Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

Relatório de Estágio

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Duarte José Fernandes Gonçalves
janeiro | 2013

Ficha de Identificação

Nome do estagiário: Duarte José Fernandes Gonçalves

Número de Aluno: 5006863

Estabelecimento de Ensino: Instituto Politécnico da Guarda
Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Licenciatura: Comunicação e Relações Públicas

Docente Orientador: Mestre Guilherme Monteiro

Local de Estágio: Rodoviária do Tejo S.A.

Secção: Gabinete de Recursos Humanos
Rua do Nogueiral | Edifício Galinha
2350-430 Torres Novas
Telefone: 249 810 704 | Fax: 249 822 760
Pagina: www.rodotejo.pt

Supervisor do Estágio na Organização: Técnica Superior Sónia Ferreira

Grau Académico: Licenciada em Gestão Financeira, Pós-graduação em Recursos Humanos

Duração do Estágio: De 15 de Julho a 15 de Outubro de 2012

Agradecimentos

O primeiro agradecimento é para a Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda e para todos os docentes do curso de Comunicação e Relações Publicas que me proporcionaram um ensino de qualidade, seja a nível pessoal, seja profissional.

Um agradecimento ao meu orientador de estágio, Mestre Guilherme Monteiro, pela sua disponibilidade e atenção, assim como pelo seu contributo profissional que me enriqueceu ao nível de conhecimento nas mais variadas áreas.

Quero também deixar aqui um especial agradecimento à Rodoviária do Tejo, pela forma como me receberam e proporcionaram o estágio, nomeadamente a Dr.ª Sónia Ferreira, Dr. Oswaldo e o Sr. Eng. Orlando Ferreira. Uma palavra especial aos colegas do departamento de recursos humanos que me acompanharam diariamente e me ajudaram na realização das atividades que desenvolvi.

Agradeço aos meus pais todo o apoio moral e financeiro desde o início desta jornada.

Por fim agradeço aos meus amigos que ao longo deste tempo me acompanharam e me deram força para conseguir sempre mais e melhor.

Um muito obrigado a todos!

Resumo

O estágio curricular foi desenvolvido no âmbito do Departamento de Comunicação e Recursos Humanos da Rodoviária do Tejo com finalidade de transpor os saberes académicos para a empresa, promovendo o seu crescimento e fidelização no transporte rodoviário de passageiros.

Ao longo dos três meses em que decorreu o estágio, foram várias as atividades que me foram propostas para realizar, entre as quais destaco a análise de várias avaliações qualitativas e quantitativas emitidas pela empresa contratante Rede Expressos, análise de vários comunicados emitidos pelos sindicatos (SITRA, FECTRANS), realização de várias *newsletter* Infotejo para respetiva entrega aos motoristas junto da sua folha de vencimento, criação de vários itinerários para alugueres a realizar pelos motoristas da empresa, organização de recibos de vencimento dos colaboradores. No entanto, a tarefa mais motivante foi proposta por parte de um dos administradores executivos da empresa, a qual consistiu em fazer um levantamento de todo o Marketing e Comunicação e na sua promoção junto dos clientes. Este trabalho levou várias semanas a realizar uma vez que houve a necessidade de me deslocar a vários terminais rodoviários em que a Rodoviária do Tejo operava (Santarém, Leiria, Caldas da Rainha, Lisboa) para assim compreender o nível da empresa no Marketing e Comunicação. Fui ainda requerido, por parte das chefias do movimento, para transportar motoristas entre os vários departamentos operacionais da empresa a fim de realizarem o seu trabalho. A realização das tarefas foi sempre com o objetivo de contribuir positivamente para o sucesso da empresa junto dos seus clientes e colaboradores.

Palavras-Chave: comunicação, marketing, promoção

Índice Geral

Ficha de Identificação I
Agradecimentos II
Resumo III
Lista de Siglas VII
Glossário de termos técnicos VII
Introdução 1
Capítulo I 2
A Organização: Rodoviária do Tejo S.A. 2
1.1 Atividade Empresarial 4
1.2 Enquadramento Geográfico e Socioeconómico 5
1.3 Caraterização da Rodoviária do Tejo, S.A. 9
1.3.1 Missão 10
1.3.2 Valores/Compromissos 10
1.3.3 Responsabilidade Social 11
1.3.4 Estrutura física 12
1.3.5 Estrutura Organizacional 12
1.4 Oferta e Serviços 14
1.4.1 Carreiras Urbanas 14
1.4.2 Carreiras Interurbanas 14
1.4.3 Serviço Expresso 15
1.4.4 Serviço Ocasional em Aluguer 15
1.4.5 Serviço Internacional 15
1.5 Análise SWOT 16
1.6 Imagem Organizacional e Identidade Visual 18
1.6.1 Nome/Marca 18
1.6.2 Logótipo 19

1.6.3 Slogan 20
Capítulo II 21
Comunicação e Relações Públicas 21
2.1 Comunicação Interna 22
2.2 Comunicação Externa 23
2.3 Comunicação de Crise 25
2.4 Relações Públicas 26
Capítulo III 27
O Estágio: Atividades Desenvolvidas 27
3.1 Objetivos 28
3.2 Atividades Desenvolvidas 29
3.2.1 Plano 29
3.2.2 Análise ao Marketing e Comunicação da Rodoviária do Tejo 30
3.2.3 Análise da avaliação mensal emitida pela RNE 31
3.2.4 Elaboração de artigos para a *Newsletter* 31
3.2.5 Elaboração da Infotejo 32
3.2.6 Organização de ficheiros e documentos 32
3.2.7 Outras atividades 33
Reflexão Final 34
Bibliografia 36
Webgrafia 37
Anexos 38

Índice de Figuras

Figura nº1 – Evolução da população na NUT III Médio Tejo 6
Figura nº2 – Evolução da população na NUT III Oeste 7
Figura nº3 – Evolução da população na NUT III Pinhal Litoral 7
Figura nº4 – Evolução da população na NUT III Lezíria do Tejo 8
Figura nº5 – Estrutura acionista da Rodoviária do Tejo 9
Figura nº6 – Escritórios administrativos da sede/ Localde estágio 12
Figura nº7 – Organograma RT de 2011 13
Figura nº8 – Viatura RT ao serviço da Intercentro 16
Figura nº9 – Logótipo Rodoviário do Tejo 19
Figura nº10 – Website Rodoviária do Tejo 24

Índice de Gráfico

Gráfico nº1 – Estrutura de Km's por segmento de negócio 4

Índice de Tabelas

Tabela nº1 – Análise SWOT da Rodoviária do Tejo 17

Lista de Siglas

CEP- Centros de Exploração de Passageiros

CRP- Comunicação e Relações Publicas

DOP- Departamento Operacional de Passageiros

FECTRANS – Sindicato dos transportadores rodoviários

IPG- Instituto Politécnico da Guarda

NUT- Nomenclatura Comum da Unidade Territorial

RP- Relações Públicas

RNE- Rede Nacional de Expressos

RN- Rodoviária Nacional

RT- Rodoviária do Tejo

SITRA- Sindicato dos transportes rodoviários

SWOT- *Strenghts*, *Weaknesses*, *Opotunities*, *Threats* (forças, fraquezas, oportunidades, ameaças)

Glossário de termos técnicos

E-mail - Mensagem via eletrónica

Newsletter - Boletim de informação

Rodomail – Serviço de distribuição de mercadorias

Site - Sitio da rede

Slogan – Frase com fácil memorização que resume as características de um produto ou serviço

Introdução

O relatório de estágio aqui descrito surge no âmbito da unidade curricular de «Projeto/Estágio» em seguimento ao plano curricular da Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas do Instituto Politécnico da Guarda. Ao longo do documento aqui presente são apresentadas as tarefas desenvolvidas no período de estágio.

No estágio que realizei optei por conjugar o Curso de Comunicação e Relações Públicas com a área de trabalho que mais me agrada, isto é, uma empresa ligada ao transporte rodoviário de passageiros. Assim surgiu a oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo destes três anos numa das maiores empresas de transportes de passageiros de Portugal, a Rodoviária do Tejo (RT).

O presente relatório tem como principais objetivos a descrição das atividades desenvolvidas durante o estágio de três meses na RT, assim como o contato entre o aluno e a rotina empresarial. Ao longo do período de estágio foi possível observar que a comunicação é um dos elementos mais importantes numa empresa de transportes, nomeadamente na relação com os clientes. Assim foi possível aplicar muitos dos conteúdos e técnicas adquiridas.

Este relatório estrutura-se em três capítulos. No primeiro capítulo é apresentada a RT, as suas caraterísticas, os serviços e uma análise SWOT. No segundo capítulo incido sobre a Comunicação e as Relações Publicas na RT. No terceiro capítulo é feita uma descrição das atividades desenvolvidas. Por fim é apresentada uma reflexão final sobre o estágio.

Capítulo I

A Organização: Rodoviária do Tejo S.A.

A Rodoviária do Tejo, S.A. é uma empresa que desenvolve atividade na área dos transportes rodoviários de passageiros e teve a sua fundação na cidade de Torres Novas, no ano de 1860, com nome empresarial de João Clara & Companhia (Irmãos). Por questões de marketing operacional, a empresa alterou a sua designação para Claras Transportes, procurando expandir a sua atividade no setor do turismo em Portugal. Na sequência das nacionalizações, com base no Dec. Lei 288-C/75 de 12 de Junho de 1975, a empresa passou a designar-se por Rodoviária Nacional (RN) até ao ano da privatização.

A 6 de Janeiro de 1990, o Dec. Lei 12/90 a intervenção jurídica do estado Português na RN, alterou o seu estatuto para sociedade anónima (S.A.) de capitais unicamente públicos, passando a designar-se por Rodoviária Nacional, Investimentos e Participações, S.A. (RNIP,S.A.).

Em 1991 e na sequência da alteração da sua natureza jurídica, verificou-se uma reestruturação da empresa, subdividindo-se por várias empresas em diferentes regiões do país e operando regionalmente. Entre elas incluía-se a Rodoviária do Tejo, S.A., formada em 1 de Fevereiro de 1991, após o término da RNIP, S.A., determinada pelo artº9 do Dec. Lei 12/90, de 6 de Janeiro. Até à presente data a empresa manteve a sua sede na cidade de Torres Novas e toda a organização empresarial é controlada através dos vários departamentos sedeados em Torres Novas.

Atualmente a RT é controlada em partes iguais (50%) pelos dois maiores operadores de transportes de passageiros em Portugal, o Grupo Barraqueiro e o Grupo Veolia-Transdev num setor de grande dinâmica empresarial e de concorrência no mercado.[1]

[1] **Fonte: http://www.rodotejo.pt/empresa/historia**

1.1 Atividade Empresarial

A Rodoviária do Tejo S.A. é uma sociedade que desenvolve a sua área de negócio no ramo do transporte rodoviário de passageiros. O seu negócio desenvolve-se essencialmente em Portugal através de serviços Urbanos, Interurbanos, Carreiras Rápidas, Expressos, Serviços Ocasionais, e além fronteiras através de serviços internacionais[2]. A área geográfica de Portugal abrangida pelos serviços da Rodoviária do Tejo é sobretudo a região Centro (NUT II) nomeadamente o Pinhal Litoral, Oeste, Médio Tejo, Lezíria do Tejo (NUT III).[3]

Nos serviços internacionais, a RT opera regularmente nas linhas internacionais regulares de passageiros (Intercentro), nomeadamente para Madrid, Sevilha e Paris.

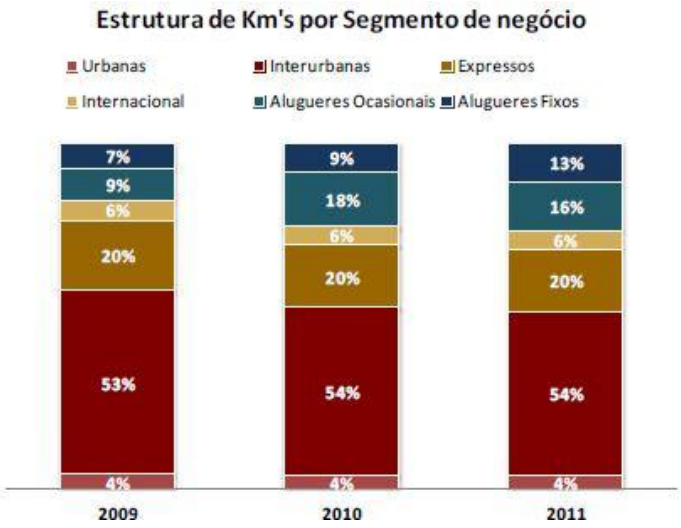

Gráfico nº1 - Estrutura de Km's por segmento de negócio
Fonte: Relatório de Contas 2011 RT

De acordo com o gráfico 1 apresentado verifica-se que na área de negócio desenvolvida pela RT, o serviço Interurbano é o principal segmento no transporte rodoviário de passageiros prestados aos clientes. No período entre 2009 e 2011, o serviço Interurbano assegurou mais de metade da atividade da empresa e consolidou a sua importância no segmento de negócio. Os restantes segmentos mantêm uma quota de atividade mais baixa nos serviços prestados ao cliente entre 2009 e 2011.

[2] **Fonte: Manual de Acolhimento da RT**
[3] **Informação adaptada de: http://mapas.ine.pt (INE)**

1.2 Enquadramento Geográfico e Socioeconómico

A RT tem-se desenvolvido ao longo dos últimos anos na prestação de serviços de transporte público e na satisfação dos clientes, assumindo um compromisso social de gestão dos serviços mediante as necessidades dos clientes. A empresa dinamiza a sua atividade de forma a contribuir positivamente na comunidade, estabelecendo parcerias com autarquias, escolas e empresas nas regiões onde opera.

A sede da RT localiza-se na cidade de Torres Novas, localizada no Médio Tejo. A empresa opera também nas regiões da Lezíria do Tejo (Santarém), Pinhal Litoral (Leiria) e Oeste (Caldas da Rainha) da NUT III.[4]

De acordo com os dados apresentados na Figura nº 1 referentes ao Médio Tejo (NUTII) concluímos que a população sofreu um decréscimo bastante significativo entre 2001 e 2011. No entanto esta região abrange um número considerável de residentes nos vários municípios que a constituem (Médio Tejo), com valores acima dos 220 Mil habitantes.

Outro dado que podemos reter é o facto dos concelhos mais interiores perderem mais população que os concelhos mais próximos do litoral. Um dado interessante que podemos constatar são os valores obtidos por três concelhos próximos entre si (Torres Novas, Entroncamento, Constância) apresentando perda de população nula no caso de Torres Novas e uma evolução bastante positiva com valores consideráveis em Constância e Entroncamento. Uma nota para o tecido empresarial existente no eixo Abrantes/Torres Novas que permite à RT alargar o leque de clientes dos seus serviços por razões óbvias de mobilidade dos trabalhadores entre as localidades e as empresas.

[4] **Informação adaptada de: http://mapas.ine.pt (INE)**

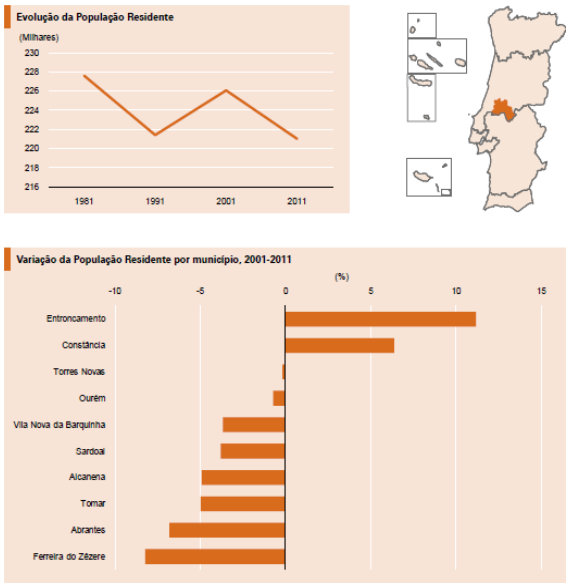

Figura nº 1 - Evolução da População na NUT III Médio Tejo
Fonte: INE (Censos de 2011)

Na Figura nº 2 estão representados os dados da evolução demográfica da região Oeste (NUT III) numa comparação alusiva aos censos de 2001 e 2011. A região em análise correspondente ao DOP de Caldas da Rainha, caraterizando-se como uma das zonas operacionais com maior movimento de passageiros. Fatores económicos, demográficos e geográficos potenciam os serviços prestados pela RT. A região Oeste apresenta aumentos de população elevadíssimos nos censos 2011 em comparação com 2001 (mais 20 mil pessoas residentes). Quanto mais próximos os concelhos são da área metropolitana de Lisboa maior o aumento populacional verificado. Na região Oeste operam autocarros da R.T diariamente em serviços urbanos, serviços interurbanos, rápidas e serviço expresso (Rede Expressos).[5]

[5] **Informação adaptada de: www.rodotejo.pt**

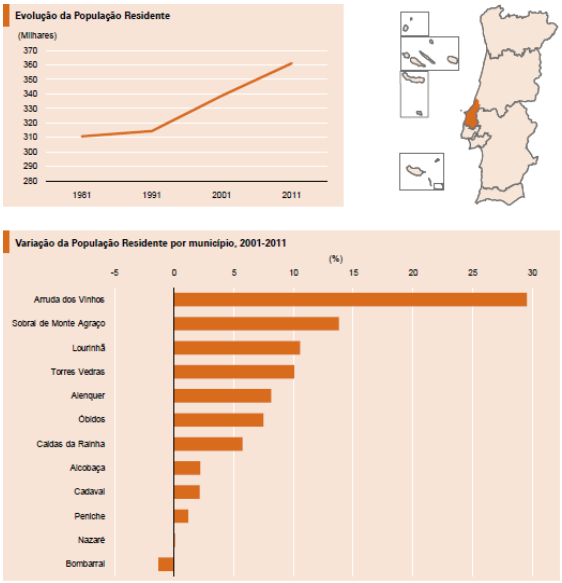

Figura nº 2 - Evolução da População na NUT III Oeste
Fonte: INE (Censos de 2011)

Os dados apresentados na Figura nº 3 representam aos valores da evolução populacional da NUT III Pinhal litoral referente ao DOP Leiria. Verifica-se um aumento da população na ordem dos 50 mil residentes. De acordo com os dados registados pode relacionar-se este valor com o facto de Leiria ser o DOP que mais contribui em número de passageiros, receitas e no número de colaboradores. Tendo em conta os fatores demográficos, sociais, económicos, geográficos, e outras variáveis esta revela-se uma região de potencial investimento e crescimento no contexto da RT.

Figura nº 3 - Evolução da População na NUT III Pinhal Litoral
Fonte: INE (Censos de 2011)

Analisando os dados relativos à NUT III da região Lezíria do Tejo na Figura nº 4 que representam o DOP Santarém verifica-se que no período temporal entre 2001 e 2011 houve um aumento significativo da população referente ao distrito de Santarém. A população residente aumentou de 240 mil para 250 mil habitantes. O distrito de Santarém tem relevância na RT, uma vez que é uma região onde existem várias escolas profissionais e Institutos Politécnicos que movimentam um número significativo de estudantes nas deslocações pendulares. No distrito de Santarém, a empresa opera em vários tipos de serviço entre urbanos, interurbanos, ocasionais e rápidas para Lisboa.

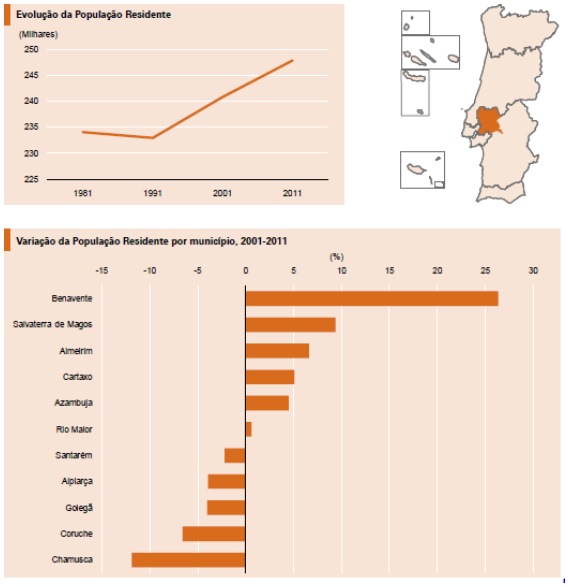

Figura nº 4 - Evolução da População na NUT III Lezíria do Tejo
Fonte: INE (Censos de 2011)

1.3 Caraterização da Rodoviária do Tejo, S.A.

De forma direta a Rodoviária do Tejo é controlada em partes iguais pelos dois maiores grupos de transportes que operam em Portugal, Veolia-Transdev e Grupo Barraqueiro através das empresas acionistas Internorte e Intergaliza (*figura nº5*).

Figura nº5 - Estrutura acionista da Rodoviária do Tejo
Fonte: Relatório de contas Rodoviária do Tejo 2011

Por sua vez, a política de crescimento adotada pela administração da RT nos últimos anos decorrentes criou condições à aquisição de outras empresas que anteriormente eram concorrentes na mesma área de negócio. Assim a RT adquiriu a totalidade do capital da Rocaldas Auto-Penafiel com sede nas Caldas da Rainha em 2009 (viaturas, instalações e recursos humanos) e já em 2010 a empresa GPS Transportes com sede no Louriçal, adquirindo a RT as viaturas e oficinas pertencentes ao anterior Grupo GPS. É numa dinâmica de espírito empreendedor que o Grupo Rodoviária do Tejo implementa sinergias importantes no desenvolvimento do transporte rodoviário de passageiros em Portugal.[6]

[6] **Fonte: Relatorio de contas RT 2011**

1.3.1 Missão

A Rodoviária do Tejo tem como missão "*aumentar a qualidade de vida das populações nas áreas rurais e urbanas através da prestação de serviços adequados na deslocação diária dos clientes contribuindo para a preservação e equilíbrio ambiental*"[7]. Assim a Rodoviária do Tejo apresenta os seguintes compromissos com as diversas entidades; "*Para com os colaboradores: Estímulo à criatividade, estímulo individual, reconhecimento de mérito; Para com os clientes: Inovação, qualidade do serviço prestado de acordo com a expetativa; Para com o meio envolvente: Ativa e inserida na comunidade, parceira (nível autárquico, escolar e empresarial), preocupada com a qualidade de vida; Para com os acionistas: Retorno da confiança e do investimento realizado*."[8]

1.3.2 Valores/Compromissos

Em termos de valores a empresa rege-se pelo seu forte sentido de responsabilidade social para com a comunidade e com o contexto sociocultural em que se insere. Assim os valores pelos quais a Rodoviária do Tejo se guia são os seguintes: "*O cliente em primeiro lugar, tudo aquilo que fazemos deve ter por finalidade contribuir para a satisfação do cliente; Acreditar nas pessoas: Em ambiente estimulante e participativo, acreditamos na capacidade, lealdade e participação de todos; Espirito empreendedor: Valorizamos a iniciativa, o assumir de responsabilidades, o saber motivar e delegar. Os bons e os maus resultados são sempre resultados de uma equipa; Comunicação: Todos temos que saber falar e saber ouvir, pelo que é fundamental a existência de uma comunicação franca.*"[9]

[7] **Fonte: Manual de acolhimento RT**
[8] **Fonte: Manual de acolhimento RT**
[9] **Fonte: Manual de acolhimento RT**

1.3.3 Responsabilidade Social

A Responsabilidade social na RT assume uma inegável importância e nesse sentido investe em ações sociais, eventos e práticas ambientais que promovam um mundo melhor e o bem-estar da comunidade. Segundo BEIRÃO (2008:50*),“ O respeito pelas comunidades envolventes inclui a empresa na sociedade local, fazendo com que as populações a vejam de forma positiva e podendo contribuir para o bem-estar de todos, para além dos empregos que gera as empresas também podem ser vistas como um polo de desenvolvimento social, cultural e ambiental”*

No contexto de responsabilidade social, a RT adota uma política ambiental com práticas de reciclagem nos gabinetes da sede, investimentos numa frota de veículos menos poluentes, espaços destinados a reciclagem de materiais potencialmente perigosos para o ambiente.

A RT tem parceria com várias instituições de solidariedade locais, participando regularmente em apoios de bens alimentares. Recentemente através de um protocolo entre a câmara de Torres Novas, a RT, assim como várias escolas de Cabo Verde, foram oferecidos dois autocarros (Ex-RT) para melhorar o transporte das crianças para as escolas de Cabo Verde; juntamente com os autocarros seguiu material escolar.

Os colaboradores da RT estão em constante formação proporcionada pela empresa uma vez que os mesmos são vistos como ativos que devem ser valorizados e compensados pelo trabalho que desenvolvem na organização. Entre motoristas, pessoal de movimento, oficina e quadros, o volume de horas em formação foi de 5818 horas no decorrer do ano 2011, nas mais variadas categorias (Transporte coletivo de crianças; Higiene e Segurança no Trabalho; Formação Inicial de Motoristas; Tacógrafo digital, Inglês no atendimento ao publico; ISSO 14001:2004).[10]

[10]**Fonte: Relatório de contas RT 2011**

1.3.4 Estrutura física

Um espaço acolhedor, agradável e ergonómico para o colaborador é um fator de produtividade numa empresa atual. A RT dispõe de infraestruturas modernas com equipamentos para operações básicas da organização com matérias-primas, equipamentos e tecnologias (*Figura nº 6*). No total, a empresa dispõe de 10 edifícios próprios (excluindo oficinas) e vinte filiais para venda de bilhetes aos clientes, divididos entre os 4 DOP´S.

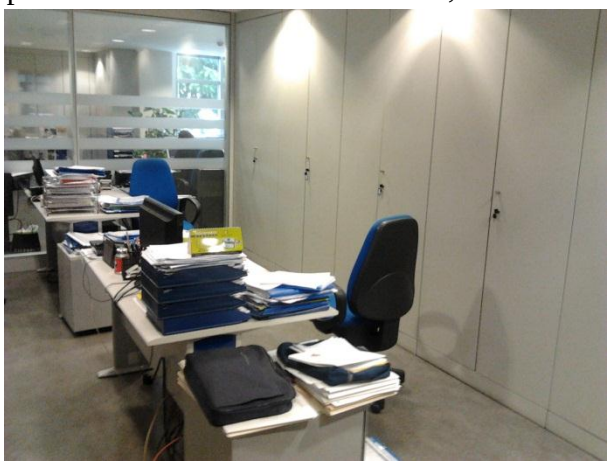

Figura nº 6 - Escritórios administrativos da sede/ Local de estágio
Fonte: Autoria do próprio

1.3.5 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional assume-se de extrema importância uma vez que as empresas organizadas desenvolvem o produto ou serviço de forma mais eficiente. Na RT os cargos ou funções presentes no organograma (*Figura nº7*) não são propriamente fixos, podendo cada um dos colaboradores administrativos acumular várias funções. Segundo CHIAVENATO (2004:37) *"A estrutura organizacional abandonou órgãos fixos e estáveis para basear-se em equipas multifuncionais de trabalho com atividades provisórias voltadas para missões específicas e com objetivos definidos"*. No decorrer do estágio observei o caráter multidisciplinar que cada colaborador administrativo exercia, com grandes benefícios em termos de produtividade para a empresa.

O organograma representa uma estrutura formal gráfica da organização e distingue a hierarquia da empresa e a relação entre todos os colaboradores da empresa (Figura nº7). Em termos de comunicação é importante a existência de uma boa relação comunicacional entre os vários departamentos na medida em que o sucesso mútuo depende de todos.

Figura nº 7 - Organograma RT de 2011
Fonte: http://www.rodotejo.pt/pessoas/conselho_administracao

Ao longo do estágio verifiquei que a minha supervisora (Drª. Sónia Ferreira) realizou trabalho em vários departamentos. Desde a gestão operacional, recursos humanos, contabilidade, qualidade entre outras, foram várias as tarefas que realizou, para além da sua função na empresa. Os administradores executivos dão o seu parecer em qualquer decisão tomada, isto é, nenhuma medida ou execução acontece sem o seu aval.

Inserida nos dois maiores grupos de transportes rodoviários de passageiros (Veolia/Transdev, Barraqueiro), a RT tem um Conselho de Administração rotativo a cada dois anos. Em cada novo Conselho de Administração estão sempre presentes dois administradores executivos de ambos os grupos, já o Presidente é substituído ao fim dos dois anos de atividade. A restante estrutura organizacional apenas pontualmente é alterada em alguns dos departamentos.

1.4 Oferta e Serviços

O grupo RT apresenta vários tipos de serviço Rodoviário ao público. Estes são realizados regularmente e reforçados de acordo com a altura do ano e em função do cliente. São denominados por transportes regulares em carreiras urbanas e interurbanas os serviços que operam regularmente com um circuito/horário, Expressos os serviços que ligam as principais cidades, Internacionais os serviços entre as diferentes cidades Europeias, Aluguer Ocasional.[11]

1.4.1 Carreiras Urbanas

As carreiras urbanas são operadas nas principais cidades nos distritos de Santarém e Leiria. Estes serviços funcionam em regime de concessão e subcontratação em parceria com as câmaras municipais. As carreiras urbanas são operadas em Santarém, Leiria, Abrantes, Peniche e em parceria com as câmaras municipais na cidade de Tomar, Caldas da Rainha, Torres Novas e Almeirim.

1.4.2 Carreiras Interurbanas

A rede de carreiras interurbanas é operada em mais de 40 concelhos sobretudo dos distritos de Santarém e Leiria. Este serviço liga as principais sedes de concelho às respetivas freguesias ou asseguram ligação entre as principais cidades de cada DOP através do denominado serviço “Rápidas”. Geralmente estes serviços operam até um raio de 50Km´s, no entanto, as “Rápidas” em certos trajetos excedem esse valor.

[11] **Fonte: Manual de acolhimento**

1.4.3 Serviço Expresso

O serviço expresso é efetuado para a empresa Portuguesa "Rede Expressos" que contratualiza autocarros a operadores privados de transportes públicos de passageiros. A RT opera regularmente com cerca de 60 viaturas podendo este número aumentar com reforços ocasionalmente devido a greves, férias ou eventos ao longo do ano nas respetivas linhas. As linhas operadas pela RT são de grande movimento de passageiros, nomeadamente Leiria, Caldas da Rainha, Peniche, Porto e Guimarães.

1.4.4 Serviço Ocasional em Aluguer

O serviço ocasional em aluguer representa uma percentagem importantíssima nas fontes de receita da empresa tendo em conta que a RT opera numa região onde este tipo de serviço é muito requerido, nomeadamente por escolas, associações recreativas e particulares.

1.4.5 Serviço Internacional

O serviço internacional de passageiros é operado pela RT para a empresa Intercentro, concessionária das linhas regulares para as principais cidades Europeias. As viaturas da RT estão destinadas sobretudo para as linhas Lisboa/Madrid; Lisboa/Sevilha; Lisboa/Paris e eventualmente outras cidades na época alta de serviços com reforço de autocarros. Na linha Lisboa/Madrid, a Rodoviária do Tejo opera com um autocarro da classe supra (15mts), distinguindo-se dos restantes serviços pelas características de conforto que a viatura proporciona (*Figura nº 8*).

Figura nº 8 - Viatura RT ao serviço da Intercentro
Fonte: Arquivo de fotos RT

1.5 Análise SWOT

A análise *SWOT* resulta de uma expressão Inglesa que tem como palavras-chave *STRENGTHS* (Forças), *WEKENESSES* (Fraquezas), *OPPORTUNITIES* (Oportunidades), *THREATS* (Ameaças) segundo LINDON(2004:451) *"Este diagnóstico apresenta-se sob a forma de dois quadros, um para as forças e fraquezas da empresa, e outro para as oportunidades e ameaças, identificadas ao longo da análise de mercado e da concorrência"*. A elaboração da análise *SWOT* surge da necessidade da empresa compreender todo o meio envolvente e adaptar-se ao mesmo (Tabela nº1). A organização passa a compreender-se melhor e à concorrência.

Empresa: Rodoviária do Tejo		
	Forças	Fraquezas
	• Imagem/reputação da empresa • Qualidade do serviço prestado • Colaboradores • Política de qualidade • Nova Bilhética • Responsabilidade social • Estrutura organizacional • Quota de mercado • Estabilidade da empresa	• Serviços deficitários • Dimensão da empresa • Avaliação Rede Expressos • Atual sistema de passe mensal • Dispersão geográfica das filiais • Poucos funcionários nos R.H e na Comunicação/Marketing • Qualidade de disponibilidade de informação • Assistência ao cliente • Comunicação Cliente/Bilheteiros
	Oportunidades	Ameaças
	• Turismo • Crise (setor automóvel) • Sistemas de Gestão Operacional • Redes Sociais na promoção de serviços • Crescente preocupação ambiental • Melhoria das vias de comunicação • Competitividade do transporte rodoviário de passageiros	• Aumento de custos produção • Desinvestimento • Linhas de crédito reduzidas • Fim das concessões futuramente (2019) • Diminuição dos apoios do estado • Diminuição das receitas • Concorrência desleal • Orçamento de estado • Dívidas de clientes (Câmaras Municipais)

Tabela nº 1 - Análise SWOT da Rodoviária do Tejo
Fonte: Autoria do estagiário

1.6 Imagem Organizacional e Identidade Visual

A identidade visual define-se através de vários elementos que distinguem a empresa ou instituição. Elementos como a cor, símbolos, identificação de marcas, produtos ou serviços distinguem as empresas entre si. Segundo CASTRO (2007:154) "… *a imagem organizacional é a sua personalidade, ao desenvolver uma imagem própria a marca humaniza-se, suscita a simpatia de um certo grupo de pessoas e torna-se portanto mais atraente para elas"*. Para VILLAFAEÑE (1998:117) *"A identidade visual de qualquer organização é uma das três variáveis da imagem corporativa e um instrumento de configuração da personalidade pública da empresa que expressa, explicitamente ou simbolicamente, a sua identidade global."* Para os autores os elementos como a imagem organizacional e identidade visual são responsáveis pela distinção das organizações por parte dos públicos, tendo em conta que cada empresa detém uma imagem própria tal como elemento visual, icónico e de Slogan.

1.6.1 Nome/Marca

O nome/marca da empresa serve acima de tudo para identificar a mesma, tal como existem nomes para identificar pessoas ou bens materiais. Segundo BEIRÃO (2008:66*) " O nome constitui uma forma de identidade visual constante em tudo o que esteja relacionado com a empresa"*, sendo que na RT o nome da empresa está sempre presente nas viaturas (autocarros e veículos da manutenção), nos produtos e catálogos, nos pontos de venda, nos envelopes da comunicação interna entre outros. O nome RT está inteiramente ligado com a atividade principal da empresa assim como a região onde opera, sendo que esta designação está presente desde a privatização da antiga Rodoviária Nacional (1993) e estabeleceu, mediante as regiões do país, a respetiva designação (Ex: Rodoviária da Beira Interior, Rodoviária da Beira Litoral; Rodoviária do Alentejo, entre outras)[12].

[12] **Informação adaptada com base em http://rn.com.sapo.pt/index.htm em 15 de Novembro de 2012**

1.6.2 Logótipo

O Logótipo apresenta-se como o elemento que revela a personalidade da empresa e identifica a mesma em qualquer situação. Este elemento gráfico pertencente à identidade visual da organização insere-se na comunicação institucional. Segundo GOMES (1994:225) *O logótipo do produto ou da empresa anunciante aparece quase sempre em lugar de destaque e constitui, por vezes mesmo, o elemento principal da comunicação que se estabelece"* A RT desde a sua privatização vai no seu terceiro logótipo e destaca-se pela sua forte atratividade para quem o vislumbra.

Figura nº 9 - Logótipo Rodoviário do Tejo
Fonte: Rodoviária do Tejo

O atual logótipo inspira-se no da RAF (*Royal Air Force*) da força aérea Inglesa e o mesmo está associado a dinamismo, rapidez, eficiência e prestígio que carateriza a força aérea Britânica (Figura nº9). O azul presente no logótipo representa personalidade, lealdade e fidelidade, a cor vermelha combate, conquista, aproximação e encontro, a amarela vivacidade, leveza, confiança e sabedoria. A RT com este logótipo pretende, acima de tudo, transmitir confiança no trabalho prestado pelos seus motoristas, mostrar rapidez das suas viaturas, e fidelidade para com os seus clientes.

O logótipo da RT destaca-se pela sua simplicidade e identificação, sendo que para o cliente comum facilmente identifica uma viatura da empresa através do seu logótipo.

1.6.3 *Slogan*

O *Slogan* teve a sua origem num grito de guerra dos povos da Escócia e visava o levantamento das armas contra o inimigo. Segundo LAMPREIA (1992:74) ”*Alem de breve, claro, conciso e de fácil memorização, um slogan deve ser sempre positivo…”* No Contexto empresarial pretende incentivar os clientes ao consumo do produto/serviço disponibilizado pela empresa através de uma mensagem positiva, clara e de fácil memorização para o público. O Slogan transmite a filosofia, missão e os valores da entidade empresarial. A RT utiliza vários *Slogans* para promover a sua imagem institucional e em determinados serviços prestados ao cliente. São exemplos de *Slogan´s* os seguintes na RT: “*Ontem como hoje… ligamos pessoas!*”; *“RÁPIDAS - UMA MARCA, UM SERVIÇO*”.[13]

[13] **Fonte: Relatório de Contas de 2011**

Capítulo II

Comunicação e Relações Públicas

O departamento de comunicação numa organização procura compreender as necessidades dos clientes e dos colaboradores da empresa de forma a criar um modo de interação com públicos internos e externos através de uma mensagem de qualidade, credibilidade, prestígio e honra com os compromissos para atingir a satisfação dos públicos interno e externo da organização. Sejam as relações internas ou as relações externas com o público estas são de extrema importância para a empesa uma vez que são os dois pilares para a sustentabilidade de uma organização, seja na execução do trabalho ou no consumo do produto ou serviço desenvolvidos. Segundo RASQUILHA (2007:26) *" A atividade de comunicação deve ser exercida não só na empresa, mas também para fora dela"*, as empresas não devem apenas olhar para o público externo, devem dar uma atenção especial ao público interno tornando-o mais competitivo e eficiente na tarefa que desenvolve. Para obter um produto ou serviço de qualidade a organização deve *"hoje mais que nunca, questionar-se face à sua capacidade de atingir, de forma eficaz e eficiente os objetivos definidos com vista a oferecer um produto que satisfaça as necessidades de um mercado alargado*" RASQUILHA (2007:26).

2.1 Comunicação Interna

Entende-se por Comunicação Interna toda a atividade que no contexto da organização produz os fluxos de informação entre os colaboradores da empresa. Segundo BEIRÃO *et al*, (2008: 26) a Comunicação Interna *"desenvolve-se dentro das empresas e tem por objetivo obter ou consolidar um clima de recetividade entre todos os indivíduos que aí trabalham"* assegurando o fluxo de informação que percorre as várias hierarquias da empresa e assim criar um ambiente favorável para uma informação fidedigna.

Numa empresa com a dimensão da RT é importante o bom funcionamento da Comunicação Interna, uma vez que num universo de cerca de 700 colaboradores é importante um fluxo de informação transmitida de forma eficiente e fidedigna para não afetar o bom funcionamento da empresa. A RT dispõe de uma eficiente Comunicação Interna, pela via de meios informáticos (intranet, email interno, programa de partilha de informação entre administrativos), pela via telefónica (através de uma rede interna de Comunicação por telefone e telemóvel), por via escrita (a RT dispõe de envelopes internos para fazer circular documentos escritos e pequenas encomendas entre as várias filiais, infotejo). Esta

informação interna processa-se de forma ascendente, dos colaboradores para a administração, ou pelo oposto, descendente, da administração para os colaboradores, ou mesmo entre os vários departamentos.

2.2 Comunicação Externa

A informação com o exterior compreende toda a informação ao tipo de serviço que a empresa presta ao cliente. A informação com o exterior tem como objetivo primordial a promoção da imagem organizacional ao cliente ou à imprensa, do serviço que é prestado. A comunicação externa é vital para a manutenção da atividade da empresa uma vez que *" o volume de comunicação e a direção da comunicação constituem o eixo de eficiência de qualquer empresa"* RASQUILHA (2007:28). A forma como é processada a informação externa credibiliza a organização e propicia a que o público crie uma imagem positiva em torno da mesma. Tendo em consideração a dimensão da RT, esta produz serviços para uma enorme variedade de clientes, assim consideram-se os públicos externos da RT, estudantes de todas as faixas etárias que viajam diariamente, idosos, trabalhadores, emigrantes, turistas, empresas do ramo, entidades públicas e privadas, coletividades desportivas e culturais, agências de viagem, câmaras municipais, empresas públicas, entre outras.

Para se dar a conhecer ao exterior, a RT tem uma *newsletter* própria semestral (Rumo), ações de marketing e publicidade, várias reportagens de televisões locais e nacionais, reportagens de rádios e jornais locais da área de operacional RT.

A *newsletter Rumo* é uma revista elaborada na RT lançada semestralmente para informar os clientes dos acontecimentos mais relevantes na empresa ao longo dos últimos seis meses. Esta revista aborda várias temáticas e assuntos de interesse da área dos transportes e está disponível ao público no *site* da empresa, ou por encomenda prévia à administração. Esta publicação é coordenada e elaborada pela Dra. Sónia Ferreira.

As ações de marketing e publicidade são elaboradas na administração e visam promover a empresa ao cliente. Uma vez que o marketing é *"um conjunto de meios de que dispõe uma empresa para vender os seus produtos aos seus clientes com rendibilidade"* LINDON (2004:24), a RT tem uma boa rede de vendas ao cliente assente numa ótima estratégia de marketing, em que o cliente está sempre no primeiro plano da satisfação das suas necessidades de mobilidade.

A Televisão é um ótimo *"instrumento para ocasiões especiais ou para demonstrações a que, de outro modo, não se poderia assistir "* LAMPREIA (2008:101), é neste sentido que a RT utiliza a televisão como um potente meio para fazer chegar ao cliente informação. A "Tv Ribatejo", através da sua televisão privada, por várias ocasiões fez reportagens e entrevistas sobre a RT, assim como acompanhou várias ações de doação de bens materiais e alimentares para instituições sociais. Também a Sic, TVI e Rtp 1 passaram já várias notícias sobre a RT. Jornais de Santarém, Leiria e Torres Novas publicitam a RT nas suas publicações semanais.

O *Website* da RT é também uma forma de comunicar externamente de forma fiável, uma vez que a informação está permanentemente atualizada (*Figura nº10*).

Figura nº 10 - Website Rodoviária do Tejo
Fonte: www.rodetejo.pt

2.3 Comunicação de Crise

O aparecimento de uma crise numa organização deve desde logo ser encarada como um problema decorrente de forma ocasional, uma vez que não é de forma regular que uma crise afeta uma organização. No entanto, a crise é, na maioria das vezes, encarada como algo de negativo numa organização, mas pode ser também uma oportunidade para melhorar a reputação da mesma para o cliente. Segundo BLACK (2001:141*) " As organizações que se deparam com problemas e crises tendem a comportar-se de uma de duas formas – podem adotar uma abordagem negativa, ou podem ver o lado positivo"*. O planeamento prévio de uma situação de crise torna-se importantíssimo uma vez que os seus efeitos junto dos diversos públicos (internos e externos) são minimizados e o administrador da empresa fica numa condição mais favorável. Numa situação de crise é necessário reunir um grupo e um porta-voz que comunique com os envolvidos na situação de crise decorrente. As crises podem ser de vários tipos, previsíveis ou imprevisíveis, visto que pode ser ou não prevista a ocorrência da mesma. No entanto a crise imprevisível é mais complicada de resolver dada a incapacidade de prever o momento. O grau de risco deve ser levado em conta assim como o processo de informação, que dever ser rápido, verdadeiro e tranquilizador.

Sendo que a RT é uma empresa que lida com várias ocorrências que sucedem ocasionalmente, um dos administradores está muito bem preparado para lidar com crises na empresa, evidenciando um prévio planeamento para lidar com os públicos e com os meios de comunicação. As crises que geralmente acontecem na RT estão relacionadas com greves dos colaboradores, acidentes com autocarros, atropelamentos, divergências entre passageiros e motoristas, assim como dívidas recorrentes de câmaras municipais.

2.4 Relações Públicas

As Relações Públicas desde o seu aparecimento até à atualidade, desde sempre desempenharam um papel fundamental numa organização na ligação entre a administração de topo e os colaboradores com quem lida direta ou indiretamente. Ive Lee foi considerado o grande fundador das Relações Públicas, quando na conturbada América do início do Séc. XX foi contratado para "mediador" nas relações entre o grande patronato da indústria mineira e os trabalhadores, que lutavam por melhores condições salariais e de trabalho.[14] Segundo BLACK (2001:18) *" As Relações Públicas são a tentativa sistemática de influenciar as convicções, atitudes, opiniões ou comportamentos das pessoas relativamente a uma organização, aos seus produtos ou serviços, ou a uma questão ou causa"*, esta é uma técnica que se aplica em qualquer empresa independentemente da sua área de negócio, do número de colaboradores, ou dos resultados operacionais. Para SOUSA (2003:13) *" O elevado número de ações que se podem incluir na esfera das Relações Públicas leva a que, por vezes, não apenas variem as designações para atividade, mas a que nem sempre seja possível estabelecer fronteiras entre as RP e as atividades afins"*, segundo este autor não é possível estabelecer até onde vão as RP uma vez que nas organizações têm uma larga abrangência e um caráter multidisciplinar. Para o profissional de Relações Públicas é da sua competência estabelecer uma relação de trabalho com os média, gestão de crises na organização, participar de forma direta na gestão da empresa, interpretar a opinião dos clientes da empresa, estabelecer uma relação de confiança com administração e trabalhadores, entre outras tarefas. Todas as funções do RP visam implementar um bom ambiente no seio da empresa estimulando os colaboradores nas suas tarefas. A projeção de uma boa imagem organizacional com o público externo é também da competência do RP.

Na RT as boas práticas das Relações Públicas estão bem presentes no departamento de recursos humanos que assumem essa tarefa visto que a empresa não dispõe de nenhum profissional de RP. Há a destacar o excelente trabalho desempenhado, da competência do profissional de RP, por parte do pessoal de recursos humanos sendo que no seio da RT conseguem-se manter em bom nível as relações entre a administração e os colaboradores.

[14] **Fonte: Guia prático do profissional de RP**

Capítulo III

O Estágio: Atividades Desenvolvidas

O interesse pelo estágio na Rodoviária do Tejo vem na sequência do meu interesse pessoal pelo Transporte Rodoviário de Passageiros. Esta é uma área de atividade que desde sempre me fascinou por razões familiares e por razões de motivação pessoal e na qual pretendo seguir carreira profissional e assim conjugar o curso de Comunicação e Relações Públicas com a rotina de trabalho numa empresa de autocarros. Tendo em conta que a Rodoviária do Tejo tem um grande volume de negócios (cerca de 37,5 milhões de euros durante o ano 2011), com potencialidade de aumentar este valor, esta é uma empresa com um futuro promissor em Portugal que, no entanto, revela muitos processos algo desatualizados, nomeadamente a nível comunicacional com o Público Externo.

De acordo com este contexto desenvolvi o meu estágio com o intuito de adquirir os saberes da área da atividade, ao mesmo tempo que transmiti os saberes que adquiri ao longo dos três anos do programa curricular. O *feedback* entre o estagiário e os colaboradores da empresa, permite uma troca de conhecimentos mútuos e como tal contribuir para o sucesso da empresa no contexto da Comunicação e das Relações Públicas.

3.1 Objetivos

A realização deste estágio foi o culminar de uma etapa de três anos de aprendizagem teórica e a possibilidade do primeiro contacto com o mundo real do trabalho numa organização. De acordo com o regulamento da Escola Superior de Educação Comunicação e Desporto, o estágio possibilita ao aluno " *o exercício de funções práticas em Instituições, proporcionando ao estudante a aprendizagem de competências profissionais num contexto real de trabalho*"[15]. O estágio curricular integra o plano de estudos do Curso de Comunicação e Relações Publicas, tendo a duração de três meses.

O meu principal objetivo foi estabelecer contatos com profissionais experientes no ramo dos transportes rodoviários de passageiros, ao mesmo tempo que apliquei os meus conhecimentos adquiridos ajudando a empresa a compreender as suas limitações ao nível da Comunicação e das Relações Públicas. Neste estágio desenvolvi novas competências ao

[15] **Regulamento de estágio ESECD: http://www.esecd.ipg.pt/biblioteca/Regulamento%20de%20estágios%20do%20IPG.pdf**

nível de planeamento e gestão empresarial, assim como um profundo contacto como as tarefas do departamento de recursos humanos. Foi muito interessante observar as relações interpessoais internas na organização que se estabelecem entre os colaboradores. Todo o ambiente e dinâmica que observei foi muito importante a nível pessoal na medida em que me facilitará uma adaptação, futuramente, no meio empresarial.

Em linhas gerais foi uma atividade muito gratificante e na qual atingi os objetivos a que me propus inicialmente.

3.2 Atividades Desenvolvidas

3.2.1 Plano

O plano de atividades para o estágio foi definido entre a tutora do estágio, Drª Sónia Ferreira, e um dos administradores executivos, Engº Orlando Ferreira, planificado detalhadamente no Cronograma (Anexo XVIII).

Foi-me proposto fazer um levantamento de todo o Marketing e Comunicação desenvolvido pela RT nos quatro departamentos operacionais de passageiros, com uma recolha de dados no terreno em cada um dos terminais de passageiros (Torres Novas, Santarém, Leiria, Caldas da Rainha). Posteriormente à observação seria elaborado um trabalho a apresentar no final dos três meses de estágio ao Engenheiro Orlando Ferreira com objetivo de apontar deficiências e possíveis melhorias na Comunicação externa com os públicos da empresa.

Outra atividade que me ocupou ao longo dos três meses de estágio foi a análise mensal emitida graficamente pela R.N.E. relativamente à avaliação das viaturas da RT no serviço prestado ao cliente. Esta tarefa foi realizada durante a primeira semana de cada um dos meses de estágio e consistiu em fazer uma análise escrita para posteriormente ser entregue ao administrador.

A *Newsletter* "Rumo" da RT tem lançamento trimestral, no entanto, a preparação da mesma é feita previamente, e para a mesma fiquei responsável pela elaboração de alguns artigos com a respetiva correção e filtragem por parte da Dr.ª Sónia.

Ao final de cada mês, no final do estágio, fiquei responsável pela elaboração da Infotejo, uma nota informativa relativa a normas de segurança na condução anexada no recibo de vencimento de cada motorista. Todo o processo de elaboração e organização do mesmo nas folhas de ordenado ficou a meu cargo.

Foi-me incumbida a atualização de dados dos motoristas em *Excel*, relativamente ao curso de aptidão de motorista, certificado de motorista e transporte coletivo de crianças.

A juntar a estas atividades mostrei-me sempre disponível para realizar outras tarefas que não eram da minha competência e não estavam contempladas no meu plano de estágio. Entre essas tarefas destaco o transporte de motoristas em várias ocasiões para Leiria e Santarém, elaboração de percursos aos motoristas em serviço de aluguer, e entrega de encomendas da RT. No final do estágio a administração mostrou-se disponível para efetuar uma remuneração pelo meu trabalho extra prestado para a empresa.

Tive a oportunidade de ouvir, dar sugestões e aprender com profissionais de várias áreas que acumulam uma experiência efetiva ao serviço da RT.

3.2.2 Análise ao Marketing e Comunicação da Rodoviária do Tejo

Esta foi a tarefa que mais tempo me ocupou e aquela em que tive de aplicar vários conhecimentos teóricos adquiridos no curso ao longo dos três anos. Esta tarefa ocupou- -me os três meses de estágio uma vez que necessitei de me deslocar aos terminais rodoviários de Santarém, Leiria e Caldas da Rainha para observar e anotar os pontos a analisar. Na análise que elaborei deixei também algumas sugestões de melhoria ao nível da comunicação e do Marketing direto com os clientes (ANEXO XII). O trabalho consistiu em analisar as

deficiências na comunicação com o cliente nos terminais rodoviários, análise à publicidade e a relação comunicacional entre bilheteiros/motoristas e os clientes.

3.2.3 Análise da avaliação mensal emitida pela RNE

A análise da avaliação mensal emitida pela RNE foi a tarefa mais importante que realizei ao longo do estágio (3meses), não pela sua dificuldade, mas pela responsabilidade que o documento teve para efeitos de gestão da empresa, uma vez que foi a partir da minha análise que o administrador traçou as linhas de orientação para a frota do "Serviço Expresso" prestado pelas viaturas RT, para a contratante RNE. Esta tarefa consistiu em analisar a avaliação da RNE aos vários parâmetros definidos (conforto, motorista, limpeza da viatura, cumprimento de horários, etc.) para a prestação de um serviço de qualidade. (ANEXOS X;XI)

3.2.4 Elaboração de artigos para a Newsletter

A RT dispõe de uma revista trimestral. A *Newsletter* é destinada aos colaboradores e clientes da empresa que podem consultar os acontecimentos mais importantes que se desenrolaram na RT. Como coordenadora responsável da revista está a Drª Sónia que organiza e filtra os conteúdos antes da impressão. Para a revista escrevem ainda artigos os administradores e eventualmente alguém dos quadros administrativos. Entre os artigos destacam-se várias entrevistas a colaboradores, antigos empregados e passageiros, reportagens de acontecimentos importantes ligados à empresa, eventos realizados pela RT, e promoção[16] e divulgação de vários serviços efetuados.

A minha função consistiu em organizar a informação e elaborar alguns dos artigos, para posteriormente serem corrigidos ou verificados pela Drª Sónia Ferreira. Para a realização dos textos necessitei de rever alguns conteúdos que haviam sido assimilados durante o curso, nomeadamente regras e normas para a elaboração de textos jornalísticos. (ANEXOS I;II).

[16] **"consiste em associar um produto uma vantagem temporária destinada a facilitar ou a estimular a sua utilização , a sua compra e ou a sua distribuição." LINDON(2004:394)**

3.2.5 Elaboração da Infotejo

Sendo a RT uma empresa responsável e preocupada com o cumprimento das normas de segurança e condução por parte dos seus motoristas, no final de cada mês é anexada junto da folha de vencimento uma nota informativa referente ao cumprimento das regras de condução, segurança tal como do funcionamento técnico dos dispositivos de segurança das viaturas. Ao longo dos três meses de estágio fiquei responsável por realizar a Infotejo. Os conteúdos e imagens eram disponibilizados pela Drª Sónia e a minha função foi elaborar o texto e organizar os conteúdos disponibilizados.

A informação disponibilizada na Infotejo foi de enorme importância nos custos operacionais, nomeadamente a partir da introdução de portagens nas *Ex-Scut´s* aconselhando alternativas, da descida de 6 cêntimos/litro no preço do gasóleo em França, e notas de obrigatoriedade de abastecimento nos postos *Repsol* em Portugal para todas as viaturas RT (ANEXOS VI;VII;VIII).

3.2.6 Organização de ficheiros e documentos

A organização de arquivos, ficheiros e atualização de dados dos motoristas da RT foi uma das tarefas que me ocupou mais tempo ao longo do estágio. Este trabalho consistia em atualizar dados dos motoristas referentes as suas habilitações profissionais uma vez que as mesmas têm uma validade e necessitam de renovação. O meu trabalho aqui consistiu em anotar os motoristas e, posteriormente, comunica-los ao responsável dos Recursos humanos, Dr. Gonçalo Reis. Os programas informáticos que utilizei na tarefa foram o *Microsoft Word*, *Microsoft Excel* e um novo programa que utilizei AS400[17], que me era desconhecido. (ANEXO IX)

[17] **O AS400 é a arquitetura utilizada pela IBM para sistemas de tamanho médio e foi criado em 1988 melhorado em 2000, este programa é um suporte de apoio para gestão de recursos humanos numa organização**

3.2.7 Outras atividades

A diversidade de atividades que desenvolvi ao longo dos três meses tornou o estágio motivador e ambicioso para os meus objetivos pessoais e profissionais. No meu período de estágio, procurei permanentemente ser útil na empresa e como tal desempenhei várias tarefas que não estavam no plano de estágio que havia sido delineado e assim tornar-me numa mais-valia para a RT. Por várias ocasiões fui solicitado para transportar vários motoristas entre as filiais, encomendas e envelopes, e pequenas embalagens pertencentes ao serviço RODOMAIL[18]. Fui solicitado para acompanhar um dos motoristas da empresa num serviço ocasional entre Torres Novas e Lisboa (aeroporto) para tirar fotografias para arquivo da empresa, que mais tarde serão utilizadas em trabalhos internos ou na *Newsletter* "Rumo" (ANEXO XVI).

Tendo em conta que realizei o estágio num período conturbado nas relações entre o sindicato e a empresa, fiquei responsável por fazer um levantamento dos comunicados emitidos pelo *SITRA* e *FECTRANS*[19] para a administração da RT.(ANEXOS III;IV)

Posso afirmar que pela pluralidade e polivalência de atividades, este estágio contribuiu para me fazer compreender que numa organização, devemos ser proativos e mostrar-nos sempre disponíveis na realização de qualquer tarefa independentemente da sua natureza.

[18] **Transporte de pequenas encomendas**
[19] **Sindicatos dos transportes Rodoviário de Passageiros**

REFLEXÃO FINAL

A realização do estágio curricular marcou a entrada numa nova fase da minha vida a nível pessoal e profissional. Terminados os três anos de aprendizagem teórica, o estágio curricular revelou-se uma oportunidade de colocar os meus conhecimentos no "campo profissional" e assim ajudar a integrar-me num contexto organizacional real do mundo do trabalho. O estágio correspondeu às minhas expetativas iniciais, uma vez que escolhi o local na área de trabalho que pretendo seguir daqui em diante e revelou-se enriquecedor a nível teórico e prático das mais variadas situações do dia-a-dia numa empresa de transporte rodoviário de passageiros. Fico com certezas de que executei com esforço e empenho as tarefas propostas e procurei ser proativo no sentido de ajudar a empresa a melhorar aspetos menos positivos. O estágio contribuiu para melhorar algumas competências pessoais, nomeadamente em termos de organização de tempo e de trabalho, penso que estas foram valências que melhorei ao longo dos três meses.

A formação académica, adquirida ao longo dos três anos, foi indispensável na realização de muitas tarefas, uma vez que alguns dos trabalhos realizados necessitaram a aplicação de conteúdos teóricos e práticos adquiridos nas unidades curriculares fornecidas pelo curso que apliquei e de que destaco - Planeamento e Comunicação Empresarial, Cartografia, Estatística da Comunicação, Relações Públicas Institucionais e Empresariais, Marketing e estudos de Mercado. Realço também a facilidade em utilizar as ferramentas informáticas, sendo que neste campo a ESECD preparou os alunos para lidar com relativa facilidade com as tecnologias de informação e comunicação, fruto do trabalho dos professores e da organização do curso.

Uma mais-valia do curso que podemos comprovar no estágio são as competências que foram adquiridas aquando da participação na organização de eventos ao longo dos três anos e de que destaco as "Jornadas de Comunicação", "*Workshop* de Desporto", de extrema importância para os alunos, sendo que na organização de eventos são adquiridas responsabilidades e faculdades que mais tarde serão aplicadas num contexto real de trabalho

e nesse sentido destaco a proatividade da escola no apoio à realização e organização de eventos.

Terminado este estágio, pude ainda constatar que a componente prática é provavelmente a fase mais importante no percurso do aluno e, nesse sentido, espero que a escola, através do gabinete de estágios, se esforce para conseguir parcerias com empresas de forma a proporcionar uma componente prática de qualidade ao aluno ao longo dos três anos. No meu ponto de vista, a componente prática está ainda pouco implementada na ESECD e o período de estágio curricular deveria ser alargado aos três anos do curso, visto que o contacto direto dos alunos com as organizações é fundamental na formação de profissionais de qualidade.

Em suma, o estágio foi uma grande experiência a nível pessoal uma vez que me abriu portas para o futuro, ao nível de contactos profissionais, das relações de amizade que estabeleci com todos os profissionais dos vários departamentos com que lidei, e de uma visão que me possibilitou abrir as perspetivas sobre o mundo dos transportes rodoviários de passageiros em Portugal.

BIBLIOGRAFIA

BEIRÃO, *et al.*(2008). *Manual de Comunicação Empresarial* (1ªedição). Porto: Platano Editora, S.A.

BLACK, Caroline (2001). *Guia Prático do Profissional de Relações Públicas*. Mem Martins: Publicações Europa-América (s./e.)

CAETANO, Joaquim; RASQUILHA, Luis (2007). *Gestão da Comunicação* (3ªedição). Lisboa: Quimera Editores, Lda.

CASTRO, João (2007). *Comunicação de Marketing*(2ª edição). Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

CHIAVENATO, Idalberto (2004). *Gestão de Pessoas* (2ªedição). Rio de Janeiro: Elsevier Editora

GOMES, António (1994). *Publicidade e Comunicação* (2ªedição). Cacém: Texto Editora

LAMPREIA, J.Martins (1992). *A Publicidade Morderna* (3ªedição). Lisboa: Editorial Presença

LINDON, et al (2004). *Mercator XXI – Teoria e prática do Marketing* (10ªedição), Lisboa: Dom Quixote

RASQUILHA, Luis (2007). *Gestão e Planeamento de Comunicação* (1ª Edição). Quimera

SOUSA, Jorge (2003). *Planeamento da Comunicação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa (s./e.)

VILLFAÑE, Justo (1998) *Imagem Positiva – Gestão Estratégica da Imagem das Empresas* (1ªedição) Lisboa: Silabo

WEBGRAFIA

http://www.pmebox.com/PmeboxEditor/Uploads/K21VYYD816DLEJQ/Comunicado%20Rod.%20Tejo.pdf (Consultado em 2012);

http://www.rodotejo.pt/empresa/historia (Consultado em 2012);

http://www.rodotejo.pt/empresa/missao (Consultado em 2012);

http://www.fectrans.pt/index.php/component/search/?searchword=rodoviaria%20do%20tejo&searchphrase=all&Itemid=131 (Consultado em 2012);

http://www.barraqueiro.com/html/pt_empresas_rod_tejo.php (Consultado em 2012);

http://www.transportesemrevista.com/Default.aspx?tabid=345&language=pt-PT (Consultado em 2012);

http://mapas.ine.pt/map.phtml (Consultado em 2012);

RODOVIÁRIA DO TEJO

ANEXOS

Anexo I – Newsletter

Anexo II – Newsletter

Anexo III – Comunicado do Sindicato

Anexo IV – Comunicado do Sindicato

Anexo V – Comunicado da Administração

Anexo VI – InfoTejo - Agosto

Anexo VII – InfoTejo – Setembro

Anexo VIII – InfoTejo – Outubro

Anexo IX – Trabalho em Excel de Organização das Viaturas RT na Rede Expressos

Anexo X – Avaliação Mensal da Rede Expressos

Anexo XI – Trabalho de descrição da Avaliação da RT por parte da Rede Expressos

Anexo XII – Trabalho de Marketing e Comunicação

Anexo XIII – Documento analisado da Rede Expressos

Anexo XIV – Exemplos de horários

Anexo XV – Exemplos de horários

Anexo XVI – Fotos tiradas de Autocarros

Anexo XVII – Tipos de Viaturas RT

Anexo XVIII - Cronograma