- **Viagens de aprendizagem** são viagens que consistem na realização de cursos de degustação e/ou processos de preparação dos produtos típicos de determinada região e representa cerca de 15% do mercado de G&V (Turismo de Portugal, 2006, p.9).

A nível do turismo G&V nacional foram programadas viagens para Entre-os-Rios e os participantes ficaram alojados na UH da INATEL dessa região para o campeonato gastronómico, bem como para Alentejo Lisboa, Foz do Arelho, Bombarral, Termas de São Pedro do Sul e Luso (Brochura INATEL viagens nacionais - coleção primavera-verão, 2018, p.15-17).

3.4.7 Turismo de Sol e Mar

O Turismo de Sol e Mar consiste em destinos turísticos que permitem aos turistas realizar atividades balneares em praias atrativas enquadradas num ambiente natural. Este tipo de turismo aposta em três segmentos de mercado:

- **Sol e Mar *Upscale Exotic***: esta vertente do Sol e Mar consiste na procura de praias e alojamentos de elevada qualidade e atividades relacionadas com a cultura local (Turismo de Portugal, 2011, p.1);
- **Sol e Mar *Upscale Sports***: esta segunda vertente compõe-se pelo usufruto de experiências e práticas relacionadas com atividades desportivas (Turismo de Portugal, 2011, p.1);
- **Sol e Mar *Upscale Health and Wellness***: atividades relacionadas em conjunto com o Turismo de Saúde (Turismo de Portugal, 2011, pp.1).

Neste contexto, a nível internacional os clientes tiveram a possibilidade de se deslocar até Benidorm durante 7 dias, com saídas semanais, desde maio até setembro (Programa autocarro Benidorm, 2018, pp.1-16). A nível nacional viajaram para Albufeira, Porto Santo na Madeira e Foz do Arelho também durante 7 dias (Brochura INATEL Viagens nacionais - coleção primavera-verão, 2018, p.18-19). Todas essas deslocações foram realizadas de autocarro.

3.4.8 À descoberta de Portugal

O programa “À descoberta de Portugal”, estreado em 2018 pela primeira vez, consiste numa forma de turismo que capacita pessoas com problemas de mobilidade, visão, audição ou dimensões cognitivas de acesso a viajarem com equidade e dignidade através destes programas. O benefício destes programas é evidente, uma vez que afeta toda a gente ao longo da sua vida, nomeadamente pessoas com deficiências permanentes/temporárias e com condições médicas específicas como é o caso dos idosos e famílias com crianças pequenas (UNWTO, 2016, p.18-19).

Com base no conceito fornecido pela Organização Mundial de Turismo, este tipo de programa é ligeiramente mais barato do que os programas normais (normalmente cerca de 350€ por pessoa), para que as pessoas com algumas dificuldades físicas as possam usufruir.

Para que estas viagens se realizem, é sempre necessário um grupo entre os 25 e os 35 participantes inscritos, e caso essa situação não se verifique a viagem fica sem efeito. Estes programas têm a duração de 6 dias e 5 noites e incluem um circuito em autocarro, em regime TI, passeios e ingressos, assistente acompanhante e seguro de viagem. Neste âmbito, surgiram vários programas, entre os quais a viagem para Albufeira, Vila Ruiva, Oeiras, Santa Maria da Feira, Piódão, Vila Nova de Cerveira e Foz do Arelho.

3.4.9 Cruzeiros

Normalmente, as viagens de cruzeiro a nível internacional têm partida de Lisboa, Faro ou Porto (sendo total responsabilidade do cliente o transporte até esses locais), no entanto poderá, pontualmente, existir a possibilidade de partir um autocarro (da responsabilidade da INATEL) das cidades onde as agências de viagens INATEL estão presentes. Desde o início de 2018 já se programaram vários cruzeiros, entre os quais o cruzeiro no Mediterrâneo, cruzeiro transatlântico, cruzeiro pelas ilhas gregas (Brochura INATEL Viagens Internacionais - coleção primavera-verão, 2018, pp.20-28), cruzeiro ao Dubai e Estados Emirados Árabes e o cruzeiro transatlântico do Brasil a Portugal (Brochura INATEL viagens internacionais – coleção outono-inverno, 2017/18, p.38-39). Normalmente, estes cruzeiros têm uma duração mais prolongada do que as restantes viagens, com a duração entre os 10 e 17 dias.

A nível nacional, os cruzeiros já incluem no preço total a mobilidade até ao local onde o cruzeiro se vai realizar e tem, normalmente, a duração de entre 2 a 4 dias, nomeadamente o cruzeiro no Tejo, cruzeiro no Alqueva, cruzeiro no Douro, cruzeiro no Sado, cruzeiro no Zêzere, cruzeiro no Douro e Lamego, e cruzeiro no Alqueva (Brochura INATEL viagens nacionais - coleção primavera-verão, 2018, p.21-27).

3.4.10 Turismo de natureza

O Turismo de Natureza consiste na procura de áreas classificadas com valor natural, paisagístico e cultural aliada à procura destes mesmos locais para a realização de atividades de recreio e lazer com um contacto direto com a natureza e com a cultura local (Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, 2018, s.p.). Dessa forma, Portugal é um destino turístico propenso à prática de Turismo de Natureza visto que 21% do território português é constituído por Áreas Classificadas com grande valor natural e biodiversidade e também devido ao património natural existente no território nacional: paisagens, diversidade de habitats naturais (que permitem a realização de atividades como a de observação de aves e de uma grande variedade de espécies) em montanhas, estuários, escarpas, lagoas e planícies cerealíferas⁶ (Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas, 2018, s.p.).

⁶ Planícies de produção de cereais. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/cereal%C3%ADferas>

Os programas da INATEL realizados neste âmbito têm o objetivo de dar a conhecer locais com valor biológico de reservas naturais (o caso do programa do Algarve), parques ecológicos, paisagens protegidas (o caso do programa às Berlengas) e centros de interpretação relacionados com geologia, nomeadamente o programa dos Passadiços do Paiva, em Arouca (Brochura INATEL viagens nacionais - coleção primavera-verão, 2018, p.30).

3.4.11 City Breaks

As viagens inseridas em *City Breaks* têm o objetivo de conhecer uma cidade bem como as suas atrações turísticas numa estadia de curta duração, normalmente com a duração não muito mais longa do que um fim-de-semana. Este tipo de turismo insere-se em 3 segmentos de mercado:

- **City break standard:** viagem com o objetivo de visitar atrações de uma cidade relacionadas com temas diversos (histórico, cultural, social, monumental, etc.). Estes viajantes procuram produtos e serviços a preços acessíveis: normalmente procuram hotéis de 3 ou 4 estrelas (Turismo de Portugal, 2006, p.9);
- **City break upscale:** Este tipo de turismo é similar ao anterior com a diferença que o viajante procura adquirir produtos e serviços mais personalizados e de qualidade superior: normalmente este tipo de viajante procura hotéis *boutique* 4 ou 5 estrelas com menus de degustação e de provas, por exemplo (Turismo de Portugal, 2006, p.9);
- **City break temático:** viagem com o objetivo de visitar atrações e vivenciar experiências específicas como assistir a um evento desportivo, por exemplo (Turismo de Portugal, 2006, p.9).

Neste sentido, a INATEL programou a Escapadinha a Roma com o objetivo de visitar as atrações diversas da cidade num curto período (Brochura INATEL viagens internacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.21).

3.4.12 Rotas e circuitos

Uma rota turística consiste numa viagem com visita a vários locais de interesse para o turista em diversos contextos: natural, religioso, cultural, gastronómico, entre outros. Neste âmbito, foram programadas viagens para as zonas de Vila Nova de Cerveira, Vila Real (Brochura INATEL viagens – coleção outono-inverno, 2017/18, p.20), Fundão, Piódão, São

Pedro do Sul, Luso e uma rota às estações de comboio Santa Apolónia e São Bento (Brochura INATEL viagens nacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.7-17).

Na INATEL, os programas realizados em circuito são o tipo de viagem mais comum, tanto os circuitos nacionais como os circuitos internacionais. Estes possuem características específicas, uma vez que este tipo de viagem possui

«Horários, preços, frequências e percursos pré-fixados, e autorizados oficialmente. Estes são normalmente organizados com meios de transporte e visitas culturais incluídas com o respetivo guia acompanhante.» (Domingues, 1997, p.88)

Desde janeiro de 2018, o departamento de programação da Fundação INATEL programou diversos circuitos nomeadamente a São Miguel, à ilha da Madeira, ao Alto Minho, às Flores, a Montalegre, ao Luso e São Pedro do Sul, Vila Real, Manteigas, Piódão, Alentejo, Vila Ruiva e ao Porto (Brochura INATEL viagens nacionais - coleção primavera-verão, 2018, p.3-20) e a Santa Maria da Feira (Brochura INATEL viagens – coleção outono-inverno, 2017/2018, p.19).

A nível internacional, foram realizados os seguintes circuitos que, embora seja internacionais, seguem as mesmas características dos circuitos nacionais nomeadamente ao norte de Espanha, à Ciudad Real e Toledo; Málaga, Fuengirola e Marbella; León, Zamora, Salamanca e Arribas do Douro; Andaluzia; Castilla e León; Isla Canela; Sevilha e Córdoba; Toledo e Cuenca; Benidorm; Países Bascos; Cartagena; Alemanha; Noruega; Suíça, Alemanha, França e Áustria (Brochura INATEL viagens internacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.3-19); Bélgica e Holanda; Côte D’Azur; Praga, Bratislava, Budapeste e Viena; Veneza e Zagreb (Brochura INATEL viagens – coleção outono-inverno, 2017/18, p.30-34).

3.4.13 Festas e romarias

Com este tipo de programa pretende-se que os clientes usufruam desta época festiva bem como das respetivas atividades culturais e típicas num local fora da sua residência e, simultaneamente, que conheçam as redondezas desse local através de um circuito orientado por um guia turístico.

Desde o início de 2018, foram organizados programas para Barcelos, Santa Maria da Feira, Serra da Estrela, Arcos de Valdevez, Lamego, Viana do Castelo, Madeira e Alto Minho (Brochura INATEL viagens nacionais – coleção primavera-verão, 2018, p.10-15). A

nível internacional foi possível a todos os participantes viajar para a região de Espanha num contexto de Festa e Romaria, nomeadamente para Valência (Brochura INATEL viagens – coleção outono-inverno, 2018, p.12), Alicante e Galiza (Brochura INATEL viagens internacionais – coleção primavera-verão, 2017/18, p.12-13).

3.4.14 Grandes viagens

Este tipo de programa consiste em viagens para fora do continente europeu, nomeadamente para a Índia, Hong Kong, Macau, Japão (Brochura INATEL viagens internacionais - coleção primavera-verão, 2018, p.21-25) e Myanmar (Brochura INATEL viagens – coleção outono-inverno, 2017/2018, p.36), locais estes que se localizam no continente asiático. Estas viagens têm, normalmente, uma duração mais prolongada do que as viagens em contexto europeu (entre 10 a 14 dias) e têm o objetivo de levar os participantes a contextos totalmente diferentes do seu. Neste contexto, são essenciais conhecimentos interculturais, para consciencializar o cliente das possíveis diferenças culturais que possa sentir. Este tema irá ser abordado na componente de investigação do presente relatório, no ponto 4.

3.5 Eventos

3.5.1 BTL - Bolsa de turismo de Lisboa

É na Feira Internacional de Lisboa (FIL), localizada no Parque das Nações em Lisboa, que se realizam alguns dos maiores eventos temáticos do país, nomeadamente a BTL - Bolsa de Turismo de Lisboa (que este ano decorreu entre os dias 28 de fevereiro até 4 de março). Esta feira é relacionada com o setor turístico e direcionada para profissionais, mas também para o público em geral, onde estes têm a

«Oportunidade de conhecer novos destinos e soluções (...) comparar propostas e preços competitivos.» (BTL, 2018, s.p.)

Dessa forma, e por ser uma feira de encontro onde todos os interessados na área turística se encontram, a Fundação INATEL marca a sua presença todos os anos nesta feira, onde é possível

«Conhecer a concorrência, (...) analisar a tendência dos mercados e posicionar a sua oferta de forma inovadora e competitiva (...) potenciar novos contactos e promover os melhores negócios.» (BTL, 2018, s.p.)

É durante estas datas que se registam as campanhas de descontos especiais – que podem prolongar-se até ao fim do mês de março - devido à ocorrência da BTL (tanto da INATEL Turismo como dos operadores turísticos) cujos descontos abrangem a isenção da taxa de reserva (no valor de 10€) em reservas de viagens incluídas na campanha BTL, descontos de até 10% no 2º passageiro, desconto de até 20% em reservas de viagens dos operadores turísticos como se pode verificar no anexo 5.

3.5.2 Campeonato gastronómico

A partir do mês de janeiro de 2018 a INATEL organizou um Campeonato Gastronómico entre as suas UH com o objetivo de promover as diferentes gastronomias e especialidades culinárias da área envolvente de cada UH, bem como de incentivar a inovação e empreendedorismo local. O campeonato foi organizado em três fases:

- Numa primeira fase foi disputada a nível regional, onde são apurados os dois melhores participantes de cada região;
- Na segunda fase os melhores participantes a nível regional defrontaram-se entre si para decidir os três finalistas a nível nacional;
- Na terceira fase, os três finalistas (UH de Vila Nova de Cerveira, UH de Entre-os-Rios e a UH de Vila Ruiva) encontraram-se no INATEL Foz do Arelho no dia 26 de maio de 2018 para decidir o vencedor, no qual venceu a UH de Vila Nova de Cerveira.

A competição foi realizada durante os fins-de-semana e a avaliação dos pratos apresentados pelos participantes é realizada pelos clientes com base no Regulamento de Avaliação disponibilizados nas UH's.

3.5.3 Apresentação da coleção primavera-verão da brochura INATEL

A apresentação da coleção primavera-verão da brochura INATEL teve lugar do dia 18 de abril (quarta-feira) para que os associados e clientes ficassem a conhecer quais os itinerários programados para o resto do ano e, para isso, foi preparada uma apresentação *powerpoint* para apresentar fotografias, preços, datas de partidas e condições dos destinos. Teve ainda o objetivo de dar a conhecer a Campanha Primavera-Verão dos operadores turísticos aderentes uma vez que, durante o mês de abril, os clientes usufruíram de 15% de

desconto sobre o preço base do 2º passageiro, 5% de desconto em reservas de clientes individuais e isenção da taxa de reserva. Esta campanha teve a duração de cerca de três semanas (de 10 de abril a 30 de abril) e teve como principal objetivo de promover o aumento das vendas por operadores turísticos (BI N°33*13 de abril de 2018 – Campanha da Primavera operadores, 2018, p.1-2).

Esta apresentação teve lugar num dos salões da UOL de Viana do Castelo onde, a partir das 15:30h, foram promovidas as viagens nacionais e internacionais programadas pela Fundação INATEL, seguindo-se de momentos para reservas (para os clientes que assim o desejarem), bem como de um momento de confraternização e um lanche para convívio entre os clientes e as colaboradoras.

3.5.4 POPular INATEL na Rua 2018

Esta mostra cultural teve o objetivo de promover as práticas culturais tradicionais das regiões. No ano passado decorreu em Aveiro, Santarém, Setúbal, Lisboa e Évora durante o mês de julho e este ano decorreu na cidade de Viana do Castelo, Funchal e Viseu em abril, em maio em Leiria, em junho em Bragança e Faro e em julho em Lisboa e Braga. Esta iniciativa pretendeu divulgar e promover as práticas culturais e tradicionais das regiões como forma de salvaguardar o património cultural imaterial português. Incluiu atividades como teatro, dança, atuações musicais, atividades relacionadas com a etnografia e é através dessas atividades que se pretende sensibilizar para uma maior valorização e divulgação da cultura tradicional que nos identifica como povo e nação.

3.6 Experiências INATEL

As experiências da INATEL são pacotes que pretendem privilegiar os seus clientes com o usufruto de várias atividades e serviços, dependendo do pacote em que o cliente esteja interessado. Estas experiências, quando adquiridas pelo cliente, tem a validade de um ano para ser usufruído nas épocas médias ou baixas. Assim, o cliente tem a possibilidade de escolher entre as seguintes opções:

- **Experiência natura:** esta experiência tem duas vertentes: uma onde o cliente usufruirá apenas das atividades nomeadamente o contacto com a natureza através de passeios pedestres, observação de aves, trilhos e BTT, e outra vertente onde o cliente poderá usufruir, além das atividades do pacote anterior, de uma noite para duas pessoas em regime APA (INATEL, 2018, s.p.);

- **Experiência verde:** esta experiência possui também duas vertentes: a Sabores do Vinho Verde e o Passeio à Ria Formosa. A primeira vertente consiste num pacote onde o cliente adquirirá uma noite para duas pessoas em regime MP na UH do INATEL em Vila Nova de Cerveira com visita e degustação de vinhos no Palácio da Brejoeira em Monção. A segunda vertente, o pacote Passeio à Ria Formosa, consiste em alojamento de uma noite para duas pessoas em regime de MP no INATEL Albufeira e inclui uma viagem interpretativa de barco pela Ria Formosa (INATEL, 2018, s.p.);
- **Escapada azul:** este tipo de experiência está disponível em duas vertentes: a Rota dos Golfinhos e o Passeio às Berlengas. A Rota dos Golfinhos inclui duas noites para duas pessoas em regime de MP no INATEL Caparica e inclui um cruzeiro para a observação de golfinhos, uma visita e degustação de vinhos nas Caves José Maria da Fonseca (Azeitão, Setúbal). O Passeio às Berlengas inclui alojamento de uma noite para duas pessoas em regime de MP no INATEL Foz do Arelho e inclui uma viagem de barco entre Peniche e a Ilha da Berlenga com um almoço típico em restaurante local (com bebidas incluídas) na mesma (INATEL, 2018, s.p.);
- **Hotel:** com este tipo de experiência, o cliente pode conhecer qualquer uma das dezassete UH da INATEL, tanto em Portugal continental como nas ilhas. Este pacote dispõe ainda de várias vertentes, dependendo do objetivo do cliente (uma noite para duas pessoas em regime SA; uma noite para duas pessoas em regime APA incluído; uma noite para duas pessoas em regime MP (sem bebidas incluídas); duas noites para duas pessoas em regime SA; duas noites para duas pessoas em regime APA (INATEL, 2018, s.p.);
- **Degustação:** este pacote permite ao cliente usufruir de novidades gastronómicas das UH da INATEL, incluindo uma noite para duas pessoas em regime APA e um jantar regional para duas pessoas (INATEL, 2018, s.p.);
- **Família:** este pacote é destinado a famílias proporcionando-lhes um desconto de 10% (2 adultos e 2 crianças até 12 anos no mesmo quarto) incluindo 4 noites em regime APA (INATEL, 2018, s.p.);
- **Associado:** esta experiência inclui o pagamento da primeira quota anual de associado (com validade de um ano), oferta da taxa de inscrição (que seriam 20€) e um *voucher*

de uma noite para duas pessoas em regime APA em qualquer UH da INATEL (INATEL, 2018, s.p.);

- **Euro 25 e Euro 50:** estas experiências permitem o pagamento de viagens ou estadias (25€ ou 50€) em UH da INATEL para o próprio ou para oferecer a terceiros (INATEL, 2018, s.p.).

3.7 Fidelização dos clientes

Esta é uma estratégia extremamente importante numa empresa, uma vez que, incentiva e estimula compras mais regulares e contínuas por parte dos clientes seguindo o princípio de “quanto mais gastar, mais vou ganhar”. Este processo de fidelização de clientes está muito dependente da responsabilidade social da empresa e do nível de qualidade de serviços que são prestados pela mesma, o que irá estimular fortemente uma reserva posterior (Chang, 2017, p.39).

3.7.1 Associados individuais

Atualmente, a Fundação conta com cerca de 188 mil associados individuais. Sendo associado e, mostrando o seu cartão de associado, o cliente possui as seguintes regalias: preços mais vantajosos nas UH's pertencentes à INATEL; um desconto de 3% sob o preço base de qualquer viagem através de operadores parceiros; descontos na entrada no Teatro da Trindade (Lisboa), nos parques de jogos e nos seus respetivos ginásios e piscinas; receção mensal gratuita do jornal Tempo Livre; descontos em cursos fornecidos pela INATEL; descontos em múltiplos serviços por todo o país (nomeadamente no ramo da saúde, do bem-estar, da educação e formação, do lazer, farmácias, do setor automóvel, e serviços de casa e lavandaria), descontos na compra de livros, canecas ou medalhas comemorativas disponibilizadas nas Agências Turismo INATEL; descontos diretos no abastecimento em postos GALP (Vantagens INATEL, 2011, p.3-24).

Os familiares diretos do associado inscrito podem usufruir dos benefícios de associado, mesmo que o titular do cartão de associado não esteja presente, ou seja, cônjuge ou filhos menores de idade. Sempre que o cliente quiser usufruir destes benefícios é necessário apresentar o seu cartão de associado:



Figura 7 – Cartão de associado

A inscrição de associados individuais foi uma tarefa realizada com bastante frequência durante o estágio curricular e, dessa forma, esse processo será descrito mais detalhadamente na Parte III deste relatório, no ponto 3.3.2.

3.7.2 Associados coletivos (CCD's)

Esta qualidade de associado designa-se de Centros de Cultura e Desporto - CCD's – fazendo parte as organizações associativas que constituam

«uma das formas primordiais de coesão social e de expressão da sociedade civil que, nas suas diversas vertentes de atuação, desempenha um papel fundamental como veículo de transmissão e de afirmação dos valores de cidadania e de participação.»
(INATEL, 2018, s.p.)

Desta forma, podem tornar-se associados coletivos os sindicatos e federações, associações de trabalhadores, casas do povo, associações humanitárias, grupos folclóricos, clubes desportivos, entre outros idênticos. Atualmente a fundação conta com cerca de 2700 associados coletivos a nível nacional (INATEL, 2018, s.p.). A Fundação INATEL comparticipa atividades, projetos e eventos organizados e promovidos por essas instituições associadas à INATEL, que consistem em dois ramos:

- **Cultura:** é no âmbito da área cultural que se realizam atividades relacionadas com a cultura entre as quais exposições, oficinas e cursos das mais variadas áreas (artes decorativas, pintura, teatro, informática, música, fotografia, línguas estrangeiras, construção de cabeçudos, desafios, entre outros);
- **Desporto:** no âmbito do desporto existem duas modalidades: a modalidade individual e a modalidade coletiva. Na modalidade individual insere-se o atletismo,

a natação, pesca desportiva, tiro e ténis de mesa. Relativamente à modalidade coletiva inserem-se o andebol, o basquetebol, o futebol, o futsal e o voleibol.

3.8 Passaporte de turismo INATEL

Este documento garante ao cliente acumular um ponto por cada 50€ gastos em qualquer equipamento da INATEL, ou seja, a contabilização de pontos é apenas considerada em despesas efetuadas no âmbito da INATEL Turismo: viagens e/ou hotelaria (Passaporte de Turismo, 2018, p.1). Este documento é individual e intransmissível, tendo a validade de 12 meses desde a data de emissão do mesmo (consultar anexo 6). A cada 20 pontos acumulados no passaporte, o cliente tem direito a um *voucher* com uma noite gratuita numa UH da INATEL à escolha (apenas em época baixa ou média) e em regime APA, contudo o número máximo de noites consecutivas é de três. No entanto, os pontos acumulados só podem ser rebatidos aquando a entrega do passaporte após um ano da sua emissão ou após o preenchimento total do mesmo (Passaporte de Turismo, 2016, BI nº104).

O *voucher* tem a validade de um ano, por isso, o cliente tem até ao ano seguinte após o recebimento do mesmo para usufruir em qualquer UH pertencente à INATEL, sempre sujeito a disponibilidade e marcação.

Após uma investigação sobre a dinâmica e funcionamento da Fundação INATEL e da entidade de acolhimento, passamos a relatar o estágio curricular realizado, nomeadamente as atividades realizadas, as plataformas tecnológicas utilizadas, as dificuldades enfrentadas e competências adquiridas durante o mesmo.

4. Parte III - O estágio curricular

O estágio curricular deu início no dia 4 de janeiro de 2018 e nesse mesmo dia foram apresentados os colaboradores à estagiária, bem como o edifício no qual a agência está integrada. O plano de estágio pode ser consultado no anexo 1.

Durante os 5 meses de estágio, o horário foi fixo das 9h até às 18h com 1h de pausa para almoço (das 12:30h às 13:30h) de segunda-feira a sexta-feira, excetuando feriados. Em alguns momentos pontuais, como foi o caso da realização de uma mostra cultural – POPular INATEL na rua 2018 -, que foi necessário estar presente nesses dias até mais tarde (incluindo o sábado) para colaborar na organização no decorrer do evento, bem como no seu fecho.

O objetivo principal da realização deste estágio foi vivenciar experiências desafiadoras e também a aquisição de conhecimentos relativamente à consciência ao mundo do trabalho na realidade.

4.1 Fase de adaptação na entidade de acolhimento

Desde o primeiro dia, todos os colegas da UOL estabeleceram um ambiente muito amigável e profissional, o que permitiu que me se sentisse bem-vinda. Consequentemente, integrei-me bastante bem na UOL e, através da interação com os restantes profissionais da entidade de acolhimento, consegui adquirir muitos conhecimentos, uma vez que estavam todos sempre disponíveis a ajudar-me e a esclarecer-me qualquer dúvida que surgisse.

No primeiro dia foram-me atribuídos um computador e uma secretária onde desempenhei todas as minhas funções durante o estágio curricular. No segundo dia do estágio foi-me fornecido um *email* institucional pessoal e um *email* institucional da Fundação INATEL de Viana do Castelo, para que me fosse possível enviar *emails* organizacionais, bem como ter acesso a *emails* trocados entre as colaboradoras da UOL e as demais entidades pertinentes para a reserva de viagens e estadias: sede, colegas das UH, operadores turísticos, entre outras situações. Além desse acesso, foi facultado um utilizador e uma palavra-passe para aceder ao sistema de reservas – o Optitravel –, sistema este que utilizei todos os dias até ao final do estágio, bem como todos os utilizadores e palavras-passe para me ser permitida a efetuação de reservas através de operadores turísticos.

4.2 Ferramentas informáticas utilizadas

«A internet transformou a forma como vivemos a nossa rotina diária (...) e as companhias da indústria turística começaram a utilizar aplicações informáticas para acompanhar as inovações e obter vantagem competitiva.» (Ayazlar, 2014, p.326)

Dada a importância das novas tecnologias, bem como das aplicações informáticas em qualquer negócio, a utilização das mesmas durante o estágio curricular não fugiu a regra. Dessa forma, as plataformas utilizadas foram, efetivamente, fundamentais para o decorrer das atividades na UOL, nomeadamente a utilização do Optitravel, do SAP, do Amadeus *e-power* e da plataforma B2B, o que encorajou a um intenso desenvolvimento de diversas competências no âmbito informático. Além dos sistemas de gestão e reserva referidos, consolidaram-se competências na ótica do utilizador, nomeadamente no *Microsoft Word*, *Microsoft Powerpoint*, *Microsoft Excel* e o *Outlook*.

Todas as atividades desenvolvidas no âmbito das ferramentas informáticas possibilitaram a consolidação e desenvolvimento de competências relacionadas com a informática, bem como a aquisição de novos conhecimentos em programas informáticos inicialmente desconhecidas por completo, nomeadamente o Optitravel, SAP e a plataforma B2B, plataformas estas que passamos a definir e explicar nos seguintes pontos.

4.2.1 Sistema de gestão de reservas: Optitravel

A Optigest é uma empresa sediada na cidade do Porto, que pretende colaborar com os profissionais da atividade turística, otimizando e melhorando os seus negócios através da tecnologia da informação. E é nesse sentido que aposta na eficiência de soluções, simplicidade das metodologias, rigor na execução e excelência no pós-venda. A Optigest criou determinados produtos para responder a necessidades registadas pelas empresas relacionadas com o turismo, e um desses produtos é sistema Optitravel, um sistema 100% web que

«Permite (...) gerir de forma integrada todos os processos da agência, desde a gestão de clientes à integração com a contabilidade.» (Optigest, 2017, s.p.)

Desta forma, são garantidos o aproveitamento de recursos e a integração de reservas de operadores turísticos. A visão geral do sistema de gestão pode ser consultada no anexo nº8.

Esta foi a ferramenta informática que a estagiária utilizou diariamente no decorrer do estágio e, embora seja uma ferramenta complexa inicialmente, tornou-se bastante intuitiva de utilizar após a fase de adaptação e familiarização.

4.2.2 Plataforma B2B para programa governamental

O conceito de *Business-to-Business* (B2B) consiste numa plataforma de comércio eletrónico – o, também popular, *e-commerce*. É nesta plataforma eletrónica onde as empresas comercializam e revendem os seus produtos. Ou seja, na plataforma B2B utilizada no âmbito do programa governamental do turismo sénior – o programa INATEL 55+.PT - onde os produtos foram inseridos na plataforma *e-commerce* pela sede em Lisboa e, posteriormente (nas datas definidas para as inscrições neste programa) na UOL de Viana do Castelo tal como em todas as outras UOL's da INATEL, os produtos existentes foram revendidos diretamente ao cliente.

O regulamento do programa INATEL 55+.PT foi-nos divulgado apenas um dia antes de iniciarem as inscrições, o que foi algo desgastante uma vez que a estagiária não tinha experiência neste tipo de regulamento muito burocrático e tarefa muito minuciosa. As inseguranças e algum nervosismo surgiram devido à inexperiência, no entanto foi possível consolidar fortemente competências comportamentais, de trabalho em equipa, de resiliência e adaptação, uma vez que grande parte dessas inseguranças e inexperiência foram rapidamente ultrapassadas. Eu apenas tive acesso a esta ferramenta no próprio dia das inscrições (uma vez que a plataforma estava bloqueada para que as inscrições iniciassem impreterivelmente para todas as UOL's às 9h da manhã). Tive contacto, pela primeira vez, com a plataforma no próprio dia em que a iria utilizar e, embora fosse uma situação sujeita a alguma pressão, consegui lidar com isso e consegui utilizar a plataforma de forma autónoma e independente, após acompanhar as colegas em algumas reservas.

4.2.3 Software de gestão: SAP

O SAP que, traduzido do alemão, significa Sistemas, Aplicativos e Produtos para processamento de Dados, é um produto de uma empresa sediada na Alemanha e representa um *software* de Gestão Empresarial. Este *software* é líder a nível da integração entre todos os departamentos da empresa e fornece soluções customizadas para diferentes tipos de indústria (Software de Gestão – SAP, 2018, s.p.).

Esta ferramenta foi utilizada muito esporadicamente, uma vez que só era utilizada aquando a venda de produtos expostos (nomeadamente livros, canecas e experiências INATEL), o que raramente aconteceu. Para me familiarizar com este aplicativo, acompanhei as colaboradoras quando estas a utilizavam, mas nunca a utilizei de forma independente por falta de frequência de vendas, o que não me permitiu praticar e melhorar aptidões relacionadas com a mesma. Houve ainda outro entrave relativamente à familiarização com a ferramenta: o aluguer da mesma era pago anualmente pela Fundação INATEL, pelo qual não valeria a pena pagar mais uma anuidade quando era tão escassa a sua utilização e sendo que o estágio terminaria em 5 meses, o que não permitiria o usufruto na sua totalidade. Dessa forma, não foi possível investigá-la sem compromissos no próprio computador, uma vez que apenas existia no computador das colaboradoras efetivas. Contudo, sempre que havia oportunidade de se utilizar esta ferramenta, acompanhei todos os passos das colegas.

4.2.4 Ferramenta de reservas de voos: Amadeus *e-power*

A tecnologia consegue ser um grande aliado do setor do turismo, potenciando o seu crescimento, através de soluções inovadoras para que a experiência do viajante seja a melhor possível. E, nesse sentido, o Amadeus *e-power* é uma ferramenta de tecnologia avançada *online* para agências de viagens essencial no comércio eletrónico que pretende alcançar e captar mais viajantes no negócio das viagens *online* (Amadeus, 2017, s.p.). Esta ferramenta oferece conteúdos e personalização adequados para expandir o mercado *online* e, por sua vez, atrair mais clientes, uma vez que o Amadeus *e-Power* é

«uma das melhores tecnologias no negócio de viagens online. Um mecanismo fácil e criativo (...) é essencial para todos os tipos de agências de viagens, ajudando-os a alcançar os seus objetivos de crescimento e produtividade» (Amadeus, 2017, s.p.)

Esta ferramenta foi utilizada para pesquisar preços de voos de avião, realizar orçamentos e simulações a pedido dos clientes bem como proceder a reservas. A visão geral desta plataforma pode ser consultada no anexo 7. Esta tarefa foi realizada com muita pouca frequência, uma vez que raramente eram recebidos clientes que desejassem apenas o voo e, sempre que reservávamos um pacote que requeresse deslocação aérea, o voo já estava incluído e não era a UOL que efetuava essa reserva. Nunca tive a oportunidade de efetuar uma reserva nesta ferramenta por falta de afluência de clientes, mas foi possível investigar por curiosidade, pesquisar voos nas mais variadas datas e duração e orçamentar.

4.3 Tarefas administrativas

4.3.1 Pagamento de quota anual pelos associados

Anualmente todos os associados são notificados da necessidade de liquidar a quota anual por carta, por mensagem de telemóvel e por *email*. Dessa forma, o cliente pode optar por pagar pessoalmente na agência (em qualquer unidade pertencente à Fundação), ou por débito direto. Sempre que o cliente paga a anuidade pessoalmente, é-lhe pedido o cartão de associado para termos acesso ao seu número de associado e introduzir no sistema (consultar anexo nº13). Caso o cliente não possua consigo o cartão de associado por qualquer razão, pode pesquisar-se também pelo Número de Identificação Fiscal (NIF) ou até pelo nome do cliente (embora seja ligeiramente mais demorado, uma vez que nos aparecem os resultados a nível nacional). Após esse passo, temos acesso à ficha do cliente, onde no topo da sua ficha surge a opção «conta corrente» (consultar anexo nº14), na qual iremos clicar para emitir os documentos que comprovam o pagamento (a fatura e o recibo).

Após a emissão dos documentos, eu não podia guardar dinheiro comigo por isso, sempre que me faziam um pagamento, tinha de o entregar diretamente a uma colega para que ela o guardasse. O mesmo se passava se eu precisasse de fazer algum troco.

Há ainda a possibilidade de efetuar o pagamento por débito direto, no entanto, para esse efeito, é necessário que o cliente traga o seu IBAN⁷ para que seja preenchido um documento em papel, onde é mencionado os dados do associado bem como o IBAN para que o pedido seja submetido à sede e assim, proceder à sua oficialização. A partir do momento que o IBAN é registado no sistema da Fundação INATEL, o cliente receberá, todos os anos, um aviso de quando será efetuado o pagamento da quota por débito direto para que este esteja informado de que o dinheiro irá ser debitado.

No início do ano é quando a maioria dos clientes se deslocava à UOL para o pagamento da sua anuidade e, por ser uma atividade tão regular, foi a primeira a ser desempenhada de forma independente, uma vez que podia desempenhá-la frequentemente e, dessa forma, praticá-la. Embora fosse uma tarefa complexa inicialmente devido aos documentos contabilísticos que era preciso ter em atenção, mas, após alguma prática, foi possível realizá-la de forma rápida, eficaz e totalmente autónoma.

⁷ Código internacional de identificação de conta bancária

4.3.2 Inscrição de novos associados

Como já foi mencionado anteriormente neste relatório, no ponto 2.7.1. e 2.7.2., a inscrição de novos associados foi uma tarefa realizada com bastante regularidade.

Em primeiro lugar é obrigatório eleger a qualidade do associado: individual ou coletivo. Após essa diferenciação, é necessário que os dados do cliente (consultar anexo nº12) sejam corretamente preenchidos e, após a impressão do documento, é necessário que o cliente a assine. O preenchimento deste documento é obrigatório para se solicitar formalmente o pedido de cartão à sede de Lisboa.

Aquando esta inscrição, o cliente deve pagar 20€ de anuidade e 20€ de inscrição (quando não há isenção da joia de inscrição, algo que acontece várias vezes). Nesse seguimento, é-lhe entregue sempre duas faturas e dois recibos (originais) relativos à inscrição e ao pagamento da anuidade da quota.

Por fim, o cliente receberá o seu cartão de associado pelo correio cerca de um mês após a inscrição – juntamente com uma carta, onde estarão mencionadas as respetivas vantagens. Não obstante, no momento da inscrição damos todas as informações necessárias acerca das vantagens do cartão, bem como a oferta de brindes para novos associados. As ofertas dadas são um guarda-chuva, uma pasta porta-documentos e brochuras da INATEL, bem como de operadores turísticos, para que os clientes vejam que tipo de viagens lhes é possível adquirir).

A tarefa de inscrever novos associados foi realizada de forma independente, uma vez que o próprio sistema era bastante intuitivo, questionando o que era necessário para o preenchimento da ficha de inscrição e, nesse sentido, não permitia seguir com a inscrição caso faltasse *items* importantes por preencher. Foram desenvolvidas competências comunicacionais e discursivas por ser necessário manter uma conversa clara com o cliente e ouvi-lo atentamente sobre os dados necessários a inserir na plataforma para proceder à sua inscrição.

4.3.3 Desistências de associados

Sempre que um associado quisesse desistir dessa qualidade, o processo era o mesmo: pedir o cartão de associado ao cliente e registar no sistema para que me fosse possível aceder à sua ficha de cliente e, dessa forma, proceder à desistência. Ao aceder à sua ficha, no seu

topo surge novamente as seguintes opções, e eu teria de optar por «operações» (consultar anexo nº15).

Depois de optar por «operações» é necessário explicar a razão pela qual o associado quer desistir (consultar anexo nº16). Após este procedimento, o cliente precisa de assinar um documento no qual afirma que optou por desistir e de entregar o seu cartão de sócio. O documento assinado pelo cliente, bem como o seu cartão de associado, é enviado para a sede em Lisboa para que aí oficializem a desistência do cliente.

Após uma exemplificação por parte das colegas e familiarização com o processo a desenvolver perante a situação de desistência de um associado, a tarefa foi sempre realizada com autonomia e profissionalismo.

4.3.4 Efetuação de reservas em viagens da INATEL

As reservas em programas efetuados pela INATEL são feitas no sistema Optitravel. Para iniciar uma reserva, antes de mais temos de perguntar ao cliente (quer este seja associado ou não-associado) qual é a viagem que deseja e, depois dessa informação, procedemos à sua procura com a seguinte ordem: reservas> pacotes> registar nome da viagem> clicar no nome da viagem (consultar anexo nº17), neste caso, na viagem que tem partida de Viana do Castelo. Nesse seguimento, preenchemos os dados necessários para proceder à reserva da viagem (consultar anexo nº18). No ato da reserva o cliente deve, sempre que possível, sinalizar a reserva com 20% do preço total, adicionando também os 10€ de taxa de reserva.

Além da reserva no sistema, é necessário ainda proceder a uma reserva em papel físico, que o cliente terá de assinar. No final, será entregue ao cliente a fatura de adiantamento e o recibo para comprovar o pagamento, uma consulta da reserva (o resumo do produto que o cliente pagou onde poderá visualizar toda a informação, bem como a data limite para liquidar a viagem – sempre um mês antes da viagem se realizar) e um itinerário da viagem.

Quando a viagem é liquidada, é entregue ao cliente uma fatura e recibo do segundo pagamento, o número de telefone de urgência da INATEL (para algum imprevisto no dia da partida ou durante a viagem) e uma confirmação da reserva (documento a levar no dia da viagem) dentro de uma capinha verde da INATEL.

Nesta fase é provável que ainda não se tenha acesso ao horário de partida, caso saibamos o horário informamos imediatamente o cliente da hora e local de partida (e sublinhamos na confirmação da reserva que é entregue ao cliente). Quando ainda não temos essa informação, contactamos os clientes posteriormente para informar (normalmente uma semana antes a viagem se realizar). Além dos procedimentos já mencionados, é necessário tomar em atenção se o cliente é associado ou não, uma vez que se não é associado (nem se quer tornar depois de uma breve explicação dos respetivos benefícios) tem de se acrescentar ao valor total a taxa de não sócio (20€ por pessoa). Para acrescentar a taxa de não-sócio à reserva é obrigatório enviar um *email* para o departamento de operações e reservas, para que procedam a esse acréscimo (consultar anexo 19).

Este tipo de tarefa apenas começou a ser realizada de forma autónoma e independente, após várias situações em que acompanhei as colegas no decorrer deste processo para que me familiarizasse tanto com o sistema informático como com o procedimento habitual de execução. Inicialmente, precisei de algumas orientações e ajuda de alguma colega, mas rapidamente consegui realizar esta tarefa eficazmente, bem como transmitir aos clientes todas as informações necessárias e inerentes à mesma.

Com a realização desta tarefa consolidei competências relacionadas com a gestão de tempo (visto que teria que realizar a tarefa enquanto comunicava com o cliente, o que teria que realizar a tarefa de forma correta e profissional mas relativamente rápido), a nível comunicacional (uma vez que teria que comunicar com o cliente e ter as informações básicas para a realização da reserva, bem como fornecer-lhe as informações fundamentais que lhe seriam necessárias como o hora e local de embarque) e competências a nível linguístico no que respeita tanto à escuta como à adaptação da linguagem ao cliente e à situação (ser capaz de ouvir o cliente e empatizar com ele e ser eficaz e clara nas informações prestadas).

Para a realização desta tarefa estiveram muito presentes conhecimentos teóricos que adquiri durante todo o mestrado, essencialmente conhecimentos adquiridos na unidade curricular de Desenvolvimento de Novos Produtos, uma vez que a Professora Doutora Vera Carlos ressaltava a importância do consumidor na prestação do serviço, bem como nos desafios associados ao contato com o cliente, visto que a prestação de serviços está sujeita a variações e dependente de diversas perceções por parte do consumidor.

4.3.5 Efetuação de reservas para as UH da INATEL

Foi solicitado algumas vezes a reserva de quartos diretamente para as UH da INATEL e, para esse efeito, era necessário telefonar diretamente para a unidade, em última instância (caso a UH não atendesse a chamada telefônica) redigia-se um *email* e enviava-se a solicitar a reserva (consultar anexo 20). Antes de realizar a chamada, era importante já ter as informações relativamente à data (de entrada e de saída) que o cliente desejava realizar a sua reserva, bem como o número de pessoas que o ia acompanhar e respetivas idades (em caso de crianças/adolescentes/seniores devido à possibilidade de descontos) e o regime alimentar. Muito importante saber o nome do colega da UH que nos efetuou a reserva, bem como o número da mesma. Após a reserva estar efetuada, é necessário registar essa reserva num documento *excel*, que todas as colaboradoras tinham acesso, onde mencionamos o nome do colega da UH que nos confirmou a reserva e o respetivo número da reserva, as datas de entrada e de saída, o nome dos clientes (e do número de associado, quando o são) e o nome da UH para a qual efetuámos a reserva.

Este tipo de reserva era bastante claro e intuitivo e realizar, uma vez que, normalmente, o cliente já sabia em que UH queria efetuar a reserva, tal como as respetivas datas de entrada e saída e, por isso, só teríamos que telefonar para a UH para nos informar se havia disponibilidade e o preço total da reserva (que seria paga na própria UH). A realização regular desta função consolidou competências ao nível da gestão de tempo e das competências comunicacionais.

4.3.6 Pagamento de reservas

Sempre que é feita uma reserva, o cliente deve de efetuar uma sinalização de 20% do preço total da viagem e liquidar a mesma até um mês antes da respetiva viagem se realizar. No entanto, o cliente pode efetuar a reserva por chamada telefônica, contudo a sinalização deve ser feita o mais breve que lhe seja possível (normalmente é dado um prazo de 48 horas). Sempre que o cliente apenas sinaliza a sua reserva, é emitido uma FAD e três recibos (consultar anexo 21), sendo entregues um original da FAD e um original do recibo ao cliente, o duplicado (relativamente aos restantes dois recibos: um deles é para a contabilidade juntamente com o pagamento, e o segundo vai para o processo da reserva do cliente). Neste sentido, o cliente pode efetuar o pagamento, tanto da sinalização como da liquidação total da viagem, através de cheque, dinheiro, multibanco ou experiências (entre outras), que

devemos indicar antes de criar os documentos (FAD e recibo), como é possível visualizar no anexo 22.

Esta tarefa também exigiu de mim grande sentido de responsabilidade, uma vez que envolve o dinheiro do cliente e, dessa forma, tive de ter muita atenção relativamente aos valores, bem como às datas de reserva e da realização da viagem. Também são fundamentais as competências de comunicação para explicar com o cliente relativamente aos valores da viagem e à taxa de reserva, à sinalização de 20% do valor total (caso a reserva seja realizada a menos de um mês da realização da viagem, é essencial esclarecer o cliente de que é necessário a liquidação da viagem no ato da reserva). Na execução desta reserva é essencial uma comunicação esclarecedora entre o cliente e a operadora, para que este não fique com dúvidas relativamente ao procedimento. Inicialmente acompanhei as colegas para me familiarizar com a plataforma e com o processo de pagamento de reservas. Após esta familiarização, comecei a realizar o processo no meu computador, contudo, com a supervisão de uma colega para verificar se estava a realizar corretamente o procedimento. Após algumas semanas, foi possível realizar esta tarefa de forma independente e autónoma.

4.3.7 Reservas e orçamentação através de operadores turísticos

Como já foi mencionado anteriormente neste relatório, no ponto 2.3., a orçamentação e reserva através de empresas parceiras (centrais de reserva, operadores turísticos e cruzeiros) foram algumas das tarefas realizadas durante o estágio. Para fazer uma simulação de reserva para obter um orçamento no Optitravel o processo é o mesmo que o de efetuar uma reserva em si (excetuando o passo do eger a opção «criar reserva»). Nos operadores turísticos, a orçamentação é feita após pesquisa. É necessário saber os detalhes da viagem que o cliente deseja, o local de embarque e destino, as datas pretendidas, o número de passageiros, o número de quartos (duplos ou individuais) e qual o tipo de regime alimentar pretendido (consultar anexo 23).

Após o preenchimento desses campos na plataforma do operador, é necessário procurar um hotel tendo em especial atenção a sua localização e a comodidade e perceber se é isso que o cliente pretende com o respetivo preço.

Para entregar o orçamento ao cliente, imprimimos ou enviamos em PDF via *e-mail* (consoante a vontade do cliente) a página com o preço total (consultar anexo 24). Contudo, se quisermos prosseguir e oficializar a reserva, temos de optar por «criar reserva» e daí

inserir corretamente todas as informações pedidas pelo operador (nome e documentos de identificação dos passageiros), como se pode verificar no anexo 25.

Após a inserção de todos os dados, é necessário terminar a reserva no Optitravel. Criar uma nova reserva e inserir todos os dados manualmente: o nome do cliente, o produto (normalmente individuais nacionais ou individuais internacionais), data de partida e chegada, código do aeroporto de origem e destino e a descrição da reserva (normalmente com as características anteriormente mencionados como forma de resumo), como é possível verificar no anexo 26. No item «passageiros» insere-se o nome dos passageiros bem como a sua data de nascimento e número do documento de identificação. Em «serviços e cálculos» inserem-se todos os serviços usufruídos (hotel+voo+ transferes) e inserir os cálculos na confirmação da reserva enviada pelo operador via *email*. Em «anexos» anexar a confirmação da reserva enviada pelo operador em formato PDF.

Em reservas de operadores, os clientes têm de sinalizar com 30% do valor total da reserva e 20€ da taxa de reserva. Um mês antes da viagem se realizar, é obrigatório que o cliente a pague na sua totalidade. E nas reservas por, é necessário também acrescentar a taxa de não associado quando os clientes não o são e os associados têm um desconto de 3% no valor base da reserva.

É através dos operadores turísticos que a INATEL vende viagens com destinos para locais mais exóticos e, dessa forma, mais diferentes a nível cultural.

Esta tarefa era muito complexa e de grande responsabilidade por parte das operadoras e, infelizmente, não era situação que se verificasse com tanta frequência quanto fosse precisa para aquisição de todas as sabedorias para a realização da mesma de forma autónoma. Assim sendo, consegui efetuar a pesquisa e a orçamentação que o cliente pretendia de forma independente, no entanto, se o cliente quisesse proceder à reserva da mesma, era necessário a ajuda de alguma colega devido à dimensão da responsabilidade desta tarefa. Era imprescindível ter muita atenção a todos os detalhes, e para as colegas se certificarem de que estava tudo correto e de que eram dadas todas as informações necessárias ao cliente, estas supervisionavam e intervieram sempre que necessário.

4.3.8 Cancelamentos e reembolsos

As viagens que são organizadas pela INATEL têm de ter um número mínimo de participantes inscritos (normalmente cerca de 30 participantes) e, quando esse número mínimo não é alcançado, a viagem é cancelada.

Quando a viagem é cancelada pela INATEL, não há custos de cancelamento e todos os clientes que já tenham sinalizado ou liquidado a sua reserva são inteiramente reembolsados ou, outra opção que a agência lhes dá, é transferir o dinheiro da viagem cancelada para uma nova reserva (ou uma reserva que já tenham feito e falta liquidar).

Quando o cliente opta pelo reembolso, temos de aceder à reserva e, antes de mais, imprimir ao duplicado da fatura atual e, de seguida, cancelar a viagem e estornar⁸ os pagamentos já feitos pelo cliente. Após esse estorno, é emitida uma nota de crédito. Ao ser emitida a nota de crédito, surge a nota de reembolso, que devem ser impressas três cópias (original, duplicado e triplicado), assinado no duplicado pelo cliente. Ao cliente são entregues os originais da nota de crédito e da nota de reembolso. Se o cliente opta pela transferência do dinheiro para outra reserva, o procedimento é igual ao processo de reembolso (excluindo a emissão da nota de crédito). Contudo, na nova reserva tem de se fazer um recebimento por transferência (com o número da nota de crédito e a descrição “dinheiro transferido da reserva número X”).

Quando a viagem é cancelada pelo cliente já são estabelecidos custos de cancelamento dependendo da antecedência com que o cliente a cancela. Normalmente os 10€ da taxa de reserva são sempre cobrados no custo de cancelamento. Os custos de cancelamento são-nos informados por *email* por, depois de solicitar o cancelamento da reserva a pedido do cliente, pelo departamento de operações e reservas em Lisboa (consultar anexo 27).

O cancelamento por parte da INATEL foi uma tarefa muito difícil de realizar de forma autónoma devido ao procedimento minucioso, principalmente se os clientes já tivessem sinalizado ou liquidado as suas reservas. Para a realização desta tarefa eram fundamentais alguns conhecimentos práticos de contabilidade que eu não possuía antes de iniciar o estágio, mas que fui adquirindo ao longo do mesmo. Esta atividade foi consolidada

⁸ Anulação de um lançamento. Adaptação da definição fornecida pelo Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.priberam.pt/dlpo/estornar>

aquando os reembolsos da caução do escalão 1 do programa INATEL 55+.PT, uma vez que após as viagens decorrerem (início do mês de maio) os clientes deslocaram-se à UOL para deixar o seu IBAN e proceder ao reembolso. Desta forma, e devido à grande afluência de clientes para este fim, esta tarefa foi começando a ser realizada de forma autónoma e independente que até esse momento não tinha sido possível.

4.3.9 Inserção de cálculos manualmente

A inserção de cálculos manualmente é efetuada em reservas por operadores turísticos, cujos valores nos são enviados pelo próprio operador e nós tínhamos de inserir esses valores manualmente em Optitravel. Antes de mais, precisamos enviar um *email* ao operador turístico a solicitar qual a disponibilidade existente para o produto e época que o cliente deseja. Se o operador nos confirma a disponibilidade prosseguimos os procedimentos de reserva no Optitravel e, para isso, devemos criar uma reserva manualmente – criação de um *File Ad-hoc*. Este é um *file* que consiste na reserva de uma viagem que não é efetuada através de viagens programadas (ou seja, viagens programadas e já disponíveis no sistema Optitravel).

Em primeiro lugar, criamos uma «nova reserva» onde identificamos o cliente, o produto que ele pretende reservar (normalmente «individuais nacionais» ou «individuais internacionais»), as datas de partida e de chegada, a origem e o destino e a descrição geral da reserva no sistema Optitravel (consultar anexo 28). Após o preenchimento desses dados escolhemos, a opção «criar reserva/file». Os seguintes procedimentos são idênticos à criação de uma reserva de um programa da INATEL. Mas, após o operador turístico nos enviar a confirmação em documento PDF, é necessário seguir uma série de parâmetros, que podem ser consultados no anexo 29. O serviço consiste no tipo de serviço que se vai fornecer (normalmente é pacote nacional ou pacote internacional). O fornecedor é o operador turístico que nos forneceu a viagem, e na referência do fornecedor o número da reserva do operador (esse número está visível na confirmação da reserva enviada pelo mesmo).

Para que este procedimento seja concluído com sucesso foi necessário ter sempre atenção reforçada, uma vez que era referente a dinheiro que se ia cobrar ao cliente e, posteriormente, entregar ao operador turístico. Inicialmente as colegas explicaram-me como era efetuado e, após algumas explicações, comecei a inserir os cálculos de forma independente, com o apoio da minha supervisora de estágio que corrigia no final para se

certificar de que estava correto por ser um processo que requer alguma prática e muita atenção aos valores.

4.3.10 Consultar novos itinerários

Os itinerários eram organizados em Lisboa pelo departamento de programação de viagens e recebíamos uma notificação pelo *email* institucional sempre que saíssem novas viagens (consultar anexo 30). Após esse recebimento, é preciso procurar a viagem no sistema Optitravel e imprimir cerca de 10 cópias para colocar no expositor que existe à entrada da loja. Embora tentássemos ter todas os programas expostos, em determinados momentos havia programas em falta. No entanto, sempre que nos apercebêssemos (quer por clientes perguntarem, quer por iniciativa própria) era necessário procurar as viagens no sistema e imprimir os itinerários. Para visualizar o itinerário, clicávamos em «itinerário» (consultar anexo 31). Sempre que fosse necessário visualizar em suporte digital ou imprimir o itinerário, este é o procedimento para tal. Quando novas viagens eram programadas era necessário promovê-las. Nesse sentido, era habitual a coordenadora da UOL enviar por *email* o itinerário a todos os associados presentes na nossa base de dados.

Após um reconhecimento básico das plataformas informáticas, tanto do Optitravel como do *Outlook*, esta tarefa foi realizada com sucesso e autonomia.

4.3.11 Consultar estado da viagem (*allotment*) e da reserva

A agência adquire determinado número de quartos em hotel e de lugares em transporte, e esta responsabiliza-se pela revenda desses lugares adquiridos previamente em contrato. Nesse sentido, o conceito de «*Allotment*» consiste na

«venda de espaço num hotel ou meio de transporte que consiste em bloquear, a favor de um agente ou operador, um determinado número de quartos ou lugares, por um período de tempo predeterminado e com prazo de liberação (o *release*) pré-estabelecido em contrato.» (Domingues, 2013, p.27)

Neste item, conseguimos aceder à capacidade do hotel e do transporte utilizado desde o local de origem até ao destino (consultar anexo 32). Desta forma, conseguimos ver os lugares que restam livres, bem como os que já estão ocupados por outros clientes (no autocarro, em quarto DPL e em quarto SGL). É necessário ter atenção ao tipo de quarto

(DBL ou SGL), bem como aos lugares do autocarro, uma vez que pode acontecer ter quarto livre e não possuir lugar no autocarro, ou vice-versa.

As reservas podem ter vários estados e é na consulta da reserva que se verifica a quantidade de viagens que estão por sinalizar (vermelhas), que estão sinalizadas com 20% (amarelas) e liquidadas (verdes), como é possível verificar no anexo 33.

Este processo, tal como o anterior, foi muito bem conseguido, porém, era necessário um reconhecimento básico da plataforma, bem como dos conceitos básicos: conceito de *allotment* (definido anteriormente no presente relatório), bem como o significado das cores no estado de reserva.

4.3.12 Contabilização de pontos no passaporte de turismo INATEL

O passaporte de turismo INATEL pode ser entregue e preenchido em qualquer unidade da INATEL. Assim, e sempre que um associado liquidasse uma viagem, registamos os pontos no seu passaporte (1 ponto por cada 50€ gastos em equipamentos da INATEL) com a respetiva assinatura do responsável e carimbo da agência. Este documento só pode ser entregue e usufruído quando esteja totalmente preenchido ou um ano após a sua emissão. Nesse sentido, com o aproximar da data de expiro, o associado traz o passaporte à agência e nós informamo-lo a quantos *vouchers* terá direito usufruir. Quando o passaporte é entregue, é necessário confirmar no Optitravel se estão registadas no passaporte todas as viagens liquidadas do cliente e, de seguida, deve-se tirar uma cópia ao passaporte que, posteriormente, será enviado para Lisboa. É a sede que envia os *vouchers* que normalmente demoram cerca de 2 ou 3 meses a chegar à agência. Quando os *vouchers* chegam, telefonamos aos clientes para que eles saibam que os *vouchers* já estão disponíveis para o seu levantamento. Quando o cliente efetua o levantamento do seu *voucher* é-lhe pedida uma assinatura para que comprove que este foi levantado e é-lhe ainda transmitido que tem apenas um ano para o usufruir em época média ou baixa (que pode variar dependendo da UH).

Após o conhecimento do cálculo base (preço total da viagem/50), também se verificou um processo intuitivo de realizar, uma vez que apenas era necessário dividir o valor total da viagem por 50, que daria o total de pontos a inserir no passaporte de turismo do cliente. O que a tive sempre de ter muita atenção foi à validade do mesmo e já exigia um maior sentido de responsabilidade, bem como retificar as contas para ver se estavam corretas,

uma vez que cada 20 pontos correspondiam a uma noite gratuita em qualquer UH da INATEL.

4.3.13 Apoio ao cliente e arquivo de processos antigos

Durante todo o estágio curricular, desempenhei funções de atendimento ao público e, dessa forma, contribui para a satisfação das necessidades dos clientes, através do esclarecimento das suas dúvidas, dando-lhes conhecer as viagens que oferecíamos, bem como fornecer informações sobre as vantagens de ser associado da Fundação Devemos também informá-los de que qualquer pessoa pode viajar pelas agências da INATEL, independentemente de ser associado ou não, algo que não está muito explícito na mente da população.

Era necessário estabelecer contacto telefónico com os clientes sempre que estes compravam uma viagem e, no ato da reserva, ainda não era possível aceder ao horário de partida. Mas quando o horário era lançado pela sede da Fundação INATEL, tínhamos que avisar o cliente da hora de partida, bem como avisá-lo de que seria necessário estar no local de partida 15 minutos mais cedo com a respetiva confirmação e documentos de identificação. Sempre que houvesse alguma alteração no itinerário relativamente a qualquer pormenor, todos os clientes teriam de ser avisados dessa alteração. Também quando um mês antes de determinada viagem se realizar, e o cliente não a tivesse ainda liquidado, seria necessário telefonar-lhe para que fosse efetuada a liquidação o mais breve possível (por transferência bancária ou presencialmente na UOL). A promoção das viagens era também realizada por telefone a todos os clientes que tivéssemos acesso ao seu contacto telefónico mencionado nas fichas de cliente ou de associado. As tarefas realizadas no âmbito do atendimento e contacto telefónico possibilitaram o desenvolvimento e aprimoramento de competências comunicacionais e discursivas, nomeadamente a arte de saber ouvir o cliente, ser clara e concisa nas informações prestadas, empatizar com o cliente de forma amigável e confiante, processar e compreender os diversos contextos das mensagens e ser flexível a novas ideias, opiniões e *feedbacks*. Estas competências foram muito melhoradas através da escuta de diversos interlocutores, bem como a adaptação da linguagem em situações diversificadas. Visto que o contacto com clientes através do telefone era imprevisível, eu não saberia quando nem com quem falaria e lidar com a imprevisibilidade das questões que poderiam propor-se poderia tornar-se, inicialmente, desgastante.

Conforme as viagens sucediam, procuramos, tal como é exigido pela agência, arquivar os processos dos clientes dessas viagens por ano e destino numa capa de arquivo. Estas atividades foram realizadas sem dificuldades e permitiram, ainda o desenvolvimento de competências arquivísticas no âmbito do tratamento, organização e arquivo de documentos.

4.3.14 Envio de correspondência

Quando era realizada uma reserva por telefone ou via *email* e o respetivo pagamento por transferência bancária, tínhamos que enviar a fatura e o recibo originais do pagamento, bem como a confirmação da reserva e o respetivo itinerário de viagem por correio direcionado à morada do cliente. Desta forma, foram importantes os conhecimentos adquiridos na unidade curricular de Português – Projeto de Aplicação, uma vez que, para influenciar positivamente a qualidade e rapidez da execução dessa tarefa, já deveríamos ter conhecimentos do local onde escrever o nome e endereço do destinatário, bem como do remetente que, neste caso, seria a Fundação INATEL.

Também era habitual recebermos circulares e enviarmos ofícios e notas de serviço que, no contexto empresarial, também foi importante termos já conhecimento destes termos, nomeadamente a definição, estrutura e objetivos (que podem ser diversos, por exemplo uma alteração interna no caso de uma circular).

Nesse sentido, foram importantes os conceitos teóricos adquiridos anteriormente no decorrer do plano curricular do mestrado, nomeadamente a nível de documentos administrativos (em particular os documentos de correspondência, como a carta comercial, circular, ofício, aviso, convocatória e convite) e, ainda, conhecimentos de outros documentos como o relatório, a ata e o regulamento. A realização destas tarefas permitiu-me otimizar competências linguísticas, essencialmente a nível textual e as suas competências de organização, bem como colocar em prática os conceitos teóricos adquiridos anteriormente, principalmente na unidade curricular de Português – Projeto de Aplicação. Esta unidade curricular foi extremamente importante para a realização das tarefas referidas e, particularmente, no primeiro contacto com a Fundação INATEL, uma vez que, antes do estágio ser aprovado, o currículo e a carta de que enviei na primeira instância por *email* e, nesse sentido, foi fundamental que estes materiais de apresentação e de recrutamento estivessem corretamente executados.

4.3.15 Gestão de *emails*

A comunicação via *email* foi muito utilizada ao longo do estágio. Sempre que era necessário contactar com a sede em Lisboa, UH's, operadores turísticos, outras UOL's, telefonávamos primeiramente e, se não fosse atendida, teria que enviar um *email* (o que aconteceu regularmente).

Com esta tarefa consolidei competências linguísticas, essencialmente a nível textual e interpretativo, nomeadamente no ler e compreender a mensagem escrita, e na expressão escrita e na capacidade de formular frases corretas a nível de regras gramaticais e vocabulário.

4.4 Tarefas de comunicação e marketing

4.4.1 Acompanhamento de um cruzeiro no Douro

Durante o estágio curricular, a coordenadora da UOL propôs-me o acompanhamento de uma viagem ao Douro como guia turístico (consultar anexo 36). Foi uma proposta muito sugestiva e muito interessante, por ser uma viagem que promovi desde janeiro e que pude, em julho, realizá-la como guia. Embora a proposta fosse muito desafiante e exigente por ter a meu cargo um grupo de pessoas, por ser ainda responsável por apresentar os locais de visita e encarregar de que tudo corresse da melhor forma possível para o grupo, foi aceite com grande entusiasmo.

A viagem teve início no dia 7 de julho de 2018, por volta das 5:30h da manhã no ponto de encontro em Viana do Castelo, prolongou-se até ao final do dia seguinte. A viagem contou com pessoas inscritas nas agências de Viana do Castelo e de Braga, algo que foi muito interessante a nível profissional, porque foi possível acompanhar pessoas que eu própria inscrevi nessa viagem.

A viagem consistiu primeiramente num cruzeiro desde Vila Nova de Gaia até ao Pinhão com a duração de cerca de 5h. Após o cruzeiro, deslocamo-nos de autocarro até uma quinta local – Quinta da Avessada -, onde provámos e degustámos produtos regionais, nomeadamente vinhos, queijos, diversos tipos pães e compotas. Nessa quinta fizemos uma visita guiada e usufruímos da paisagem sobre as vinhas de Favaios. Após a visita à quinta, deslocamo-nos para o Hotel Miracorgo, em Vila Real, para jantar e descansar até ao dia seguinte. De manhã, após o pequeno almoço, realizei um pequeno passeio no centro histórico

de Vila Real, onde vários monumentos foram vistos e apresentados: a Casa de Diogo Cão, o edifício da Câmara Municipal, Igreja da Mesericórida, Igreja de São Domingos (Sé de Vila Real), a Estátua de Carvalho Araújo, o Tribunal, Capela Nova, Igreja de São Pedro. No final deste breve passeio, foi sugerido que provassem os doces típicos da região: as Cristas de Galo e Cavacórios.

Foi imprescindível conhecimentos a nível técnico no acompanhamento de passageiros, do hotel, e sobre o próprio cruzeiro e os atrativos turísticos em Vila Real, a nível de relações interpessoais por ser fundamental para se relacionar com os passageiros e com todos os profissionais prestadores de serviços (nomeadamente o motorista do autocarro, o rececionista do hotel e respetivos colaboradores e os profissionais do cruzeiro) e a nível de cultura geral e de investigação, por ser essencial conhecimentos básicos em diversas áreas científicas como história, património e geografia. Esta tarefa foi aceite com um gigante entusiasmo, com um sentimento especial por achar um enorme voto de confiança por parte da coordenadora da agência, bem como por parte da Fundação INATEL. Várias competências foram adquiridas com esta desafiante tarefa, nomeadamente, competências de autonomia e independência, de comunicação, de responsabilidade e resiliência, de investigação e preparação prévia, de gestão de pessoas e de *stress*. Antes e durante toda a viagem, estas competências foram testadas:

- No dia anterior da viagem, foi imprescindível confirmar (por chamada telefónica) todos os serviços, nomeadamente o motorista (confirmar qual a hora no local de encontro e se este conhecia o caminho – visto que a empresa ser sediada no Porto), o cruzeiro no Douro, o Hotel e a visita a Quinta. Esta preocupação revela competências de responsabilidade e de independência. Também o facto de estar preparada para qualquer imprevisto ou conflito que surgisse durante a viagem revela importantes competências de autonomia, independência e resiliência;
- Também antes da viagem, foi fundamental uma investigação e preparação prévia: sobre os locais a visitar, sobre pormenores do Douro e da zona envolvente (para eventuais perguntas, mas também para que houvesse uma maior interação com os clientes com o objetivo de se tornar mais interessante e dinâmica), sobre a quinta e a duração dos trajetos a percorrer.
- Foi também importante saber lidar com os clientes e ser sensível a situação de cada um deles (aos mais idosos e com maior dificuldade motora, por exemplo). Sempre

que fosse necessário uma pausa para descansar, foi fundamental gerir todos os restantes clientes, bem como gerir horas de encontro (para refeições ou quando lhes era dado tempo livre para realizassem o que achassem mais interessante). Foi sempre fundamental entrar em consenso com todas as pessoas e, por isso, a competências de gestão de pessoas e de *stress* foi bastante testada e consolidada.

No final, a tarefa foi concluída com sucesso, visto que foi a primeira vez que realizei uma viagem como guia e, segundo comentários dos próprios clientes e das colegas na UOL, todos ficaram muito satisfeitos e que foi uma viagem muito agradável.

4.4.2 Realização da apresentação da brochura INATEL

A apresentação *powerpoint* modelo foi efetuada pelo departamento de *marketing* na sede em Lisboa e, após o reencaminhamento desse modelo para todas as UOL, cada uma fez a adaptação para as viagens que saíssem do distrito, na qual a agência se insere.

A apresentação consistiu em dois tópicos essenciais: viagens nacionais e viagens internacionais. Dentro de cada um desses tópicos mais generalistas surgem vários subtópicos mais especializados: circuitos temáticos, gastronomia e vinhos, praias, ilhas e cruzeiros. Na componente final da apresentação, damos a conhecer a Campanha Primavera-Verão que consiste numa campanha de descontos dos operadores turísticos aderentes. Foi também decidido mencionar o programa INATEL 55+.PT, uma vez que, embora a primeira fase já estivesse esgotada, havia previsões de novos programas, em maior quantidade e diversidade com inscrições durante o mês de julho nas viagens, que foram realizadas entre os meses de setembro e dezembro.

A apresentação contou com a sala cheia, com cerca de 60 pessoas e, dado que ainda não tinha sido enviada a brochura com a coleção primavera-verão por parte da sede de Lisboa, foi improvisado um pequeno livro de fotocópias para todos os clientes com todas as viagens que seriam apresentadas durante a sessão. No final da apresentação, os clientes foram reencaminhados para outra divisão da UOL para desfrutar de um pequeno lanche preparado previamente e para socialização entre clientes e colaboradores da UOL.

A apresentação em público foi realizada pela diretora da UOL, e quanto ao apoio informático e ao *powerpoint* este foi realizado por mim, bem como a receção e o reencaminhamento dos convidados.

4.4.3 Contacto com clientes estrangeiros

Esta situação aconteceu muito esporadicamente devido à escassa afluência de clientes de nacionalidade estrangeira, ainda assim, tive a oportunidade de atender alguns clientes estrangeiros. Numa das interações com um cliente suíço, confidenciou-me que falava muitas línguas e que, sempre que se deslocava a um país, tentava falar a língua nativa desse país ou uma aproximada – neste caso falou-nos na língua espanhola) e procurava uma agência, onde pudesse comprar um bilhete de autocarro internacional, algo que a nossa UOL não realizava, mas foi-lhe indicada uma outra agência a cerca de 15 minutos do local para que pudesse realizar a sua necessidade. Numa outra situação, contactei com um cliente inglês que, como já seria habitual, veio pagar a quota anual por ser associado que, também em conversa, confidenciou que já vivia em Portugal há alguns anos, mas que era muito difícil aprender a língua portuguesa e que ainda não conseguiu aprender, à exceção de algumas palavras básicas. Nestas situações foi necessário recorrer aos conhecimentos de línguas estrangeiras que a estagiária possui, nomeadamente Inglês e Espanhol, o que foi extremamente útil para perceber o que o cliente precisava e para conseguir expressar o que a estagiária pretendia transmitir.

Outra altura que houve contacto com pessoas estrangeiras foi aquando a realização do POPular INATEL na rua. Desta vez, não foi estabelecido contacto prolongado uma vez que íamos à frente do desfile de gigantones e do Grupo de Bombos da Ronda Típica de Carreço e da Associação de Tocadores de Concertina de Ponte de Lima a distribuir *flyers* do evento e foi necessário ser relativamente rápidas.

As tarefas realizadas neste contexto foram efetuadas, acima de tudo, com muita satisfação, devido ao gosto da estagiária por línguas estrangeiras e culturas diferentes. Infelizmente, foi uma atividade escassa e com poucas oportunidades de repetição.

4.4.4 Atividades durante o POPular INATEL na rua

O POPular INATEL na rua 2018 foi uma mostra cultural que aconteceu nos dias 6, 7 e 8 de abril de 2018 e contamos com a presença do Presidente da Fundação INATEL, o Sr. Presidente Francisco Madelino, bem como a sua equipa do conselho de administração e departamento de *marketing*.

Durante o evento foram desempenhadas algumas tarefas de comunicação e *marketing* de forma a promover o POPular INATEL na rua. Para esse fim, desde o início da semana

distribuímos o cartaz do evento nos comércios locais da cidade para que os afixassem nas suas portas ou janelas, procurando dar visibilidade ao mesmo. Foram distribuídos *flyers* pelas pessoas com o objetivo de dar a conhecer o início do evento, bem como do seu programa para os restantes dias (consultar anexo 34).

Devido às condições meteorológicas não favoráveis à realização de algumas atividades⁹ os locais das mesmas foram alterados. Durante os dias em que o evento decorreu, houve isenção do pagamento da joia na inscrição. Assim, os clientes que se inscrevessem durante os 3 dias do evento, apenas pagariam os 20€ respeitantes à quota anual.

Esta foi uma atividade interessantíssima, que me permitiu desenvolver e consolidar competências comunicacionais, de gestão de tempo e de competências comportamentais, como o trabalho em equipa e empatia com os colegas, que vieram de Lisboa, bem como com a população local que assistiu ao desfile de abertura, no primeiro dia e durante todo o evento.

4.4.5 Promoção de novas viagens

Quando surgiam novas viagens, eu e as restantes colaboradoras da UOL promoviam essas novidades por telefone aos clientes associados. E, dessa forma, a promoção das viagens era realizada pelo telefone a clientes que já tivessem viajado com a INATEL anteriormente, o que limitava bastante a angariação de novos clientes e associados. A promoção via telefone foi efetuada mais intensamente aquando a saída do programa INATEL 55+.PT, porque esta primeira fase não se verificou publicidade alguma, além da afixação de cartazes nos comércios locais, boca-a-boca dos clientes informados e chamadas telefónicas para clientes antigos que tinham participado nos antigos programas de turismo sénior.

Esta tarefa exigiu alguma resiliência e adaptação no que toca à imprevisibilidade de questões e de interlocutores, após a transmissão da mensagem. A parte da promoção da viagem foi tarefa que correu muito bem, apesar de haver diversos clientes que faziam muitas perguntas e, por isso, poderiam surgir pedido de informações adicionais. Esta tarefa foi realizada com muita segurança, algo que é fundamental em qualquer função no atendimento ao público.

Tentei, ainda, que se criasse uma página de *facebook* da UOL de Viana do Castelo e promovê-la entre os habitantes de todo o distrito. A nossa ideia era divulgar apenas

⁹ nomeadamente o Canto “A Capella”, o Feirão e Baile Popular e a Rusga de Instrumentos Tradicionais e a atuação do grupo musical Quinta do Bill

informação que lhes interessasse (nomeadamente, as viagens com saída de Viana do Castelo) e até para captar novos clientes e de uma faixa etária mais jovem, visto que, grande parte dos clientes da UOL abrange o segmento sénior. Esta sugestão não foi autorizada pelo Sr. Presidente, uma vez que já existe um departamento de *marketing* na sede em Lisboa responsável por toda a promoção das atividades da Fundação e, por essa razão, não foi possível concretizar.

4.5 Outras atividades

4.5.1 Criação de uma base de dados (IATA)

As siglas IATA significam Associação Internacional de Transportes Aéreos e é a associação responsável pelas companhias aéreas do mundo, representando cerca de 280 companhias, ou seja, cerca de 83% do tráfego aéreo (IATA, 2018, s.p.). Os códigos IATA dos aeroportos facilitam a pesquisa no Amadeus, no Galileo e no Amadeus *e-Power*.

Esta tarefa foi realizada por iniciativa própria, uma vez que verifiquei que, sempre que as colaboradoras necessitavam pesquisar voos, estas deparavam-se com a necessidade de saber o código do aeroporto pretendido. Dessa forma, tive a ideia de realizar esta base de dados para facilitar a pesquisa e torná-la mais rápida.

Nesse sentido, realizei uma base de dados de todos os aeroportos europeus e respetivos códigos para consulta sempre que necessário (**consultar anexo 35**). Esta tarefa foi executada com o intuito de facilitar a pesquisa de voos, bem como consciencializar as colaboradoras e clientes acerca dos destinos e dos seus respetivos aeroportos e códigos IATA uma vez que, na consulta/confirmação de reserva entregue ao cliente, está mencionado o código do aeroporto de origem e de destino e, nesse sentido, é necessário alertá-lo de que o código corresponde ao aeroporto do seu destino.

Para efetuar a pesquisa, acedi o *website* oficial da IATA, efetuei a pesquisa por “*airport codes*” como palavra-chave, inseri o nome ou local do aeroporto que pretendia e, ao inserir “*search*” surgia o resultado. Contudo, muitos dos códigos já me eram familiares.

4.5.2 Utilização de uma plataforma B2B

Esta plataforma foi utilizada para a inscrição de participantes no programa INATEL 55+.PT, entre os dias 3 a 13 de abril de 2018. Nesse contexto, entrando na página de entrada do INATEL, elegemos a opção «social» para termos acesso aos programas governamentais

na plataforma a utilizar para as inscrições no programa 55+.PT (consultar anexo 10). Após este passo, é necessário inserir o nosso código B2B, utilizador e a respetiva palavra-passe para termos acesso ao processo de inscrição dos clientes nas viagens (consultar anexo 10).

Primeiramente, é necessário escolher o tipo de quarto que o cliente deseja (SGL, DPL ou TPL). De seguida, inserimos os dados dos clientes (nome, número do seu documento de identificação, número de identificação fiscal, data de nascimento, morada, código postal, país, contacto telefónico e, no final é necessário consultar a Nota de Liquidação do IRS de 2016 do cliente e inserir o Valor Anual Bruto e no item seguinte inserir o número de pessoas do seu agregado familiar (consultar anexo 11).

Ao criar a reserva é preciso entregar ao cliente um documento para que ele assine uma autorização para nos permitir fotocopiar os seus documentos (documentos de identificação e nota de liquidação de IRS) visto que, como é um programa financiado por fundos europeus, é também muito burocrático relativamente a documentos comprovativos. Assim, é obrigatório comprovar o escalão em que o cliente se insere. Após criar a reserva, o seguinte passo é ir ao Optitravel para ter acesso à confirmação da reserva do cliente, aos seus bilhetes e aos documentos de cobrança (recibo e fatura) que devem todos ser entregues ao cliente.

Esta plataforma também foi bastante intuitiva de utilizar e de inserir os dados. Contudo, por este ser um programa subsidiado por fundos europeus, em cada processo tivemos de ter muita atenção aos documentos apresentados por parte dos clientes para evitar fraudes ou enganos, situação que aconteceu diversas vezes. Para inserir o cliente num dos 4 escalões existentes no programa, era necessário também ter muita atenção ao cálculo realizado com o objetivo de o inserir no escalão justo uma vez que, se o inseríssemos no escalão errado, iríamos ser chamadas a atenção pela sede da Fundação e teríamos de voltar a contactar o cliente para regularizar a situação sem necessidade. Porém, sempre que existiam dúvidas relativamente aos documentos entregues pelos clientes, eu nunca hesitava em perguntar à supervisora se poderíamos aceitar os respetivos documentos para que não surgissem problemas desnecessários posteriormente. Esta tarefa foi muito exigente e rigorosa o que requereu um grande sentido de responsabilidade, organização, atenção e profissionalismo.

4.5.3 Reflexão sobre as tarefas realizadas

Todo o decorrer do estágio revelou-se muito desafiador e motivante para mim. Tive a possibilidade de testar todos os meus conhecimentos teóricos, mas também a minha forma de trabalhar, de lidar com colegas de trabalho e com clientes, a minha resiliência, destreza, a proatividade perante o trabalho e perante algumas dificuldades que foram surgindo e superadas com sucesso e autonomia. As tarefas demonstraram-se interessantes do ponto de vista profissional e pessoal, muito enriquecedoras relativamente a aptidões, e muito pertinente na integração do mestrado de Línguas e Relações Empresariais.

Lidar com o público não é tarefa fácil, no entanto é algo que me entusiasma e desafia e a finalização desta etapa provou isso mesmo, e ainda mais quando a terminei com sensação de dever cumprido e, especialmente, com o dever cumprido de forma positiva e satisfatória.

5. Parte IV - Componente de investigação

Sensibilidade cultural:

- ✓ Até que ponto as competências interculturais são importantes na vida profissional do turismo?

5.1 Introdução e objetivo da investigação

No âmbito do estágio curricular, orientado pelo Professor Doutor Abdelilah Suisse, propusemo-nos a realizar um estudo relacionado com as competências interculturais. No contexto da interculturalidade, pretende-se realçar e articular as 3 áreas distintas no ramo turístico: a hotelaria, as agências de viagens e a aviação. Neste sentido, inicialmente é efetuada uma revisão da literatura para construir conhecimento sobre este tema, referindo conceitos mais importantes para o tema, definindo também conceitos básicos inerentes à temática, nomeadamente globalização, interculturalidade, competências interculturais e a sua importância na formação em profissionais do ramo turístico. Após a realização do estudo, será possível responder à questão de investigação proposta inicialmente: “Até que ponto as competências interculturais são importantes na vida profissional do turismo?”.

5.2 Áreas no ramo turístico

O ramo turístico engloba diversas áreas em que os profissionais do turismo podem iniciar as suas carreiras, desde agências de viagens, hotelaria, aviação, organização de eventos, entre muitos outros. Dessa forma, existe necessidade de estreitar a investigação em três áreas essenciais e do meu especial interesse. Assim, de seguida, articulamos de forma breve de que forma a globalização e a interculturalidade afeta estas três grandes áreas turísticas e como conhecimentos nesses conceitos é imprescindível:

- **Hotelaria:** a indústria hoteleira tem-se tornado cada vez mais globalizada, enfrentando os mesmos desafios que outras indústrias igualmente globalizadas (Nazarian, 2017, p.29). Neste ramo, é essencial que se possuam colaboradores capazes de se ajustar e adaptar a diferentes culturas e com uma sensibilidade cultural destacada, uma vez que muitos dos viajantes que se alojam em unidades hoteleiras e

acomodações diversas podem ser provenientes de qualquer país cuja cultura pode ser diferente da do local do hotel e da do próprio rececionista (Nazarian, 2017, p.22).

- **Agência de Viagens:** a agência de viagens onde a estagiária estagiou é uma agência *outgoing*, ou seja, envia o cliente português para outros locais (nacionais ou internacionais) e, dessa forma, pode marcar viagens para locais totalmente distintos. Tal como aconteceu durante o estágio, a estagiária não contactou com pessoas de outras culturas com grande frequência, mas marcou viagens para Tailândia, Marrocos e Espanha (principalmente). Neste sentido tornou-se fundamental fornecer ao cliente um *feedback* sobre o local de destino (moeda, língua, religião, restrições no vestuário e de comportamento, detalhes a ter em atenção, fuso horário, entre outros), daí a importância de conhecimentos interculturais neste ramo turístico;
- **Aviação:** o setor da aviação possui vários postos de trabalho cujas funções, entre outras, é o atendimento e contacto com o público. Público este que pode ser culturalmente diferente e é nesse sentido que este destaque do setor é abordado: por possuir postos de trabalho em que conhecimentos interculturais e sensibilidade cultural são fundamentais para um serviço de excelência. Acrescentando-se ainda, a importância de ser sensível à cultura dos colegas de trabalho, visto que estes podem ter um *background* cultural diferente do nosso.

5.3 Revisão da literatura

De forma introdutória, serão brevemente definidos os conceitos de cultura, globalização, competências interculturais e relações interculturais para uma melhor compreensão da componente de investigação do presente relatório.

5.3.1 Cultura

Cultura é um conceito bastante complexo, uma vez que está intrínseca na sociedade em qualquer local. De um modo geral, a cultura depende de vários fatores que rodeiam o indivíduo: a família, a escola e o local de trabalho. Segundo Hofstede (2005), as culturas diferem entre si dependendo das nações e das regiões o que, baseado em pesquisas empíricas, o autor menciona diferentes dimensões:

- **Distância do poder:** a distância do poder reflete comportamento perante o “mais forte” para com o “mais fraco” ou vice-versa, por exemplo, relações entre pai e filho, professor e aluno, chefe e subordinado, autoridade e cidadão.

Esta dimensão relaciona-se com a forma como uma sociedade aceita a distribuição desigual de poder na sociedade;

- **Coletivismo vs. individualismo:** Cultura individualista baseia-se no “egocentrismo” dos indivíduos em que cada um deve preocupar-se consigo mesmo (e família direta);
- **Feminilidade vs. Masculinidade:** Uma cultura masculina significa uma cultura em que as funções de género são claramente visíveis: é suposto os homens serem assertivos, fortes, focados no sucesso material enquanto que é suposto que as mulheres sejam modestas, fracas e preocupadas com a qualidade de vida e, de certa forma, mais emotivas;
- **Aversão à incerteza:** Algumas culturas manifestam-se ser mais desconfortáveis perante determinadas situações do que outras. Desta forma, evitar a incerteza representa o medo dos indivíduos de determinada cultura perante situações desconhecidas ou ambíguas. Assim, as sociedades com um elevado grau de aversão à incerteza mostram um grande respeito por crenças e tradições;
- **Orientação a longo prazo vs. Orientação a curto prazo:** esta última dimensão relaciona-se com a duração que tarda a recompensa quando uma tarefa ou ação é implementada. Assim, sociedades com uma orientação a curto prazo geralmente preocupam-se demasiado com as tradições e pretendem respeitá-las. O inverso, sociedades com uma orientação a longo prazo acreditam que as situações mudam de caso para caso, no contexto atual e mostram-se “mais abertos” para uma adaptação em novas experiências.

E é através destas dimensões que se pode compreender a cultura de cada país. A cultura, sendo este um termo complexo de definir, é influenciada por diversos fatores: por conhecimentos transmitidos e adquiridos, pelas crenças do local onde o indivíduo se encontra inserido, bem como as respetivas leis, moral, costumes e tradições. Além de Hofstede, também o Trompenaars (1997) estudou as dimensões culturais:

- **Universalismo vs. particularismo:** esta dimensão reflete a forma como os indivíduos se relacionam com os outros. Sociedades mais universais são focadas em regras, valores e obrigações e sociedades focadas no particularismo são os próprios

relacionamentos que ditam as regras, ou seja, há uma maior autonomia para a tomada de decisão e sempre respeitando a necessidade dos restantes;

- **Individualismo vs. coletivismo:** como nas dimensões do autor anterior, reflete a forma como se dá relevância ao indivíduo ou ao grupo. Neste sentido, em sociedades individualistas as decisões são tomadas mais rapidamente e com grande sentido de responsabilidade e, por outro lado, sociedades mais coletivas tomam as decisões de forma unânime no grupo, sendo a responsabilidade mais dividida entre todos;
- **Específico vs. difuso:** esta dimensão reflete a forma como os indivíduos separam a vida pessoal da profissional. Em sociedades específicas deve separar-se o profissional do pessoal e ser bastante direto nos objetivos enquanto que em sociedades difusas, os indivíduos devem focar-se primeiro no pessoal e depois no profissional;
- **Neutro vs. afetivo:** a forma como a sociedade expressa sentimentos pessoais. Numa sociedade neutral, os sentimentos e emoções são controlados e, por outro lado, numa cultura emocional, há maior expressão dos sentimentos, a comunicação é mais emotiva;
- **Resultados vs. atribuição:** o valor que se atribui ao “status” de um indivíduo. Numa sociedade de resultados o valor de status é dado pela capacidade de atingir objetivos;
- **Tempo assíncrono vs. tempo síncrono:** dimensão que reflete a forma como nos relacionamos com o tempo. Numa sociedade síncrona estimula-se a execução de diversas tarefas e a flexibilidade. Em contrário, uma sociedade assíncrona é uma sociedade em que tudo é previamente planeado e com bastante antecedência, a pontualidade e a rigidez é primordial;
- **Direção interna vs. direção externa:** a forma como a sociedade se relaciona com o meio-ambiente. Numa sociedade de direção interna há um grande controlo sob tudo e vêm a natureza como algo complexo e que pode ser controlado caso tenhamos a experiência necessária. Numa sociedade de direção externa, há uma adaptação às circunstâncias, um trabalho conjunto com o mundo para alcançar êxito e evitar conflitos.

5.3.2 Globalização

O conceito de globalização consiste num processo económico-social que estimulou uma integração entre os países e a população de todo o mundo, bem como as suas culturas. Interligado com a globalização, estão os avanços tecnológicos que influenciou fortemente no conceito de “aldeia global” (Hall, 2001, p.389), uma vez que o mundo está cada vez mais próximo (Lough, 2014, p.48). Durante as últimas décadas todas as situações (sejam elas positivas ou negativas) proliferam-se a nível mundial sem controlo possível, visto que as pessoas estão cada vez mais próximas, quer virtualmente (devido à tecnologia existente) quer pessoalmente (devido ao desenvolvimento dos transportes e da diminuição das barreiras nas fronteiras dos países), e trespassam as fronteiras nacionais, nomeadamente as epidemias, a poluição ambiental e as crises financeiras são, por exemplo, alguns dos conflitos existentes que não se limitam ao território (Marten, 2010, p.575).

A globalização aumentou o ritmo da mudança do mundo, o que significa que cada vez mais administradores de empresas têm de adquirir proficiências e habilitações a nível da diversidade cultural (Morris, 2014, p.2).

“O mundo está a tornar-se numa Vila Global”

(Hall, 2001, p.389)

Com o avançar dos tempos registou-se uma maior facilidade na movimentação na Europa e no mundo e com essas facilidades surgiu também uma maior vontade de procurar uma melhor qualidade de vida que pudesse existir noutra país que não o do próprio. A este respeito, a emigração/imigração promoveu a interculturalidade, ou seja, interação entre culturas, anteriormente distantes (Basarab, 2015, p.40). Desta forma, é essencial preparar as gerações futuras para uma sociedade global (Lough, 2014, p.48), para uma mentalidade aberta ao “eu e o outro” como uma experiência enriquecedora e interessante. Neste contacto cada vez mais regular entre culturas, está inerente a sensibilidade cultural (essencial nas relações e experiências interculturais), que consiste no forte interesse e auto-motivação para entender, aceitar e reconhecer diferenças interculturais. Este tem-se tornado um conceito relevante em melhorar atitudes positivas perante pessoas de culturas diferentes. A interculturalidade é afetada por diversos fatores, a destacar o respeito mútuo, empatia e experiência (Arli, 2018, p.38).

Contudo, o processo de globalização traz consigo algumas ameaças, entre as quais a homogeneização do mundo, no qual a mistura entre culturas esbate a beleza das diferenças culturais, o que torna o mundo cada vez mais próximo e similar o que pode conduzir a uma perda de identidade da cultura (Sifianou, 2013, p.88). Entre essa homogeneização, encontra-se a disseminação da língua inglesa, podendo substituir as línguas minoritárias que, segundo vários estudos, muitas já desapareceram e cerca de um milhão estão em perigo de extinção (Suchankova, 2014, p.1440).

5.3.3 Competências e relações interculturais

As competências interculturais têm vindo a ser competências cada vez mais fundamentais num mundo que, cada vez mais, exige dos indivíduos que ajam de forma apropriada perante as mudanças interculturais registadas com a avançar dos tempos (Zhang et al., 2019). Neste sentido, e segundo Michael Byram (1997), autor que desenvolveu um Modelo de Competências Comunicativas Interculturais, define competências interculturais essenciais para os indivíduos, nomeadamente:

- **O conhecimento:** no mundo atual, cada vez mais, é necessária uma maior compreensão mútua, maior solidariedade e uma maior aceitação das diferenças entre indivíduos;
- **As atitudes:** a forma como as relações entre indivíduos são estabelecidas, como encaramos as diferenças;
- As **competências/aptidões para interpretar e compreender** diversos contextos interculturais;
- As **competências/aptidões em adquirir novos conhecimentos** sobre diferentes culturas;
- A **sensibilização cultural** perante a sociedade e seus valores e práticas.

Pessoalmente, o facto de haver uma língua comum a todos os cidadãos é uma mais-valia e algo positivo, por haver uma forma de comunicação entre pessoas que não possuem o mesmo *background* linguístico e cultural. Haver uma forma de ser possível estabelecer uma conversa entre pessoas de países e até continentes totalmente diferentes é algo que deve ser estimado. No entanto, e como tudo, tem os seus aspetos negativos, línguas faladas por pequenas minorias podem desaparecer e já desapareceram como já foi mencionado. Estas línguas deveriam ser protegidas, como identidade cultural das regiões e dos povos. É

importante os profissionais do turismo terem a destreza de compreender as diferenças culturais entre países (quando se envia pessoas de férias para locais muito distintos), mas essencialmente entre pessoas, que podem ser os clientes, mas também os seus colegas de trabalho.

5.3.4 Competências interculturais e a importância para profissionais

«Aprender requiere adquirir e utilizar o conhecimento»

(Morris, 2014, p.189).

No âmbito das diferenças entre pessoas e entre culturas prolifera a importância de adquirir conhecimentos interculturais, uma vez que com essas diferenças possam existir algumas barreiras, nomeadamente possíveis lacunas na comunicação, falta de educação global e, a mais evidente, a diferença de línguas entre os intervenientes da experiência intercultural. A educação linguística é fundamental, uma vez que capacita as pessoas a aprender sobre outras culturas e contribui fortemente para a descoberta da sua própria identidade e a desenvolver a sua própria cultura (Suchankova, 2014, p.1439), pois o aluno desenvolve competências não só interculturais, mas também sociais e pessoais, nomeadamente o conhecimento, a tolerância, a sensibilidade, que são aptidões essenciais para o sucesso de negócios, mas essencialmente para construir relações entre pessoas e com o mundo. Aliada à importância da aprendizagem de novas línguas estrangeiras, está a promoção de atividades internacionais, para que os jovens sejam sujeitos a um processo de aculturação, como forma de os expor a um período a viver como uma minoria dentro de uma sociedade diferente da sua, o que irá permitir desenvolver um *mindset* de apreciação da diversidade e tolerância perante a diferença (Lough, 2014, p.48), para que competências interculturais sejam desenvolvidas. Contudo, o esforço para não discriminar a outra pessoa, bem como a sua cultura pode fazê-las sentir-se estereotipadas (Morris, 2014, p.190). No entanto, quantas mais experiências interculturais as pessoas protagonizarem, com mais naturalidade irá ser encarada.

Segundo Elena Basarab (2015) e Michael Morris (2014), o aumento de emigrantes, imigrantes expatriados e estudantes em mobilidade internacional é essencial que, cada vez mais, haja formação a nível das competências interculturais, bem como a sua sensibilidade tanto nas escolas e universidades, bem como nas empresas, uma vez que encontros interculturais fazem parte do dia-a-dia de qualquer cidadão, em qualquer lugar do mundo. É

neste sentido que muitas escolas e universidades promovem a vivência de experiências internacionais por parte dos seus alunos, nomeadamente a realização de estágios ou ações de voluntariado no estrangeiro, uma vez que, estas mobilizações podem contribuir fortemente para uma sociedade aberta à fluência de ideias entre pessoas e uma abertura relativamente a ajuda e diferença internacional. Estas experiências são muito benéficas para os alunos porque, além de desenvolverem competências de autonomia e resiliência, expõem estes jovens a diferentes questões relativamente à sociedade, à política e à economia. O contacto com pessoas de diferentes culturas são atividades multiculturais, capacitando-os com capacidades interculturais e com consciência de diferentes atitudes e crenças promovendo cidadania internacional, competências interculturais e desenvolvimento de contactos sociais (Lough, 2014, p.49).

Adquirir competências culturais implica respeitar as diferenças entre indivíduos e respetivas culturas e, nesse sentido, o papel da educação é fundamental, como forma de preparar os mais novos a entender e aceitar essas diferenças, incentivando-os a serem abertos e tolerantes (Basarab, 2015, p.40). Aquando a aprendizagem de uma nova língua estrangeira, não é adquirido apenas o conhecimento gramático dessa língua, mas também do modo e das condições de vida, preocupações e problemas que as pessoas dessa cultura enfrentam. Esta educação irá contribuir para cidadãos mais comunicativos, compreensivos, tolerantes e empáticos (Suchankova, 2014, p.1443). A compreensão cultural e o respeito pelas diferenças culturais são temas refletidos nas competências interculturais. No entanto, estes dois tópicos devem ser praticados mutuamente (Dalib, 2014, p.134), ou seja, algo que possa ser rude no nosso ponto de vista, pode ser visto como algo amigável noutra ponto de vista e, nesse sentido, é importante pensar que é algo culturalmente diferente e que é importante respeitar essa diferença, tal como é importante que os outros respeitem essa diferença também. Dessa forma, para desenvolver competências interculturais, alguns ensinamentos interculturais são fundamentais, nomeadamente informações sobre diferenças culturais (a própria e outra cultura diferente), identificação das diferenças culturais e possíveis barreiras de comunicação. A este propósito é importante ter consciência das diferenças entre indivíduos, nomeadamente no que concerne à educação, pontualidade, emoções, gastronomia, hábitos de vestir, tabus, religião, governo, atitude perante a família (Basarab, 2015, p.40), uma vez que este tipo de pormenor pode fazer toda a diferença numa experiência intercultural, por

exemplo o simples facto de dar um “cachaço” sem malícia é visto pelos Árabes como algo amigável, no entanto, o mesmo gesto é visto pelos Malásios como rude (Dalib, 2014, p.133).

Embora tenha pensado que as diferenças culturais entre as pessoas iriam suavizar-se com o avanço do processo da globalização e que, conseqüentemente, reduziria os desafios que as organizações enfrentam, bem como as diferenças entre os próprios colaboradores. No entanto, essa situação não se verificou, uma vez que as organizações e empresas estão, cada vez mais, expostos a contato com uma maior diversidade de culturas (devido ao maior número de colaboradores de diferentes culturas, consequência da globalização, abertura de fronteiras e maior facilidade de movimentação), o que aumenta a necessidade de aquisição de competências interculturais e aprender sobre o conceito tanto por parte dos colaboradores como dos próprios gestores e diretores (Morris, 2014, p.190). Neste âmbito, os locais de trabalho são cada vez mais diversificados a nível cultural (Morris, 2014, p.190) e, por isso, é fundamental que os administradores das empresas tenham especial atenção aquando a contratação de novos colaboradores, uma vez que é provável que haja um choque cultural posterior ao êxtase inicial - situações que antecedem a fase da adaptação e integração (Basarab, 2015, p.40). e, por essa razão, não devem ser apenas os colaboradores com funções de atendimento ao público que devem ter sensibilidade cultural, mas também os próprios administradores das empresas, uma vez que também têm a necessidade de comunicar e relacionar-se com os seus funcionários que, derivado ao aumento da emigração/imigração, estes podem possuir diferentes *backgrounds* culturais (Morris, 2014, p.2).

5.4 Viagens vendidas: O caso de Espanha, Marrocos e Tailândia

No decorrer do estágio curricular na agência de viagens, a estagiária teve a possibilidade de, juntamente com as colegas, vender viagens para os mais diversos destinos, nomeadamente para Marrocos, Espanha e Tailândia. E é nesse sentido que se manifesta importante introduzir alguns pontos importantes sobre esses territórios. Assim, nos próximos 3 pontos, faz-se um enquadramento territorial e cultural, como objetivo de destacar a importância de conhecimentos interculturais (neste caso acerca dos três destinos mencionados) e de fornecer toda a informação necessária ao cliente que se irá deslocar para este destino e para lhe que facilite a sua integração e que esteja preparado para eventuais choques culturais, religiosos e sociais.

5.4.1 Marrocos

Durante o estágio curricular foram vendidas viagens para Marrocos, entre maio e setembro, com estadias superiores a 2 semanas.

Verificando as datas foi importante clarificar os clientes de que iriam viajar durante uma altura peculiar para os muçulmanos: o Ramadão (durante 2018 verificou-se entre 16 de maio até 14 de junho). Em forma de introdução, o Ramadão é o nono mês do calendário Islâmico (o nosso calendário é o calendário Gregoriano) em que, durante um mês os muçulmanos pedem perdão pelos seus pecados passados e praticam um jejum durante o dia e rezam mais vezes do que o habitual. O principal impacto para estrangeiros nesta altura é relativamente aos horários: pode surgir algumas mudanças nos horários dos meios de transporte locais nomeadamente comboios, autocarros, aviões. Os comércios ficam com os horários mais encurtados – abrem mais tarde e fecham mais cedo do que o normal -, tal como monumentos, museus e atrações turísticas.

Marrocos é um país localizado no Norte do continente africano, onde as línguas oficiais são o árabe padrão e o amazigue, no entanto, no quotidiano os árabes falam *darija* (árabe marroquino), nas regiões mais urbanas utiliza-se o francês, no norte do país o espanhol e o inglês é falado apenas nos locais mais turísticos. A moeda marroquina é o Dirham (Portal das Comunidades Portuguesas, 2018, s.p.).

É obrigatório apresentar passaporte com 3 meses de validade e, para cidadãos portugueses que pretendam alojar-se no país além dos 90 dias, é necessário o visto (Portal das Comunidades Portuguesas, 2018, s.p.). É ainda recomendada, mas não obrigatória, a tomada de diversas vacinas: vacina da hepatite A e B, vacina contra a febre tifoide (Portal das Comunidades Portuguesas, 2018, s.p.).

5.4.2 Espanha

As viagens para Espanha eram muito mais regulares devido à proximidade territorial, bem como à similaridade entre as culturas portuguesa e espanhola. Foram vendidas viagens para este destino durante os 5 meses em que o estágio decorreu e reservadas viagens para os seguintes meses (até ao mês de outubro). Estas viagens tinham normalmente a duração de uma ou duas semanas e eram escolhidos destinos como Benidorm, Huelva, Valência, Cidade Real, Sevilha, Cartagena, Madrid, Ilhas Canárias e Ilhas Baleares, maioritariamente. Para todos os nossos clientes estavam clarificados quanto à língua do local de destino, que era o

espanhol/castelhano, a moeda é o Euro tal como em Portugal. No entanto, havia sempre dúvidas por parte de alguns clientes relativamente à documentação necessária e, nesse sentido, seria importante referenciar de que apenas é necessário o Cartão de Cidadão ou Bilhete de Identidade e o Cartão de Saúde Europeu (por precaução). Visto que Espanha é membro da União Europeia e que integra o Espaço Schengen, não é necessário visto nem passaporte para cidadãos portugueses (Portal das Comunidades Portuguesas, 2018, s.p.). Relativamente à saúde, não há vacinação recomendada, além das já obrigatórias em Portugal.

Contudo, e embora a diferença entre Portugal e Espanha não sejam muito acentuadas, há sempre alguns pormenores que qualquer estrangeiro (até o português!) pode estranhar, nomeadamente os horários dos diversos comércios: normalmente das 9h às 13:30h/14h e das 16:30h/17h às 20h/20:30h durante a semana e aos sábados à tarde e domingos estão fechados e os híper e supermercados estão abertos em horário contínuo (9h até às 22h) de segunda-feira ao sábado e fecham ao domingo, algo que não acontece em Portugal, visto que estão também abertos ao domingo em horário normal.

5.4.3 Tailândia

Durante o estágio curricular foi vendida uma viagem para Tailândia, um percurso cultural em várias cidades, através do JADE operador turístico, para o mês de setembro para duas pessoas, com a duração de 9 dias e 6 noites.

A Tailândia localiza-se no Sudeste Asiático e a sua capital é Bangucoque, e os seus principais atrativos turísticos são: Chiang Mai, Chiang Rai, Pattaya, Ayuuthaya, Ko Samui, Phuket Brabi e Ilhas Phi Phi. Este país possui cerca de 69 milhões de habitantes.

A viagem das duas clientes seria ao Norte da Tailândia: Bangkok e Chian Rai. O clima nestes locais é predominantemente subtropical (com muita humidade) e com mais intensidade de pluviosidade. A moeda nacional é o Baht e a língua oficial é o Thai, porém o inglês é falado com muita frequência e fluência o que facilita a comunicação entre nativos e turistas. A língua não é um problema neste tipo de viagem, uma vez que as clientes vão sempre acompanhadas por um guia do operador turístico com aptidões em línguas estrangeiras.

Foi também importante informar o cliente de que é necessário possuir o passaporte cuja validade é de 6 meses. Relativamente a vacinação, não há nenhuma vacina obrigatória, mas recomenda-se a vacinação contra as Hepatites A e B e também precauções relativamente à picada de mosquitos, devido ao dengue (Portal das Comunidades Portuguesas, 2018, s.p.).

5.5 Análise qualitativa

Foi realizada uma entrevista a Francisco Vivo e Ana Isabel Cortez, ambos naturais do Norte de Portugal e residentes atualmente nas ilhas Canárias, Las Palmas. O casal viajou para o Dubai e Abu Dhabi entre 5 e 13 de maio de 2018. O guião da entrevista pode consultar-se no anexo nº36.

5.5.1 Objetivo da entrevista

Esta entrevista foi realizada com o objetivo de compreender a experiência dos entrevistados num país totalmente diferente do da sua origem e residência atual no que concerne à religião, política, gastronomia, , diversas restrições relativamente ao vestuário e de demonstração de afeto em público, entre outros. Perceber se a experiência foi positiva ou negativa, se tiveram algum tipo de preocupação ou sentimento de insegurança. A entrevista foi realizada ainda para perceber se realmente é necessária uma preparação prévia das pessoas que desejem viajar para outros países e, principalmente, para países completamente diferentes da realidade do país de origem, e se se determina significativo o alerta à sensibilidade e consciência dos turistas perante as diferenças religiosas e culturais do país que visitam.

5.6 Os Emirados Árabes Unidos

De uma forma introdutória sobre a região, os Emirados Árabes Unidos são constituídos por sete Emirados: Abu Dhabi. Dubai Sharjah, Rás Al Khaimah, Umm Al Qwain, Ajman e Fujairah onde a língua oficial é o árabe, no entanto o inglês é uma língua muito falada e compreendida pelos habitantes, principalmente nos locais mais turísticos.

Segundo o Portal das Comunidades Portuguesas, Abu Dhabi é a capital, no entanto Dubai é a maior cidade e foram estas as duas cidades que os entrevistados visitaram e permaneceram durante a sua estadia. A viagem foi realizada entre 5 e 13 de maio, aquando a época mais quente do país começa a fazer-se sentir (as temperaturas entre maio e setembro variam entre os 35 e os 45°C). A moeda local é o Dirham (AED), o que não representa nenhum problema para estrangeiros que desejem trocar dinheiro de outras origens uma vez que o sistema bancário do país é moderno e muito eficiente

5.7 A experiência dos entrevistados

A viagem foi marcada numa agência de viagens em Las Palmas e, seguindo os desejos do casal, o agente de viagens construiu um itinerário com todos os sítios emblemáticos que queriam ser visitados. Quando aterraram no destino, tinham um guia árabe (dotado de conhecimentos em línguas estrangeiras, nomeadamente Espanhol e Inglês) à espera deles no aeroporto com o respetivo itinerário. A língua utilizada entre os viajantes e este guia em específico era a língua espanhola e, dependendo dos locais a visitar, o casal teve a oportunidade de passear em privado, e também em excursões juntamente com outros viajantes espanhóis. Durante a estadia de oito dias, não foi sentida qualquer tipo de insegurança por parte do casal: no aeroporto, no hotel, em passeios pelas ruas ou nas atrações turísticas.

Contudo, sentiram algumas restrições no vestuário apenas quando entraram nas mesquitas (nomeadamente na Sheikh Zayed Mosque), uma vez que são locais sagrados e mais conservadores. Foi uma situação que os clientes não estranharam, uma vez que todas estas informações foram dadas pelo guia com antecedência e de forma detalhada. Deste modo, já estavam previamente preparados para tais eventualidades. Se viajantes do sexo feminino não possuíssem nada que lhes cobrisse os pontos corporais que devem estar tapados nestes locais - cabelo, braços e pernas -, foi possível comprar nas entradas destes locais sagrados as vestimentas utilizadas para esse fim.

Semanalmente, era-lhes entregue um papel com informações relevantes: locais a visitar e grau de restrição no vestuário (de relaxado a restrito). Consoante o grau de restrição, o viajante teria de adequar o seu vestuário, aos locais a visitar nesse dia. Por exemplo, nas cidades o grau de restrição era mínimo, na medida em que os viajantes poderiam vestir-se descontraidamente e conforme o seu gosto (relaxado). No que diz respeito às mesquitas as restrições são consideradas nível máximo restrito por serem locais sagrados e, por isso, as mulheres teriam de se cobrir.

O casal mostrou-se extremamente impressionado com o avanço tecnológico e arquitetónico das duas cidades, nomeadamente estruturas visitadas como:

- **Burj Khalifa:** edifício localizado no Dubai, com 828 metros e 160 pisos. Concentra em si inúmeros recordes mundiais, nomeadamente: o maior edifício do mundo, a estrutura independente mais alta do mundo, piso ocupado mais alto do mundo, maior plataforma de observação ao ar livre do mundo, elevador com maior distância de

viagem do mundo, elevador de serviço mais alto do mundo e edifício com maior número de andares do mundo (Burj Khalifa, 2018, s.p.)

- **Joalheria Kanz:** onde se encontra exposto o maior anel do mundo com 64 kg de ouro e 5,1 kg de cristais Swarovski;
- **Mesquita do Sheikh Zayed:** é um edifício islâmico icônico da cidade, foi construído por Sheikh Mohammad Bin Sayed Al-Nahyan (o príncipe herdeiro de Abu Dhabi) e reúne em si um espírito tradicional abraçado a conceitos modernos e contemporâneos. Esta mesquita é a terceira maior do mundo com 22.412 metros quadrados (Abulqaraya, 2015, p.1);
- **Ferrari World:** é no parque da Ferrari World, em Abu Dhabi, que se localiza a mais rápida montanha russa do mundo que fornece aos seus clientes uma viagem de alta velocidade que dura menos de dois minutos, alcançando os 240 quilômetros por hora (Ferrari World Abu Dhabi, 2018, s.p.);
- **Hotel Burj Al Arab Jumeirah:** localizado no Dubai, foi considerado o hotel mais luxuoso do mundo várias vezes, oferecendo serviços e experiências como Rolls-Royce com motorista, viagens de helicóptero, acesso privado à praia e terraço com piscina e acesso a alguns dos melhores restaurantes do mundo, o Nathan Outlaw no Al Mahara (Burj Al Arab Jumeirah, 2018, s.p.);
- **Torre Cayan:** Arranha-céus localizado no Dubai, com 300 metros de altura e construído em espiral.

Relativamente à demonstração de afetos em público, o casal não arriscou partilhar carinhos ou mimos, uma vez que foram informados previamente pelo guia de que esses contatos não eram bem vistos pelos locais e, para não os desrespeitar, o casal não ousou esse tipo de manifestações em público para evitar situações de tensão ou desconforto para ambas as partes. Mesmo na capital, que a definiram como “...*bastante europeia*...” optaram por não manifestar afetos em público.

Relativamente à gastronomia local, o casal afirmou que provou muitas das especialidades tradicionais, nomeadamente nos campos árabes no deserto, e definiu-as como “...*boas e com imensas especiarias e muito sabor*...”. A par desta experiência, o casal deslocava-se ao maior centro comercial do mundo – o Dubai Square – para almoçar e jantar, onde era possível encontrar cadeias de restaurantes globalizadas e que também se encontram na Europa.

5.8 Resultados da análise qualitativa

Em suma, os locais descritos no ponto anterior, foram alguns dos visitados pelo casal e os mais impressionantes do seu ponto de vista tanto a nível cultural, como a nível arquitetónico e tecnológico.

No que concerne às restrições, o casal sentiu algumas (poucas) restrições relativamente a determinados vestuários, contudo já estavam preparados para essas circunstâncias pelos profissionais de turismo responsáveis pela organização da sua viagem, foram sempre informados do que era necessário e de todas as restrições existentes nos locais de visita e, por isso, não experienciaram nenhuma dificuldade derivada da falta de comunicação ou por limitações de conhecimentos em línguas estrangeiras.

Relativamente à segurança, não se sentiram de todo inseguros no país, aliás voltaram a sua casa contentíssimos com a experiência e com vontade de a repetir e recomendar, por acreditarem ser um local único e totalmente distinto de todos os locais que já visitaram.

6. Discussão e conclusão

Após um aprofundamento teórico sobre diferenças culturais e a importância de conhecimentos interculturais no âmbito das viagens e do turismo é fundamental realçar que, além destes conhecimentos culturais serem importantes para pessoas relacionadas diretamente com a área, é também importante a aquisição destes conhecimentos por qualquer cidadão, uma vez que, segundo vários autores como Hall (2001) e Lough (2014), as experiências interculturais estão cada vez mais presentes no quotidiano de todos – fruto de um mundo cada vez mais próximo, cada vez mais globalizado.

Pessoas que viajam de forma independente para locais diferentes do seu, devem investigar o local de destino para que se evitem grandes choques culturais, desilusões ou até situações piores despoletadas por diferentes formas de interpretação: algo que para uma população/cultura é encarado como algo normal, para outra pode ser interpretada como falta de respeito.

Pessoas que viajem através de agências de viagens ou consultores, é imprescindível que estes façam o seu trabalho de investigação e chamar a atenção do cliente para determinados pormenores significativos que poderão encontrar no local de destino, mesmo que a pessoa já saiba ou por mais singelo que seja o pormenor é sempre pertinente dar conhecimento para o cliente estar preparado para qualquer eventualidade.

Os clientes experienciarão vivências interculturais em qualquer contexto: nos aeroportos, em qualquer meio de transporte (quer no avião, quer no táxi ou no autocarro), na receção, na restauração e na animação do hotel, em passeios/atrações turísticas e até mesmo no trabalho ou quando vai realizar as suas compras semanais no supermercado mais próximo de sua casa.

Por isso, e respondendo à primordial questão de investigação, as competências interculturais são fundamentais para todos os profissionais do turismo, quer se esteja numa receção, num restaurante, numa agência de viagens (quer no balcão quer no acompanhamento de grupos em viagens), na aviação (quer no *check-in*, quer na porta de embarque, quer por parte da tripulação de cabine no próprio avião), mas também por todos os indivíduos, devendo esta incutização e sensibilização começar na escolaridade obrigatória. Em todas as funções em que mantém qualquer contato com o público, é essencial ter sensibilidade e conhecimento cultural para proporcionar o melhor serviço possível e

evitar desentendimentos, ou situações desagradáveis, tanto para o cliente como para o profissional e/ou entre profissionais.

7. Considerações finais

Esta demonstrou ser uma etapa muito enriquecedora e determinante para a conclusão do mestrado, na medida em que permitiu aprofundar e consolidar conhecimentos teóricos anteriormente adquiridos, e conquistar competências profissionais, possibilitando obter uma consciencialização do ambiente real de uma cultura organizacional, tal como de relações intra e inter organizacionais.

Com a realização deste estágio, foi possível estar exposta a novas atividades, diferentes formas de analisar, gerir e enfrentar conflitos e desafios, bem como a consolidação e aprimoramento de competências de comunicação e gestão de tempo, competências informáticas, competências contabilísticas e arquivísticas, de trabalhar em equipa, de lidar com *stress* e situações de pressão e, ainda competências comportamentais, nomeadamente a nível de organização, da dedicação, de trabalho de equipa, resiliência, proatividade, simpatia e empatia, competências estas fundamentais para funções de atendimento ao público.

Além de todas estas aprendizagens, este período de tempo em contato com a realidade do mercado laboral possibilitou o reconhecimento do setor turístico, de toda a logística necessária e sentido de responsabilidade que requer um profissional de uma agência de viagens.

Nesse sentido, foram fundamentais os conhecimentos teóricos adquiridos anteriormente, que se revelaram presentes durante todo o estágio, o que me permitiu estar conceptualmente preparada em diversos níveis, nomeadamente conhecimentos a nível:

- Contextual das empresas, bem como toda a lógica de compreensão e interpretação do funcionamento de uma organização, neste caso, uma organização público-privada adquiridos em Estratégia e Competitividade;
- De documentos administrativos, documentos oficiais e materiais de apresentação e recrutamento adquiridos em Português – Projeto de Aplicação;
- Da prestação de serviços, da importância do consumidor e da consciência dos desafios inerentes no contacto com o cliente adquiridos em Desenvolvimento de Novos Produtos;
- Comunicacional (inter e intrainstitucional), saberes ao nível da cultura, cultura como identidade, da globalização, interculturalidade e transculturalidade adquiridos em

Relações Político-Culturais (fundamentais para realização da componente de investigação);

- Gestão de competências, da diversidade linguística como uma vantagem competitiva e a importância da promoção do multilinguismo adquiridos em Línguas nas Relações Empresariais;
- De conceitos de liderança, gestão, inteligência emocional, humildade e abordagens comportamentais adquiridos em Comportamento e Liderança nas Organizações;
- Consciencialização do conceito de cultura e de globalização, das competências globais necessárias na atualidade, nomeadamente competências linguísticas, sociais e culturais, bem como adaptabilidade empatia e, acima de tudo, formação contínua adquirida em Relações Interculturais;
- Das línguas estrangeiras (nomeadamente o Inglês e o Espanhol) houve possibilidade de ouvir, compreender e comunicar claramente nestes idiomas com diversos clientes, competências consolidadas em Inglês - Projeto de Aplicação, a Espanhol - Projeto de Aplicação, e Português – Projeto de Aplicação.

Além de todos os conceitos e componentes teóricas, a componente prática do mestrado traz sempre consigo desafios imprevisíveis que necessitam uma solução proativa e eficaz, essencialmente no atendimento ao público, uma vez que o contato com o cliente pode ser eventualmente difícil e é necessário saber (e aprender!) a relacionarmo-nos com o cliente de forma empática e sempre com o objetivo de lhe fornecer o melhor atendimento possível, bem como as soluções mais adequadas à sua necessidade.

8. Referências bibliográficas

Abulqaraya, B. (2015). The Civic and cultural role of the Sheikh Sayed Grand Mosque. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, p.488-497. [Consultado a 12 de maio de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.065>.

Ayazlar, R. (2014). Dynamic packaging applications in travel agencies. *Procedia – Social and behavioral sciences*, p. 326-331. [Consultado a 18 de maio de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.125>.

Arli, S., Bakan, A. (2018). An investigation of the relationship between intercultural sensitivity and compassion in nurses. *International journal of intercultural relations*, p.38-42. [Consultado a 27 de abril 2019]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2017.12.001>.

Amadeus (2017). *Amadeus*. [Consultado a 18 de agosto de 2018]. Disponível em: <http://www.amadeus.com/msite/epower/index.html>.

Basarab, E. (2015). Education, cultural and intercultural relation. *Procedia – Social and behavioral sciences*, p.36-41. [Consultado a 21 de novembro de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.02.082>.

Burj Al Arab Jumeirah (2018). *Burj Al Arab Jumeirah*. [Consultado a 07 de novembro de 2018]. Disponível em: <https://www.jumeirah.com/en/>.

Burj Khalifa (2018). *Burj Khalifa*. [Consultado a 07 de novembro de 2018]. Disponível em: <http://www.burjkhalifa.ae/en/index.aspx>.

Calado, R. (2005). Competitividade de um destino turístico. *Câmara Municipal de Lagos*. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <http://www.am-lagos.com/amlagos/rassembleia/ficheiros/2%2018-04-2015.pdf>.

Chang, Y., Yeh, C. (2017). Corporate social responsibility and customer loyalty in intercity bus services. *Elsevier*, p.38-45. [Consultado a 23 de maio de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2017.07.001>

Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. 1ª Edição. Portugal: Editora McGraw - Hill de Portugal, LDA., 1997.

Cunha, L. (2001). *Introdução ao Turismo*. Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo.

Dalib, S., Harun, M., Yusoff, N. (2014). Reconceptualizing intercultural competence: A phenomenological investigation of students' intercultural experiences. *Procedia – Social and behavioral sciences*, 130-135. [Consultado a 23 de setembro de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.268>.

Domingues, C. M. (2013). *Prontuário Turístico*. 3ª Edição. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, S.A.

Ferrari World Abu Dhabi (2018). Ferrari World Abu Dhabi. Disponível em: [Consultado a 07 de novembro de 2018]. <https://www.ferrariworldabudhabi.com/en>.

Freitas, C. (2016). *Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento*. 6ª edição. Brasil: Sérgio Martins de Oliveira.

Fundação INATEL (2017). *Brochura INATEL Viagens – Coleção outono-inverno*.

Fundação INATEL (2018). *Brochura INATEL Viagens internacionais – Coleção primavera-verão*.

Fundação INATEL (2018). *Brochura INATEL Viagens nacionais – Coleção primavera-verão*.

Fundação INATEL (2017). *Fundação INATEL*. [Consultado a 06 de fevereiro de 2018]. Disponível em: <https://www.inatel.pt/>

Fundação INATEL (2018). *Circular N.º01/55+.PT.*, p.1-6.

Fundação INATEL (2018). *Manual Portal. Programas Governamentais*, p. 3-17.

Fundação INATEL (2018). Regulamento específico. *Programa INATEL 55+.PT.*, p. 1-11.

Fundação INATEL (2018). *Hotéis INATEL*.

Fundação INATEL (2016). *Passaporte de turismo INATEL*.

Fundação INATEL (2018). *Tabela de preços para associados*

Fundação INATEL (2011). *Vantagens INATEL*.

Hall, B. (2001). Motivation in the global village. *International Journal of Intercultural Relations*, p.389-404. [Consultado a 23 de setembro de 2018]. Disponível em: https://ac.els-cdn.com/S0147176701000128/1-s2.0-S0147176701000128-main.pdf?_tid=cf4bc21e2b4e-4069-87f68b33867d697&acdnat=1527335339_e33b7137610f952ec0fea5ba7ffcd393.

Horner, P. (1999). *Travel Agency Practice. Inglaterra: Addison Wesley Longman*.

Hofstede, G. (2005) *Cultures and organizations: software of the mind*.

Huber, D., Milne, S., Hyde, K. (2018). Constraints and facilitators for senior tourism. *Tourism management perspectives*, 55-67. [Consultado a 23 de setembro de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.04.003>.

Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (s/d). Programa Nacional de Turismo de Natureza. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em <http://www2.icnf.pt/portal/turnatur/ts/pntn>.

Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (s/d). Turismo de Natureza. [Consultado a 01 de setembro de 2018]. Disponível em <http://www2.icnf.pt/portal/turnatur/tn>.

International Air Transport Association (2018). International Air Transport Association. [Consultado a 23 de julho de 2018]. Disponível em: <http://www.iata.org/Pages/default.aspx>.

Inturismo (2018). *Programa autocarro Benidorm*.

Lough, B., Sherraden, M.; McBride, A., Xiang, X. (2014). The impact of international service on the development of volunteers' intercultural relations. *Social science research*, p.48-58. [Consultado a 23 de julho de 2018]. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ssresearch.2014.02.002> 0049-089X/.

Martens, P., Dreher, A., Noel, G. (2010). Globalisation, the global village and the civil society. *Elsevier*, p.574-582. [Consultado a 25 de julho de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2010.01.008>.

Morris, M., Savani, K., Mor, S., Cho, J. (2014). When in Rome: Intercultural learning and implications for training. *Elsevier*, p.189-215. [Consultado a 25 de novembro de 2018]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.riob.2014.09.003>.

Optigest (2018). Optigest. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <http://www.optigest.net/www/PT/>.

Portal das Comunidades Portuguesas (s/d). Marrocos. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <https://www.portaldascomunidades.mne.pt/pt/conselhos-aos-viajantes/m/233-ma>.

Portal das Comunidades Portuguesas (s/d). Espanha. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <https://www.portaldascomunidades.mne.pt/pt/conselhos-aos-viajantes/e/181-es>.

Portal das Comunidades Portuguesas (s/d). Tailândia. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <https://www.portaldascomunidades.mne.pt/pt/conselhos-aos-viajantes/t/290-th>.

Puppim de Oliveira, J. (2013). Responsabilidade social empresarial e investimentos, p.1. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9788535245547000142>.

Saúde *Prime* (2018). Saúde *Prime*. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <https://www.saudeprime.pt/>.

Sifianou, M. (2013). The impact of globalization on politeness and impoliteness. *Journal of Pragmatics*, 86-102. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pragma.2013.05.016>.

Software de Gestão - SAP (2018). Software de Gestão – SAP. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <https://www.sap.com/portugal/index.html>.

Suchankova, H. (2014). Developing intercultural competences during the language Tuiton. *Procedia – Social and behavirol sciences*, p.1439-1443. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <http://10.1016/j.sbspro.2014.01.412>

Tkaczynski, A., Arli, D. (2018). Religious tourism and spiritual leadership development: Christian leadership conferences. *Journal of hospitality and tourism management*, p.75-84. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.004>.

Trompenaars, F. & Hampden Turner, C. (1997). *Riding the Waves of Culture*. London: Nicholas Brealey Publishing.

Turismo de Portugal (2006). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – City Breaks*, Lisboa, 9.

Turismo de Portugal (2006). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – Gastronomia e Vinhos*, Lisboa, 9.

Turismo de Portugal (2006). *10 Produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal – Saúde e Bem-estar*, Lisboa, 8-24.

Turismo de Portugal (2011). *Plano Estratégico Nacional do Turismo Propostas para Revisão no Horizonte 2015 – Versão 2.0*, Lisboa, 1.

UNWTO (2016). Manual on accessible tourism for all: *Principles, tools and best practices*. [Consultado a 18 de maio de 2019]. Disponível em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/moduleieng13022017.pdf>.

Zhang, X., Zhou, M. (2019). Interventions to promote learners' intercultural competence: A meta-analysis. *International Journal of Intercultural Relations*, p.1-2. [Consultado a 28 de agosto de 2019]. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2019.04.006>

Anexos

Plano de estágio

- **Nome completo da aluna:** Mariana Soares de Catarina
N.º Mecanográfico: 83290
Endereço eletrónico: marianasoarescatarina@ua.pt
Contacto: +351 964 285 927
- **Nome da empresa / instituição:** Agência INATEL Turismo
Endereço postal: Rua de São Pedro 10, 7900-538 (Viana do Castelo)
Página web:
http://www.turismo.inatel.pt/optitravel/online/www/layout05/agencias_list.php?store=21
Contacto(s): +351 258 823 357
- **Nome do responsável pela empresa / instituição:** Nuno Silva
Endereço eletrónico: Nuno.silva@inatel.pt
Contacto(s): +351 211 156 029
- **Nome do/a Supervisor/a do Estágio Curricular:** Fátima Guia
Endereço eletrónico: inatel.vcastelo@inatel.pt
Contacto(s): +351 258 823 357

Atividades a realizar durante o Estágio:

- **Atendimento e aconselhamento aos clientes** (sugerir qual a melhor época para viajar para determinado destino; aconselhar na escolha do seguro de viagens adequados à necessidade do cliente; aconselhar no vestuário adequando-o às culturas locais com o objetivo de evitar choques culturais; recomendar determinados cuidados, consoante o destino, para evitar problemas de saúde - cólera, dengue, malária -; informar sobre a necessidade ou não de determinada vacinação ou medicamentos antes da viagem, etc.);
- **Organizar, promover e agendar serviços turísticos** (excursões turísticas, visitas, programas, etc.);
- **Apresentar preços** (de viagens, pacotes turísticos e de programas);
- **Assegurar todos os procedimentos inerentes à viagem** (reserva de bilhetes de transporte, alojamento – regime alimentar, tipo de hotel, etc. -, aluguer de automóvel, programas de entretenimento, entre outros)
- **Orientar os clientes relativamente à documentação necessária para a viagem** (passaporte, BI/cartão de cidadão, vistos, pagamento de determinadas taxas à entrada/saída do país, necessidade de apresentar boletim internacional de vacinas, etc.)
- **Prestar informações relativas ao destino** (quais os locais de interesse turístico a visitar, informar sobre que tipo de cultura irá encontrar no local de destino,

localização do hotel, clima do destino, hábitos da população nativa, moeda, vistos, câmbio, etc.) e à viagem (rota do avião, escalas, horários e tarifas)

- **Assistência ao cliente durante a sua viagem caso necessário:** As agências de viagens Inatel Turismo atuam um pouco por:
 - **Toda a Europa:** Espanha, Itália, Croácia, Eslovénia, Áustria, República Checa, Hungria, Eslováquia, Holanda, Bélgica, França, Dinamarca, Suécia, Estónia, Alemanha, Grécia, Montenegro, etc.
 - **Todo o mundo:** Rússia, Brasil, Estados Emirados Árabes, Qatar, etc.

E, caso necessário, gerir e resolver conflitos que possam existir durante a viagem ou durante a estadia. A língua de comunicação utilizada será o espanhol e o inglês, essencialmente.

Cronograma das atividades indicadas, ao longo dos 5 meses do Estágio:

Actividades/Datas	Janeiro 2018	Fevereiro 2018	Março 2018	Abril 2018	Mai 2018	Junho 2018
Integração na equipa de trabalho						
Relacionamento com o público						
Prestação de informações						
Orientação de clientes						
Confirmação de procedimentos inerentes à viagem						
Orçamentação						
Organização, promoção e marcação de serviços turísticos						
Organização de documentos						

Anexo 1 – Plano do estágio curricular

	Inatel Saúde	Inatel Saúde +	Inatel Saúde Dentária	Inatel Saúde Prata	Inatel Saúde Ouro
Rede Médica	✓	✓		✓	✓
Rede de Medicina Dentária	✓	✓			
Rede de Medicina Dentária (com alguns atos médicos gratuitos)			✓	✓	✓
Rede de Saúde e Bem Estar	✓	✓		✓	✓
Rede de Enfermagem	✓	✓		✓	✓
Check Up Anual (40€) (1)	✓	✓		✓	✓
Assistência Médica ao Domicílio		✓			✓

Anexo 2 – Serviços de saúde e respetivas características (Saúde Prime, 2018, s.p.)



Dias Tranquilos 2018

Programa Válido para estadas mínimas de um mês

MÊS	Unidade Hoteleira
JANEIRO	INATEL Albufeira Hotel ***
FEVEREIRO	INATEL Foz do Arelho Hotel ***
MARÇO	INATEL Cerveira Hotel ****
ABRIL	INATEL Castelo de Vide Hotel Jardim *** & São Paulo **
MAIO	INATEL Luso
JUNHO	INATEL Manteigas Hotel ***
JULHO	INATEL Entre-os-Rios
AGOSTO	INATEL Oeiras
SETEMBRO	INATEL Piódão Hotel ****
OUTUBRO	INATEL Vila Ruiva Hotel ****
NOVEMBRO	INATEL Caparica
DEZEMBRO	INATEL Santa Maria da Feira

INCLUI:

- Alojamento em pensão completa, acrescido de lanche e ceia
- Limpeza de roupa (25 peças)

NÃO INCLUI:

- Transporte
- Visitas e/ou animação
- Acompanhamento de animador

Reservas diretamente nas UH's ou nas UDL's

Mais informações: inatel.pt | [fb/inatel.portugal](https://www.facebook.com/inatel.portugal)

Anexo 3 – Divulgação do programa Dias Tranquilos para 2018

INATEL 55+.pt

5 NOITES EM PENSÃO COMPLETA E ATIVIDADES

1ª FASE

ABRIL - MAIO 2018

Rendimento mensal	Data de inscrição	Valor a pagar
Escalão 1 Até 1 IAS - 428,90€ (inclusivo)	3 a 6 de abril	*0€
Escalão 2 A partir de 1 IAS (428,90€) até 2 IAS (857,80€) (inclusivo)	3 a 6 de abril	115€
Escalão 3 A partir de 2 IAS (857,80€) até 2,5 IAS (1072,25€) (inclusivo)	9 a 13 de abril	184€
Escalão 4 A partir de 2,5 IAS (1072,25€)	9 a 13 de abril	459€

Inscrições já a partir de 3 de abril
Lugares limitados!

IAS = Índice de Apoio Social = 428,90€
*Obrigatório o pagamento de Caução no valor de 450€ por pessoa, reembolsável após o regresso da viagem.

Programa com o apoio de:
Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social
Turismo de Portugal, IP
Fundo Social Europeu (Programa Operacional Inclusão Social e Emprego).

Inscrições nas Unidades Orgânicas INATEL

Informações nas Unidades Orgânicas INATEL, pelo e-mail: 55+@inatel.pt ou pelo telefone geral: 210 072 329 | 210 072 330

Anexo 4 - Informação sobre o programa INATEL 55+

VIAGENS NACIONAIS 2018
28 FEV - 14 MAR 2018
Campanha BTL
Até **-10%** sobre preço base do 2º passageiro
-5% em reservas individuais

PRAIA E PASSEIOS-FOZ DO ARELHO
23 A 30 JUNHO
VILA REAL | VISEU | COIMBRA
30 JUNHO A 07 JULHO
GUARDA | COVILHÃ | FUNDÃO
CASTELO BRANCO | PORTALEGRE
07 A 14 JULHO
VIANA DO CASTELO | BRAGA | PORTO | AVEIRO
25 AGOSTO A 01 SETEMBRO
BEJA | Évora | Setúbal
Valor: 516€

ALTO MINHO MARAVILHOSO
16 A 21 JULHO
GUARDA | VISEU | AVEIRO | PORTO
30 JULHO A 04 AGOSTO
PORTALEGRE | CASTELO BRANCO
FUNDÃO | COVILHÃ
03 A 08 SETEMBRO
FARO | BEJA | Évora | Setúbal
10 A 15 SETEMBRO
LISBOA | SANTARÉM | LEIRIA | COIMBRA
Valor: 462€

MARAVILHAS NATURAIS DAS BERLENGAS
14 A 16 JULHO
CHAVES | VILA REAL | VISEU | COIMBRA
13 A 15 DE SETEMBRO
FARO | BEJA | GRÁNDOLA | LISBOA
Valor: 259€

VIAGENS INTERNACIONAIS 2018
28 FEV - 14 MAR 2018
Campanha BTL
Até **-10%** sobre preço base do 2º passageiro
-5% em reservas individuais

HOGUERAS DE SAN JUAN EM ALICANTE
20 A 25 JUNHO
LISBOA | PORTO | FARO
FUNCHAL | COIMBRA
Valor: 807€

ARMÉNIA: UMA VISITA AO JARDIM DO EDÉN
23 A 30 DE JUNHO
LISBOA
Valor: 1580€

ENCANTOS DO BÁLTICO
28 DE JULHO A 03 DE AGOSTO
LISBOA | PORTO | FARO | FUNCHAL
Valor: 1601€

CHINA MILENAR COM HONG KONG E MACAU
16 A 26 DE AGOSTO
LISBOA
Valor: 3082€

VIAGENS OPERADORES 2018
28 FEV - 14 MAR 2018
Campanha BTL
ISENÇÃO DA TAXA DE RESERVA
Até **-20%** sobre preço base do 2º passageiro
-5% em reservas individuais

Anexo 5 – Folhetos publicitários da Campanha BTL



Anexo 6 – Interior do documento de fidelização (Passaporte de Turismo da INATEL, 2018, p.2-3)



Bem-vindo Agência Viana Do Castelo , Viana do Castelo [Log-out](#)

Pesquisar Voo

Ida e volta Só ida Vários Destinos

De Para

Data de Partida Selecionar Selecionar

As minhas datas são flexíveis! (+/- 3 dias)

Passageiros

Adulto (12+) Criança (2-12)

Bébé (0-2)

[Pesquisa avançada](#) [Apagar os critérios de pesquisa](#)

Gestão de Reservas

Localizador da Reserva Nome do Passageiro

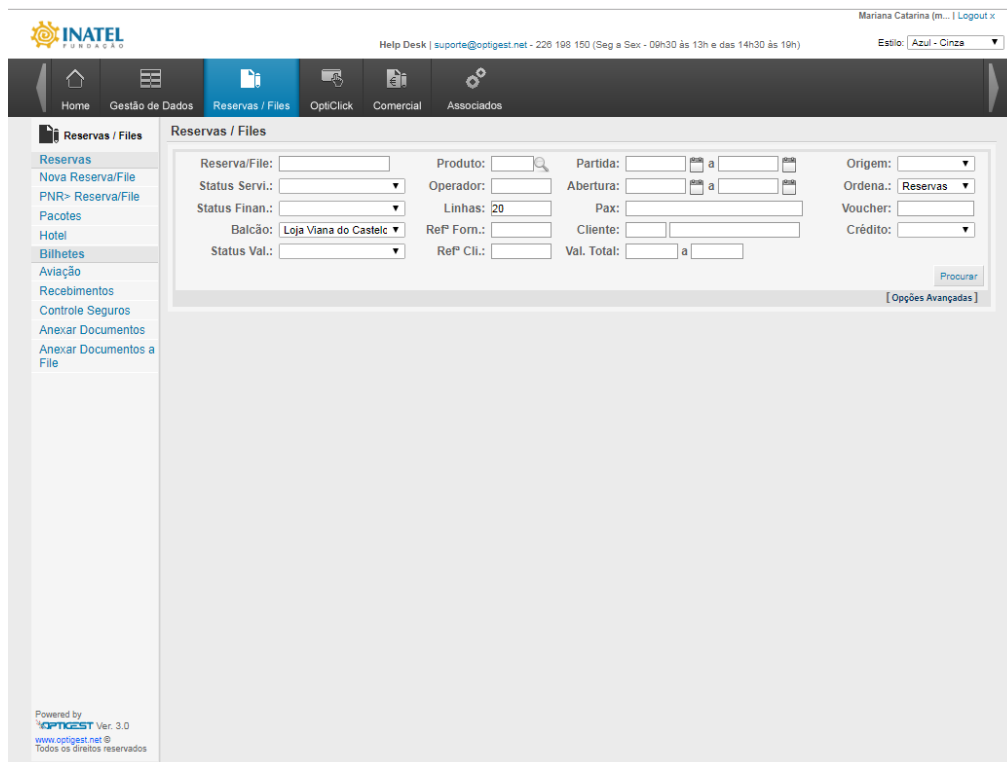
Data de Início Data final

Nome da Viagem

PNR	Data	Nome da Viagem	Última data para emissão	Comentário	Estado
J548XI	21/02/2018	214424	23/02/2018		Emissão posterior off-line

1

Anexo 7 – Visão geral da ferramenta Amadeus e-Power



Anexo 8 - Visão geral do sistema Optitravel (Optitravel, 2018, s.p.)



Anexo 9 - Visão geral da página de entrada (Optitravel, 2018, s.p.)



**Caro Parceiro,
Insira o seu Código B2B, Utilizador e respectiva Password.**

Código B2B: Utilizador: Password:

© Copyright Fundação Inatel

Anexo 10 - Visão ao inserir códigos B2B

[Terminar Sessão]

Programas Governamentais
 Programa: Inatel 55+.pt-1ª fase-Elegíveis x

Programas Activos | Minhas Inscrições | Informações | Meus Dados

[Voltar à Ficha de Inscrição](#)

Inserir na Inscrição 120019 🔍

Participante: 78455

Identificação:(*)

NIF:(*)

Título:(*)

Nome:(*)

Data Nascimento:(*)

Morada:(*)

Código Postal:(*)

Pais:(*)

Sexo:(*)

Contacto Telefónico:(*)

Email:

(*) Campos de carácter obrigatório

i Está-lhe a ser solicitado a recolha do Rendimento Bruto Anual do agregado do Participante e o número de sujeitos passivos. Para mais esclarecimentos consulte o regulamento do Programa.

IRS (Valor Anual Bruto):(*)

IRS (Número de Sujeitos Passivos):(*)

FUNDAÇÃO INATEL * todos os direitos reservados * powered by Optigest - 2018

[Terminar Sessão]

Programas Governamentais
 Programa: Inatel 55+.pt-1ª fase-Elegíveis x

Programas Activos | Minhas Inscrições | Informações | Meus Dados

[Voltar à Listagem de Fichas de Inscrição](#)

Ficha de Inscrição

Id	Agência	Data de Criação	Status
120019	AGÊNCIA INATEL VIANA DO CASTELO	2018-04-06 09:24:17	Em Trabalho

Participantes

ID Part.	Quarto	Pax	Escalão	Dieta	C.Rodas	Acção
0	DBL1-1	0	<input type="text"/>	<input type="text"/>	[Inserir] -
0	DBL1-2	0	<input type="text"/>	<input type="text"/>	[Inserir] -

Anexos Participantes

Sem anexos.

Viagem

[+ Adicionar Viagem]

Ordem	Descrição	L. Partida	Ordenar	Acção
Documentação para Agência INATEL: <input type="text"/>				
Local de Partida Preferencial: <input type="text" value="nd"/>				
Aceito o Regulamento <input type="checkbox"/>				
[Informações oficiais atualizadas]				

FUNDAÇÃO INATEL * todos os direitos reservados * powered by Optigest - 2018

Anexo 11 - Inserção das informações do cliente para inscrição no programa INATEL 55+

Abertura de Novo Associado Individual ↑ Voltar

↶ Abrir Leitor de Cartão de Cidadão ⓘ

-- Informações Cliente --

Nome:

Qualidade Associado:

Identificação: Check Digit

Data de Nascimento:

Nº Contribuinte:

Sexo:

Telefone:

Telemóvel:

Email:

Estado civil:

Nacionalidade:

-- Morada --

Morada:

Código Postal:

Concelho:

Distrito:

Pais:

Zona: NACIONAL

-- Apartado --

Apartado:

Código Postal:

Localidade:

-- Débito Directo (SDD) --

Aderir ao Débito Directo:

NIB:

-- Outras Informações --

Balcão:

Anexo 12 - Visão aquando a inscrição de um novo associado (Optitravel, 2018, s.p.)

Mariana Catarina (m... | Logout x)

Help Desk | suporte@optigest.net - 226 198 150 (Seg a Sex - 09h30 às 13h e das 14h30 às 19h) Estilo: Azul - Cinza ▾

Home | **Gestão de Dados** | Reservas / Files | OptiClick | Comercial | Associados

Gestão de Dados > **Cientes**

Cód.Cliente: Nº Associado: Nome:
 Doc. ID: NIF: Cod. SAP:
 Tipo Cliente: Tipo Assoc.: Qual. Assoc.:
 Distrito: Todos Concelho: Cód. Postal: até
 Data Nasc.: a Balcão: Ordenação:

[Opções Avançadas](#) [Procurar](#)

Introduza um dos critérios pelo qual pretende pesquisar.

Anexo 13 – Visão aquando a procura do associado (Optitravel, 2018, s.p.)

FICHA DO CLIENTE Nº 25340 [COD SAP: 25340] ASSOCIADO Nº: 187957 [Anos de sócio: 23] [Associado atualizado até dia 2018-12-31]

Associado com quotas em dia:2018 Conta Corrente [Operações](#) [Imprimir Ficha](#) [Adesão Débito Direto](#) ⓘ

Anexo 14 – Pagamento de quotas e emissão de respetivos documentos - fatura e recibo (Optitravel, 2018, s.p.)

FICHA DO CLIENTE N° 25340 [COD SAP: 25340]	ASSOCIADO N°: 187957 [Anos de sócio: 23] [Associado atualizado até dia 2018-12-31]
Associado com quotas em dia:2018	Conta Corrente Operações Imprimir Ficha Adesão Débito Direto

Anexo 15 – Alterar a qualidade do associado

Associado

Mudar de Associado a Não Associado

Passar Associado a Não Associado ? Sim Não Motivo: [Alterar](#)

(Quotas pendentes serão anuladas)

- Excluído por quotas por pagar
- Excluído por quotas por pagar
- Desistiu
- Faleceu
- Irradiado
- Desistência por serviços indisponíveis
- Suspensão de associado
- Campanhas de Recuperação

Mudar Qualidade de Associado

Mudar qualidade de Associado : [Alterar](#)

Mudar Balcão base de Associado

Mudar balcão do Associado : [Alterar](#)

Anexo 16 - Aquando a alteração da qualidade de associado

INATEL FUNDAÇÃO

Help Desk | suporte@optigest.net - 226 198 150 (Seg a Sex - 09h30 às 13h e das 14h30 às 19h) Estilo: Azul - Cinza

Home Gestão de Dados Reservas / Files OptiClick Comercial Associados

Reservas / Files

Reservas / Files > Pacotes

Cód.: Nome: Partida: 2018-03-23

Destino: Brochura: Ordenar: Nome

Linhas: 8 Categoria: Status Int.: OK [Procurar](#)

Imagem	Nome	Brochura / Área de Negócio	Categoria / Subcategoria	Local de Partida	Validade	Preço Desde
	ROTA DO LEITÃO E VINHO DA BARRADA (18RLEVB1)	VIAGENS NACIONAIS TURISMO	GASTRONOMIA E VINHOS/ Gastronomia e Vinhos	Setúbal Santarém Lisboa	07/Abr 08/Abr	158.00€ Seguinte Rooming Itinerário Preços
	ROTA DO LEITÃO E VINHO DA BARRADA (18RLEVB2)	VIAGENS NACIONAIS TURISMO	GASTRONOMIA E VINHOS/ Gastronomia e Vinhos	Viseu Vila Real Aveiro	05/Mai 06/Mai	157.00€ Seguinte Rooming Itinerário Preços
	ROTA DO LEITÃO E VINHOS DA BARRADA (18RLEVB3)	VIAGENS NACIONAIS TURISMO	GASTRONOMIA E VINHOS/ Gastronomia e Vinhos	Viana do Castelo Porto Braga	16/Jun 17/Jun	157.00€ Seguinte Rooming Itinerário Preços

Pág. 1 / 1 (Registos: 3)

Anexo 17 – Visão geral do pacote procurado

INATEL FUNDAÇÃO

Help Desk | suporte@optigest.net - 226 198 150 (Seg a Sex - 09h30 às 13h e das 14h30 às 19h) Estilo: Azul - Cinza

Home Gestão de Dados Reservas / Files OptiClick Comercial Associados

Reservas / Files

Reservas / Files > Pacotes

ROTA DO LEITÃO E VINHOS DA BAIRRADA

Datas: 16 a 17 junho 2018
Partidas: Viana do Castelo | Braga | Porto

Partidas de 16JUN a 17JUN 18 em programa(s) de 1 noites.

Escolha a sua opção	Partidas	Regime	Duplo	Single	Criança
<input checked="" type="radio"/> Opção Base	16JUN - 17JUN	Conforme itinerário	157.00	169.00	0.00

Opções de reserva

Cliente

Data de Partida: 16-JUN-2018 Local de Partida: Braga (BRG) - Av. Central, 77 | Agên

Selecione o quarto: Duplo Idade

Adicionar mais quartos

PREÇO FINAL
324.00€
(2 pessoas)

DISPONIBILIDADE
Confirmação Imediata

Seguinte >>

Anexo 18 - Visão aquando iniciação de uma reserva (Optitravel, 2018, s.p.)

taxa não sócio

Fundação INATEL - Loja Viana do Castelo

Enviado: sex 09-02-2018 11:39

Para: Ana Margarida Mira

Cc: 'Fátima Guia'; Cristina Amorim; 'Carina Rodrigues'

Olá, bom dia.

Solicitamos o lançamento da taxa de não sócio na reserva número 214406, são duas pax.

Aguardando,

Com os melhores cumprimentos,

Mariana Catarina

Atendimento

Unidade Orgânica Local de Viana do Castelo

T. +351 258 823 357

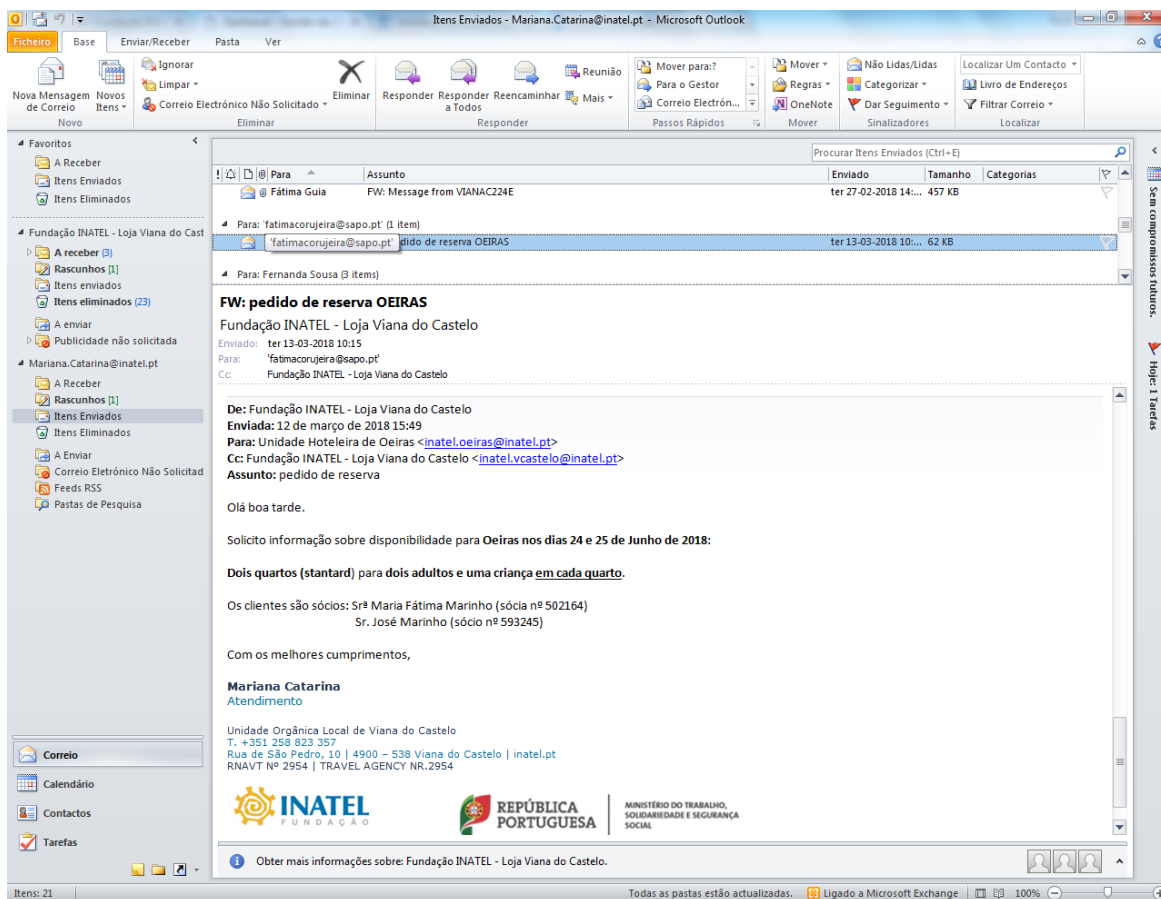
Rua de São Pedro, 10 | 4900 - 538 Viana do Castelo | inatel.pt

RNAVt Nº 2954 | TRAVEL AGENCY NR.2954

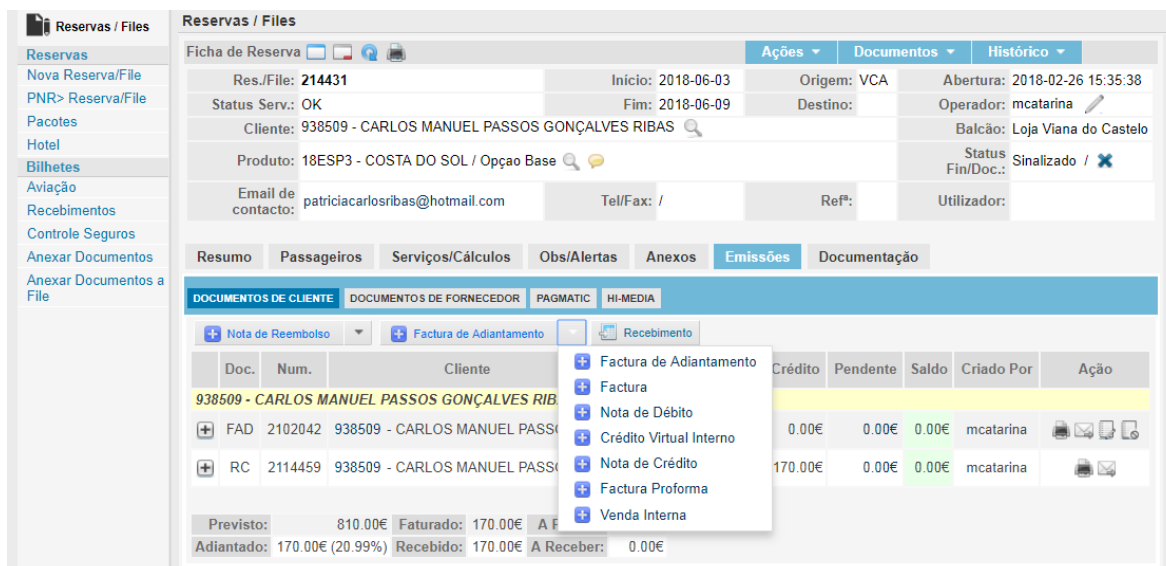


MINISTÉRIO DO TRABALHO,
SOLIDARIEDADE E SEGURANÇA
SOCIAL

Anexo 19 - Pedido de acréscimo da taxa de não-associado por e-mail ao departamento de operações e reservas



Anexo 20 – Pedido de reserva via e-mail a uma UH da INATEL



Anexo 21 – Visão aquando pagamento de uma reserva (Optitravel, 2018, s.p.)

Seleccione Método de Pagamento --

- Cheque
- Dinheiro
- EUR EXPERIENCIA 25
- EUR EXPERIENCIA 50
- Multibanco
- Talão BP
- Transferência
- Vale Correio
- Visa

Sub-total:(EUR) 908.00
IVA:(EUR) 0
Total (EUR): 908.00

	Dt.Movimento	Referência	Descrição	Valor
1	2018-03-14			0
2	2018-03-14			0
Total:				0.00

Criar Documento

Anexo 22 – Visão quando escolha do método de pagamento (Optitravel, 2018, s.p.)

MENÚ **SOLTOUR** VIAJAMOS CONTIGO LOGIN AGENCIAS

Férias Hotéis Voos

Oporto (Porto) (OPO) Menorca 12/07/2018

Noites: 7 Quartos: 1 2 3+ Passageiros: 1 2 3+ Idade: 30 30

Só voos diretos
 Buscar datas de saída alternativas

Indique as idades que terão no momento da viagem.

PROCURAR

RESERVAR

Anexo 23 – Visão ao iniciar um orçamento/reserva (Soltour, 2018, s.p.)

Férias

Em continuação informamos ao detalhe os serviços orçamentados

Resumo do orçamento

Origem	Porto (Francisco Sa Carneiro), Portugal	Preço Total 1.601€
Saída	12/07/2018	
Destino	Menorca	
Estadia	7 noites	

Se deseja salvar o orçamento, preencha os dados que aparecem abaixo na seção "Salvar orçamento". Uma vez salvo, pode ir a qualquer agência de viagens para formalizar a compra. Lhe enviaremos uma cópia do orçamento para o email fornecido.

Voos seleccionados [Alterar voo](#)

DATA	COMPANHIA/VOO	TARIFA	SAÍDA	CHEGADA	PAX
Ida 12/07/2018	HORIZONT HATS124	Básica	07:00 Porto Francisco Sa Carneiro	10:00 Menorca Menorca	2
Esta tarifa inclui 1 peça de bagagem (ver Informação importante)					
Regresso 19/07/2018	HORIZONT HATS125	Básica	17:15 Menorca Menorca	18:20 Porto Francisco Sa Carneiro	2
Esta tarifa inclui 1 peça de bagagem (ver Informação importante)					

Anexo 24 – Exemplo de uma simulação de reserva (Soltour, 2018, s.p.)

Informação importante ▼

Titular da reserva (*) Campos obrigatórios

Introduza os dados de telefone e e-mail do titular da reserva para poder nos contactar em caso de qualquer incidente que possa surgir durante a sua viagem.

Copiar dados do titular da reserva como passageiro 1

Passageiros (*) Campos obrigatórios

Introduza os nomes e os apelidos tal como aparecem no passaporte ou no BI/CC.

Observações (*) Campos obrigatórios

Preencha nesta secção qualquer observação que queira fazer acerca da reserva.

Anexo 25 – Informação a inserir sobre o cliente (Soltour, 2018, s.p.)

The screenshot displays a web-based interface for managing travel reservations. The top navigation bar includes options like 'Home', 'Gestão de Dados', 'Reservas / Files', 'OptiClick', 'Comercial', and 'Associados'. The main content area is titled 'Reservas / Files' and shows details for a specific reservation (Res./File: 214465) starting on 2018-09-03 from Porto to Porto Santo. It lists the client as Paulo Jose Gavinho Castro and the product as 'INDIVNAC - INDIVIDUAIS NACIONAIS'. Below this, there are tabs for 'Resumo', 'Passageiros', 'Serviços/Cálculos', 'Obs/Alertas', 'Anexos', 'Emissões', and 'Documentação'. The 'Serviços' section shows a list of services including flights and hotel stays. The 'Cálculos' section provides a breakdown of costs, including Net Base, Gross PVP, Commission, and Sell Factor, with a total margin of 164.09€.

Cód.	Descrição	Quant.	Net Base	Gross PVP	Comission Comissão	Sell Factor	Ação
PKGC	Porto Santo: Especial Pré-venda de verão	1	1520.46€	1684.55€	0.00€/0%	1684.55€	
	3006204 - SOLFERIAS-OPERADORES TURISTICOS, SA [Ref.: 172193]		1520.46€	1684.55€	0.00€	1684.55€	
	Margem:					164.09€	

Anexo 26 – Visão ao efetuar uma reserva de um pacote turístico (Optitravel, 2018, s.p.)

RE: cancelamento da reserva nº214396

Inês Amaral Aires

Enviado: seg 05-02-2018 12:11

Para: Mariana Catarina

Cc: Carina Rodrigues; Fundação INATEL - Loja Viana do Castelo

De: Mariana Catarina

Enviada: 5 de fevereiro de 2018 11:58

Para: Inês Amaral Aires <Ines.Aires@inatel.pt>

Cc: Carina Rodrigues <Carina.Rodrigues@inatel.pt>; Fundação INATEL - Loja Viana do Castelo <inatel.vcastelo@inatel.pt>

Assunto: cancelamento da reserva nº214396

Olá bom dia,

A pedido do cliente Sr. **Manuel Miranda Pereira** (número de [associado 2662](#)), solicito o **cancelamento da reserva número 214396** (Páscoa Raiana) com data para 29-03-2018.

Mariana Catarina
Atendimento

Unidade Orgânica Local de Viana do Castelo
T. +351 258 823 357
Rua de São Pedro, 10 | 4900 – 538 Viana do Castelo | inatel.pt
RNAVT Nº 2954 | TRAVEL AGENCY NR.2954



MINISTÉRIO DO TRABALHO,
SOLIDARIEDADE E SEGURANÇA
SOCIAL

RE: cancelamento da reserva nº214396

Inês Amaral Aires

Enviado: seg 05-02-2018 12:11

Para: Mariana Catarina

Cc: Carina Rodrigues; Fundação INATEL - Loja Viana do Castelo

Bom dia Mariana,

Reserva cancelada conforme solicitado.
Despesas de cancelamento inseridas no valor de 10€.

Obrigada.

Com os melhores cumprimentos,

Inês Aires
Operações e Reservas | Operations & Bookings

Direção de Serviços de Turismo | Tourism Division
Departamento de Hotelaria e Turismo | Hospitality & Tourism Department
T. +351 210 072 365 | Ext.: 2365 | F. +351 210 027 026
Calçada de Santana, 180 | 1169-062 Lisboa | inatel.pt
RNAVT 2954 | Travel Agency 2954



MINISTÉRIO DO TRABALHO,
SOLIDARIEDADE E SEGURANÇA
SOCIAL

Anexo 27 – E-mails trocados com o departamento de operações e reservas para o cancelamento de uma reserva a pedido do cliente

The screenshot shows the INATEL reservation system interface. The top navigation bar includes 'Home', 'Gestão de Dados', 'Reservas / Files', 'Opt/Click', 'Comercial', and 'Associados'. The main content area is titled 'Reservas / Files > Nova Reserva/File'. It contains a form with the following fields: 'Cliente' (empty), 'Produto' (dropdown menu), 'Balcão' (dropdown menu with 'Loja Viana do Castelo' selected), 'Partida' (calendar icon, date '2018-04-03'), 'Chegada' (calendar icon, date '2018-04-03'), 'Origem' (dropdown menu with 'LIS' selected), and 'Destino' (dropdown menu). There is also a 'Descrição' text area. Below the form are checkboxes for 'Importar PNR Aviação (Amadeus e Galileo):' and 'Importar reserva operador:'. At the bottom, there is a 'Criar Reserva / File' button and a link for 'Importar reserva externa - nova versão'.

Anexo 28 – Visão do início de uma reserva de operadores no Optitravel (Optitravel, 2018, s.p.)

Adicionar Linha de Cálculo

Serviço:

Fornecedor:

ReF Fornecedor:

Desc. Serviços:

Descrição:

Quantidade:

Moeda: **EUR**

Valor Net: € (valor de custo)

Markup (%): Inverter calculo Comissão nova linha

Valor PVP: € (valor de venda bruto)

Comissão (%):

Comissão (val.): €

Valor a Facturar: € (valor a facturar)

Visível: (linha visível nos documentos do cliente)

Anexo 29 – Visão ao registar os valores da reserva (Optitravel, 2018, s.p.)

Procurar Fundação INATEL - Loja Viana do Castelo - A receber (C)

De	Assunto	Recebido	Tamanho	Categorias
Unidade Hoteleira de ...	RE: pedido de reserva	seg 12-03-2018 20:59	60 KB	
Tiago Rocha	Quotas	seg 12-03-2018 17:48	18 KB	
Maria Raposo	fatura 2001312311 dtl expresso	seg 12-03-2018 17:22	809 KB	
Turismo	BI Nº 26* 12 MARÇO 2018 – NOVAS VIAGENS NACIONAIS	seg 12-03-2018 17:10	62 KB	
Fundação INATEL - Loj...	pedido de reserva	seg 12-03-2018 15:49	54 KB	
Inês Amaral Aires	ERRATA: --- CANCELAMENTO VIAGEM: LEÓN, ZAMORA, SALAMANCA E ARRIBAS DO DOUR...	seg 12-03-2018 12:25	183 KB	
Inês Amaral Aires	--- CANCELAMENTO VIAGEM: LEÓN, ZAMORA, SALAMANCA E ARRIBAS DO DOURO (18ESP...	seg 12-03-2018 12:05	182 KB	
Raul Manuel da Silva F...	Alteração de hora do jogo nº 14 Série B - Inter de Fradelos x Sete Fontes	seg 12-03-2018 10:54	28 KB	
Carina Rodrigues	RE: INDICAÇÃO PRATO ALTERNATIVO: ALMOÇO LAMPREIA E VINHO VERDE - ENTRE-OS-RL...	seg 12-03-2018 10:41	150 KB	
Raul Manuel da Silva F...	Comunicado do CDA 2017-18_021_Atualização	seg 12-03-2018 10:10	315 KB	
Transferencias Bancos	Identificação de novas transferência bancárias de 09/03/2018	seg 12-03-2018 09:22	537 KB	
Carina Rodrigues	INDICAÇÃO PRATO ALTERNATIVO: ALMOÇO LAMPREIA E VINHO VERDE - ENTRE-OS-RL...	seg 12-03-2018 09:13	143 KB	

BI Nº 26* 12 MARÇO 2018 – NOVAS VIAGENS NACIONAIS

Turismo

Esta mensagem foi enviada com importância Alta.

Enviado: seg 12-03-2018 17:10

Para:

[BI Nº 26 * 12 MARÇO 2018 - NOVAS VIAGENS NACIONAIS](#)

Informamos que se encontram disponíveis para reserva em sistema OPTITRAVEL, novas viagens NACIONAIS:

Anexo 30 - Visualização do receção de um e-mail por novos itinerários (Optitravel, 2018, s.p.)

	ROTA DO LEITÃO E VINHOS DA BAIRRADA (18RLEV83)	VIAGENS NACIONAIS TURISMO	GASTRONOMIA E VINHOS/ Gastronomia e Vinhos	Viana do Castelo Porto Braga	16/Jun 17/Jun	157.00€
						<input type="button" value="Seguinte"/> <input type="button" value="Rooming"/> <input style="border: 2px solid red;" type="button" value="Itinerário"/> <input type="button" value="Preços"/>

Anexo 31 – Visualização do itinerário da viagem (Optitravel, 2018, s.p.)

Ficha da Partida									
Código:	18ESP8	Produto:	GRANDE CIRCUITO DO NORTE DE ESPANHA	Validade:	2018-05-27 / 2018-06-02				
Serviços / Allotment									
Opção:	Opção Base	Local Partida:	Todos	Filtrar					
Serviço	Descrição	Origem/Destino	Datas	Horário	Fornecedor	Allot	Ocupados	Libres	
HTL	HOTEL LIBER & SPA 4* (OU SIMILAR) - DBL		27/Mai - 02/Jun			23	11	12	
HTL	HOTEL LIBER & SPA 4* (OU SIMILAR) - SGL		27/Mai - 02/Jun			2	1	1	
TRF	BUS		27/Mai - 02/Jun			48	23	25	

Anexo 32 – Visão aquando se visualiza *allotment* (Optitravel, 2018, s.p.)



Produto: ROTA DO LEITÃO E VINHOS DA BAIRRADA (18RLEVB3)
 Data partida: 1 Noites

LISTA DE RESERVAS										
Reserva	loja	utilizador	nome de passageiro	aloj.	Total	Rec	OBS.	Data Nasc.	status	
214461	Loja Viana do Castelo	afernandes	MR MANUEL PEREIRA	DBL1	324.00	324.00	CC 03913149ZY1	1952-03-11	OK	
214461	Loja Viana do Castelo	afernandes	MRS AURORA ROCHA	DBL1	324.00	324.00	CC 072163941ZZ1	1955-06-06	OK	
214481	Loja Viana do Castelo	fguia	MR MANUEL BARBOSA MACIEL	DBL1	324.00	74.00	C.C.- 007533357 ZZ 9	1942-04-04	OK	
214481	Loja Viana do Castelo	fguia	MRS DUILIA GOMES MACIEL	DBL1	324.00	74.00	C.C.- 033301832 ZZ 7	1951-02-21	OK	
193758	Loja Porto	mferreira	MRS ROSA SANTOS	SGL1	179.00	40.00	CC 3443972	1945-06-15	OK	
214477	Loja Viana do Castelo	fguia	MRS ANA CARVALHO ESTEVES	SGL1	179.00	0.00			OK	
407173	Loja Braga	cperez	MRS MARIA HELENA PINTO	SGL1	179.00	0.00	801684	1932-09-17	OK	

Singles	3
Duplos	2
Total Pax's OK	7
Total Pax's WL	0
Total Pax's	7

Anexo 33 – Visão do estado das reservas (Optitravel, 2018, s.p.)

POPular
INATEL NA RUA

MOSTRA DE CULTURA POPULAR VIANA DO CASTELO 5 a 7 ABRIL

MÚSICA
TEATRO
ETNOGRAFIA
DANÇA
CINEMA
ESPETÁCULOS DE RUA

ENTRADA LIVRE

ABRIL - Viana do Castelo | Funchal | Viseu | MAIO - Leiria
 JUNHO - Bragança | Faro | JULHO - Lisboa | Braga

PROGRAMA

- 5 DE ABRIL | QUINTA FEIRA
 1800 | CENTRO HISTÓRICO
ABERTURA DO POPULAR
 Gigantismo e Catequese
 - Grupo de Bombos da Ronda Típica de Carreço
 - Associação de Tocadores de Concertina do Ponte de Lima

2130 | PRAÇA DA REPÚBLICA
CONCERTO
 - Banda Filarmónica da Associação Musical de Vila Nova de Arou

- 6 DE ABRIL | SEXTA FEIRA
 1000 a 1200 | PORTA HÉLIA GALVÃO
HISTÓRIAS NA RUA - TEATRO INFANTIL
 Serviços Educativos da Biblioteca Municipal de Viana Castelo | Associação KRISÁLIDA

1830 | ESCADARIA DO CHAFARIZ DA PRAÇA DA REPÚBLICA
CANTO "A CAPELLA"
 - Cantadeiras do Vale do Neiva

2130 | PRAÇA DA REPÚBLICA
EXIBIÇÃO DO DOCUMENTÁRIO "HERANÇA" E ESPETÁCULO ETNOGRÁFICO
 - Documentário de Filipe Cruz
 - Grupo Folclórico das Lavadeiras da Meadela
 - Grupo de Danças e Cantares de Paredes

- 7 DE ABRIL | SÁBADO
 0900 a 1300 | PRAÇA DA REPÚBLICA
FÉRIAS E BAILE POPULAR
 com a presença de Grupos Folclóricos do Concelho

1800 | CENTRO HISTÓRICO E PRAÇA DA REPÚBLICA
RUSSA DE INSTRUMENTOS TRADICIONAIS
 com Associações INATEL

2200 | CENTRO CULTURAL DE VIANA DO CASTELO
QUINTA DO BILL & ORQUESTRA ARTE SINFÓNICA
 Escola Profissional Artística do Alto Minho - ARTEAM

INFORMAÇÕES:
 Tel. 258 823 357 | 210 027 150 | cultura@inatel.pt | inatel.pt

Parceiros Organizacionais:

Anexo 34 – Frente e verso do *Flyer* do POPular INATEL na rua

Códigos dos aeroportos

Aeroportos em Portugal		Aeroportos em Portugal	
Porto	OPO	Açores - Santa Maria	SMA
Lisboa	LIS	Açores - Ponta Delgada	PDL
Faro	FAO	Açores - Pico	PIX
Madeira - Funchal	FNC	Açores - Flores	FLW
Açores - Terceira	TER	Açores - Faial - Horta	HOR

Aeroportos em Espanha		Aeroportos em Espanha	
A Coruña	LCG	Madrid (Barajas)	MAD
Albacete	ABC	Madrid Cuatro Vientos	LECU
Algeciras	AEI	Málaga-Costa del Sol	AGP
Alicante-Elche	ALC	Meillia	MLN
Almeria	LEI	Menorca	MAH
Asturias	OVD	Murcia-San Javier	MJV
Badajoz	BJZ	Palma de Mallorca	PMI
Barcelona-El Prat	BCN	Pamplona	PNA
Bilbao	BIO	Reus	REU
Burgos	RGS	Sabadell	QSA
Ceuta	JCU	Salamanca	SLM
Córdoba	ODB	San Sebastián	EAS
El Hierro	VDE	Santander	SDR
Fuerteventura	FUE	Santiago de Compostela	SCQ
Girona-Costa Brava	GRO		
Gran Canaria	LPA		

Anexo 35 – Documento *Word* com os códigos dos aeroportos europeus (autoria própria, 2018, s.p.)

CRUZEIRO DOURO VINHATEIRO

“O Douro Vinhateiro é uma zona particularmente representativa da paisagem que caracteriza a vasta Região Demarcada do Douro, a mais antiga região vitícola regulamentada do mundo. A paisagem cultural do Alto Douro combina a natureza monumental do vale do rio Douro, feito de encostas íngremes e solos pobres e acidatados, com a ação ancestral e contínua do Homem, adaptando o espaço às necessidades agrícolas de tipo mediterrâneo que a região suporta. Esta relação íntima entre a atividade humana e a natureza permitiu criar um ecossistema de valor único, onde as características do terreno são aproveitadas de forma exemplar, com a modelação da paisagem em socalcos, preservando-a da erosão e permitindo o cultivo da vinha. A região produz o famoso vinho do Porto, representando o principal vetor de dinamização da tecnologia, da cultura, das tradições e da economia locais. O grande investimento humano nesta paisagem de singular beleza tornou possível a fixação das populações desde a longínqua ocupação romana, e dele resultou uma realidade viva e em evolução, ao mesmo tempo testemunho do passado e motor do futuro, solidamente ancorado na otimização dos recursos naturais e na preservação das ambiências.”

UNESCO



1º DIA – CIDADES DE ORIGEM | VILA NOVA DE GAIA | PINHÃO | VILA REAL

De manhã partida para o Cais de Vila Nova de Gaia. Embarque, partida com destino ao Pinhão. Serviço de pequeno almoço a bordo. Subida da barragem de Crestuma Lever e Carrapatelo. Aperitivo de vinho do Porto e almoço servido a bordo. Breve paragem na Régua (paragem para eventual embarque/desembarque). Continuação do circuito subida da barragem da Régua. Em todo o circuito aprecie toda a paisagem as vinhas e socalcos. Chegada ao cais do Pinhão, desembarque. Transfer em autocarro para uma quinta local. Visita e prova de produtos regionais. Continuação do circuito para Vila Real. Check-in em hotel 4*. Jantar e alojamento.

2º DIA – VILA REAL | REGRESSO

De manhã visita ao centro histórico de Vila Real. Situada nas margens do Rio Corgo, um dos afluentes do Douro, a cidade de Vila Real ergue-se a cerca de 450 metros de altitude, cidade cheia de história e de vestígios milenares. Destaque para a Capela da Misericórdia, Casa de Diogo Cão, Igreja de São Paulo/ Capela Nova, Igreja de São Pedro. Esta cidade está inserida numa fascinante Paisagem Natural da Serra do Marão. Sugerimos a prova de um dos doces típicos desta região a “as cristas de galo”. Almoço no hotel. Regresso

Preços válidos para um mínimo de 32 participantes.

NOTA: por motivos alheios à Fundação INATEL o programa poderá sofrer alterações.

Imprimir

VALIDADE DA VIAGEM DE 07/JUL/2018 A 08/JUL/2018
VIANA DO CASTELO | BRAGA

PREÇO POR PESSOA DESDE: 223€

Contactar

O preço inclui:

- circuito em autocarro;
- 1 noite em Hotel 4* em Vila Real;
- cruzeiro Porto/Pinhão (com pequeno almoço e almoço incluído);
- refeições: 1 jantar e um 1 almoço com bebidas incluídas;
- assistente acompanyante;
- seguro de viagem.

O preço não inclui:

- taxa de reserva (€10);
- quaisquer serviços não mencionados.

Anexo 36 – Itinerário da Viagem ao Douro acompanhada pela estagiária

Anexo 37 - Guião da entrevista realizada

1. Quando é que realizaram a vossa viagem?
2. Quais foram os locais que planearam visitar?
3. Sentiram algum tipo de insegurança e/ou rigidez nos sítios onde estiveram (no aeroporto, nas ruas enquanto passeavam ou no hotel)?
4. Sentiram grandes restrições, tanto a nível de vestuário, locais sagrados, fotografias ou álcool?
5. O que mais vos impressionou?
6. Houve alguma preparação prévia por parte da agência de viagens onde realizaram a reserva da viagem em relação ao tipo de restrições que poderiam experienciar ou outros detalhes?
7. Se vocês quisessem demonstrar um momento de carinho um com o outro na rua, e se isso aconteceu, verificaram algum desconforto pelos locais?
8. Conseguiram expressar-se sem dificuldade e conseguiram que no local vos entendessem? Que língua falaram e em que língua vos responderam?
9. O guia que vos acompanhou estava dotado de conhecimentos em línguas estrangeiras?