

Relatório de Estágio

Tatiana Filipa Gomes Juliana

Comunicação e Relações Públicas

dez | 2023

GUARDA
POLI
TÉCNICO



POLI TÉCNICO GUARDA

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

GUARDA WELCOME CENTER

RELATÓRIO DE ESTÁGIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE
LICENCIADA EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Tatiana Filipa Gomes Juliano

Guarda, dezembro 2023

POLI TÉCNICO GUARDA

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

GUARDA WELCOME CENTER

RELATÓRIO DE ESTÁGIO PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE
LICENCIADA EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Professor Orientador: António José Boto De Figueiredo

Tatiana Filipa Gomes Juliano

Guarda, dezembro 2023

Ficha de Identificação

Estagiária | Tatiana Filipa Gomes Juliano

Número de aluno | 1704538

Curso | Comunicação e Relações Públicas

Orientador de estágio | Professor António José Boto Figueiredo

Estabelecimento de ensino | Instituto Politécnico da Guarda

Unidade Orgânica | Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Morada | Av. Dr. Sá Carneiro 50, 6300-559 Guarda

Telefone | 271220135; **Email** | ipg@ipg.pt

Instituição de estágio | Guarda Welcome Center

Morada | Praça Luís de Camões 21, 6300-725 Guarda

Telefone | 271 205 530; **Email** | turismo@mun-guarda.pt

Supervisora do estágio | Dra. Cláudia Soares

Grau académico da supervisora | Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo

Duração do estágio | 400 horas

Início do estágio | 8 de maio de 2023

Fim do estágio | 28 de julho de 2023

Agradecimentos

Ao finalizar este meu sonho, não posso deixar de agradecer a todos aqueles que sonharam comigo e o tornaram possível. Esta conquista é minha, mas também das pessoas que me apoiaram durante este percurso, as que não me largaram nos momentos mais difíceis, motivando-me a não desistir.

Assim sendo, quero começar por agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda (IPG), por toda a aprendizagem e por esta grande oportunidade, voltar para Portugal e estudar na minha terra foi, sem dúvida, gratificante e enriquecedor.

À Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD), a todos os docentes pela formação prestada e aos funcionários por todo o trabalho desempenhado. Agradecendo ainda ao meu orientador de estágio, professor António Figueiredo por me aceitar como sua orientanda e por se mostrar sempre disponível.

Um especial agradecimento à Câmara Municipal da Guarda (CMG) e à equipa do Guarda *Welcome Center* por me terem acolhido tão bem. Foi uma experiência que vou levar para a vida, espero que as amizades criadas durem e que nos voltemos a encontrar profissionalmente. Fui muito feliz no meu local de estágio, cresci bastante como pessoa e saí de lá com bastantes objetivos. Agradeço à minha supervisora de estágio, Dra. Cláudia Soares por ter permitido que tudo isto fosse possível, por ter confiado em mim desde o primeiro dia e pelas responsabilidades às quais me desafiou pois foram essas responsabilidades que me tornaram mais competente.

Agradecer ao meu namorado Pedro Gil, que me apoia incondicionalmente há 4 anos em todas as etapas da minha vida e que é o meu porto de abrigo aqui em Portugal.

Por fim, um obrigado muito especial à minha família, aos meus pais por toda a confiança depositada em mim, pois mesmo estando em França são os que mais me ajudam, quem mais trabalha para me proporcionar um futuro promissor, para que eu possa ter as oportunidades que eles nunca tiveram. Ao meu irmão, por ser tao orgulhoso da irmã que tem, por acreditar até mais que eu própria no meu potencial. Ao meu avô, o pilar da família, a quem eu dedico todas as minhas conquistas. Sempre serão a minha força.

Resumo

O presente relatório diz respeito ao estágio curricular realizado no Guarda *Welcome Center*. De forma a finalizar o meu percurso académico na licenciatura de Comunicação e Relações Públicas (CRP), no Instituto Politécnico da Guarda, este relatório pretende mostrar e descrever detalhadamente o meu percurso no estágio curricular acima indicado.

Neste relatório é possível perceber o que é, e como funciona o posto de turismo da Guarda, assim como, perceber todas as atividades desenvolvidas enquanto estagiária, tudo o que foi proposto pelo estabelecimento e toda a aprendizagem adquirida ao longo do estágio. Tive oportunidade de participar em inúmeras atividades turísticas promovidas pelo *Welcome Center*, como visitas guiadas pela cidade, a utilização de plataformas *e-commerce*, trabalho de receção em diversos idiomas, atualizações de informação para o *site* da Câmara Municipal da Guarda, organização e atualização de todo o merchandising, preparação de ofertas, apoio na distribuição do espaço da Feira de Antiguidades.

Com o desenvolvimento de todas as atividades e o ampliar dos meus conhecimentos, consegui realmente compreender os meus pontos fortes e perceber o que desejo futuramente. Assim como, contribuíram para o meu crescimento, tanto pessoal como profissional, juntamente com a oportunidade que me foi dada, de trabalhar com excelentes profissionais.

Palavras-chave: Guarda *Welcome Center*, Turismo, Comunicação, Relações Públicas.

Abstract

This report concerns the scholar internship conducted at the Guarda Welcome Center. In order to finish my academic journey in the bachelor's degree program in Communication and Public Relations at the Polytechnic Institute of Guarda, this report aims to show and describe in detail my experience in the foregoing internship.

In this report, it's possible to understand what the Guarda tourism point is and how it functions. Additionally, it provides insight into all the activities carried out as an intern, into everything proposed by the establishment, and details all the learning acquired throughout the internship. I had the opportunity to participate in numerous tourist activities promoted by the Welcome Center, such a guided tour of the city, the use of e-commerce platforms, reception work in different languages, updated information for the Câmara Municipal of Guarda's website, organization and updating of all merchandise, souvenir's arrangement, and support in the distribution of the antique fair area.

Through the development of these activities and the expansion of my strengths and determine my future aspirations. These experiences also contributed to my growth, both personally and professionally, along with the opportunity to work with excellent professionals.

Keywords: Guarda *Welcome Center*, Tourism, Communication, Public Relations.

Índice Geral

Conteúdo

FICHA DE IDENTIFICAÇÃO	I
AGRADECIMENTOS	II
RESUMO	III
ABSTRACT	IV
ÍNDICE GERAL	V
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
ÍNDICE DE TABELAS	VIII
LISTA DE SIGLAS E ACRÓNIMOS.....	IX
GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS	X
INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO E DO GUARDA WELCOME CENTER.....	2
1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICO-GEOGRÁFICA	3
1.2. CÂMARA MUNICIPAL DA GUARDA	4
1.2.1. <i>Estrutura Orgânica</i>	4
1.2.2. <i>Identidade Visual</i>	5
1.2.2.1. Logótipo.....	6
1.2.3. <i>Política de Comunicação</i>	7
1.2.3.1. Comunicação Interna	8
1.2.3.2. Comunicação Externa	8
1.2.3.2.1. <i>Redes Sociais</i>	9
1.2.3.2.1.1. <i>Facebook</i>	9
1.2.3.2.1.2. <i>Instagram</i>	10
1.2.3.2.1.2.3. <i>Youtube</i>	11
1.2.3.2.2. <i>Website</i>	12
1.3. GUARDA WELCOME CENTER	13
1.3.1. <i>Front Office</i>	15
1.3.2. <i>Informação Turística</i>	16
1.3.3. <i>Produtos Expostos</i>	16
1.3.4. <i>Relações Públicas</i>	17
1.3.5. <i>Análise SWOT</i>	18
CAPÍTULO 2 – ESTÁGIO CURRICULAR.....	21

2.1. PLANO DE ESTÁGIO.....	22
2.2. TAREFAS DESENVOLVIDAS	23
2.2.1. Atendimento ao Público/ Turista	23
2.2.2. Visitas Guiadas.....	23
2.2.3. Organização das informações relativas aos artesãos/produtores	25
2.2.4. Acompanhamento e organização de stock	26
2.2.5. Ofertas do Município.....	27
2.2.6. Atualização de Conteúdos da Página web do Turismo.....	28
2.2.7. Elaboração de Rotas e Percursos	28
2.2.8. Preparação e apoio na produção de eventos promocionais	29
2.2.9. Passadiços do Mondego.....	29
2.2.10. Parque de Campismo	30
2.3. ANÁLISE CRÍTICA DA EXPERIÊNCIA	31
REFLEXÃO FINAL	33
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	34
ANEXOS	
APÊNDICES	

Índice de Figuras

Figura 1- Mapa do Distrito da Guarda	3
Figura 2- Logótipo do Município da Guarda	7
Figura 3- Página Inicial do Facebook do Município da Guarda	10
Figura 4- Página Inicial do Instagram do Município da Guarda	11
Figura 5- Página Inicial do Youtube do Município da Guarda.....	12
Figura 6- Página inicial do Website do Município da Guarda	13
Figura 7- Guarda <i>Welcome Center</i>	13
Figura 8- Panfleto dos Passadiços do Mondego.....	16
Figura 9- <i>Merchandising</i> exposto.....	17
Figura 10- Visita Guiada à Sé Catedral da Guarda.....	24
Figura 11- Dossiês dos artesãos/produtores	25
Figura 12- <i>Stock</i> de produtos.....	26
Figura 13- Ofertas do Município	27
Figura 14- Lista da Restauração no <i>Excel</i>	28
Figura 15- <i>Check in</i> do Parque de Campismo	30
Figura 16- <i>Merchandising</i> no Parque de Campismo	31

Índice de Tabelas

Tabela 1- Análise SWOT	19
-------------------------------------	-----------

Lista de Siglas e Acrónimos

CMG: Câmara Municipal da Guarda.

CRP: Comunicação e Relações Públicas.

ESECD: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto.

EUA: Estados Unidos da América.

GESP: Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais.

INE: Instituto Nacional de Estatística.

IPG: Instituto Politécnico da Guarda.

RP: Relações Públicas.

SWOT: *Stenghts* (forças), *Weaknesses* (fraquezas), *Opportunities* (oportunidades) e *Threats* (ameaças).

Glossário de Termos Técnicos

Back Office: profissionais que prestam serviços indiretos, não necessariamente relacionados à atividade principal da organização.

Designer: profissional responsável pela criação de um produto.

E-commerce: comércio eletrônico.

Facebook: uma rede social.

Front office: quem exerce as atividades e funções que lidam diretamente com os clientes da organização.

Instagram: uma rede social.

Internet: um sistema global de redes de computadores interligadas que utilizam um conjunto próprio de protocolos.

Merchandising: prática e processo de exibição e venda de produtos aos clientes.

Online: quando se está na *internet*.

Site: conjunto de páginas interligadas, divididas em diferentes sessões.

Slogan: frase curta, de fácil memorização, para acompanhar o nome de uma marca.

Website: utilizado para definir o local onde uma ou mais páginas ficam disponíveis para acesso, através da *internet*.

Welcome Center: centro de boas-vindas.

Youtube: uma rede social.

Stock: refere-se à quantidade de bens ou produtos de que dispõe uma organização ou um indivíduo.

Microsoft Excel: é um programa que utiliza tabelas para realizar cálculos ou apresentar dados

Check in/ Check out: quando chega e faz uma reserva de alojamento/ quando vai embora do alojamento

Introdução

O presente relatório surge no âmbito do estágio curricular, a fim de concluir a licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto (ESECD), do Instituto Politécnico da Guarda (IPG).

Para iniciar este novo ciclo, mais próximo da realidade que é o mundo do trabalho, decidi, após diversas propostas apresentadas pelo Gabinete de Estágios e Saídas Profissionais (GESP), escolher uma das áreas que me desperta mais interesse, o turismo.

Desde cedo, comunicar e principalmente comunicar em outros idiomas é algo que me fascina, posto isso, a aquisição de novas experiências com pessoas dessa mesma área contribuiu bastante para melhorar e desenvolver as minhas aptidões. Este relatório foca-se em descrever as atividades realizadas durante as 400 horas no Guarda *Welcome Center*, estrutura que pertence à Câmara Municipal da Guarda, em conformidade com o que ficou definido no plano de estágio (Anexo I).

De modo a atingir esse objetivo, a estrutura deste relatório está dividida em dois capítulos. O primeiro capítulo resume-se à contextualização do município da Guarda e do Guarda *Welcome Center*, uma contextualização tanto histórica como geográfica da instituição, informações relevantes, o funcionamento de um relações públicas e imagem da instituição.

O segundo capítulo concentra-se em descrever as tarefas realizadas durante o estágio, ensinamentos adquiridos e tudo o que contribuiu para o meu futuro profissional.

Relativamente à metodologia utilizada, consistiu principalmente na recolha de informação no *site* institucional e na informação existente nos registos do *Welcome Center*, assim como, na pesquisa bibliográfica, análise documental e numa observação participante durante o estágio.

Posto isto, gostaria de destacar a equipa presente no posto de turismo, que me acompanhou ao longo do estágio, que me incentivou desde o primeiro dia a lidar diretamente com o público e a aprender todo o necessário para ter o à-vontade em realizar todas as tarefas com autonomia, tal como qualquer outro profissional ali presente. Permitindo-me assim, mostrar as minhas capacidades e a minha vontade em aprender e crescer.

**CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO E DO
GUARDA *WELCOME CENTER***



Este primeiro capítulo tem como objetivo apresentar a organização à qual pertence o Guarda *Welcome Center*, tratando-se da Câmara Municipal da Guarda. Irei fazer uma contextualização histórico-geográfica, abordar a sua estrutura orgânica, identidade pessoal e política de comunicação. Consequentemente, irei abordar o posto de turismo e as suas principais características, seguidas do setor do turismo na Guarda. Dando assim a conhecer, o seu contributo e importância para a região, no que toca à promoção do destino turístico que é a Guarda.

1.1. Contextualização Histórico-Geográfica

Fundada pelo segundo rei de Portugal, D. Sancho I, com a atribuição do foral a 27 de novembro de 1199, a cidade da Guarda, situa-se na região Centro e sub-região das Beiras e Serra da Estrela como se verifica na figura 1. Destaca-se por ser a cidade mais alta de Portugal com 1056 metros de altitude e pelo seu património natural e histórico-cultural. A Guarda é capital de Distrito, constituída por 14 municípios e o seu Concelho por 43 freguesias, sendo assim, considerado um dos maiores concelhos de Portugal.



Figura 1- Mapa do Distrito da Guarda

Fonte: Google Images

Como é referido no *site* Mundo Português (2018) toda a região é conhecida pelo granito, pelo clima contrastado de montanha e pelo seu ar puro e frio que permite a cura e manufatura de fumeiro e queijaria de altíssima qualidade.

Daí, ser também conhecida como a cidade dos 5 F's, a explicação mais consensual é que seja:

- **Forte:** pelas muralhas, pela torre do castelo e posição geográfica;
- **Farta:** graças à riqueza que abrange o Vale do Mondego, pois o seu clima é propício para a produção agrícola;
- **Fria:** devido à sua altitude e proximidade da Serra da Estrela;
- **Fiel:** pois o seu passado revela que rejeitaram entregar as chaves da cidade ao rei de Castela durante a crise de 1383-85;
- **Formosa:** por toda a sua beleza natural.

Habitada por edifícios centenários, marcos históricos extraordinários e testemunhos brilhantes de uma História gloriosa. Uma cidade nobre que se faz de granito e de uma hospitalidade genuína, envolta pela paisagem natural arrebatadora da Serra da Estrela (*Center of Portugal, s./d.*).

1.2. Câmara Municipal da Guarda

A Câmara Municipal da Guarda é uma organização pública situada na Praça do Município na cidade da Guarda. O atual executivo tem como presidente o Excelentíssimo Senhor Sérgio Costa.

A Câmara Municipal é o órgão executivo do município e tem o dever de definir e executar todas as políticas que providenciam o desenvolvimento do Concelho em diversas áreas. Composta por um Presidente e seis Vereadores, sendo ainda um deles designado Vice-Presidente. O posto de turismo Guarda *Welcome Center* é dirigido pela Câmara Municipal.

1.2.1. Estrutura Orgânica

A estrutura orgânica equivale à forma como é dividida e hierarquizada uma organização/empresa. “De uma forma mais esclarecedora, a estrutura organizacional é a forma como os membros da organização estão distribuídos dentro da empresa de acordo com a divisão por setor, tarefas e cargos” (Ribeiro, 2020, p.10).

A formação da estrutura das organizações tem a ver com a missão, visão, valores e estratégias da mesma para o mercado, tendo em consideração a sua estrutura de recursos.

Segundo o *site* da CMG, a estrutura da Câmara Municipal da Guarda tem no topo da hierarquia o Presidente e os Vereadores com Pelouro seguido dos seguintes departamentos:

- Gabinete de Apoio à Presidência e Vereação;
- Gabinete de Informática e Modernização Administrativa;
- Gabinete de Proteção Civil
- Gabinete de Comunicação, Relações Públicas e Protocolo
- Gabinete de Apoio às Juntas de Freguesia e às Associações
- Gabinete de Participações Sociais
- Gabinete de Auditoria, Controlo Interno e Controlo de Gestão
- Gabinete de Autoridade Sanitária, Veterinária Municipal
- Gabinete de Fiscalização Municipal

Seguidas de outras dez subdivisões:

- Divisão Administrativa e de Recursos Humanos
- Divisão Financeira e de Aprovisionamentos
- Divisão de Mobilidade
- Divisão de Planeamento e Gestão Urbanística
- Divisão de Obras Públicas, Equipamentos e Infraestruturas
- Divisão de Ambiente
- Divisão de Educação, Intervenção Social e Juventude
- Divisão de Desporto e Saúde
- Divisão de Cultura
- Divisão de Economia e Turismo

Visto que o meu estágio foi realizado no posto de turismo da Guarda, encontra-se incluído na Divisão de Economia e Turismo.

Organograma do Município da Guarda disponível no Anexo II deste trabalho.

1.2.2. Identidade Visual

A identidade visual é um elemento gráfico que corresponde a uma forma de comunicação visual.

É extremamente necessário ter em atenção a mensagem que é suposto transmitir, assim como, prever a ideia com que as pessoas ficam dos seus serviços ou produtos.

As instituições são constituídas por um sistema de mensagens e de recursos significantes complexos (logótipos, símbolos, tipografia, cores, grafismo complementar, signos acústicos, arquitetura, comunicações internas e externas, etc.), manifestadas em todas e em cada uma das partes, promovendo uma determinada imagem (Universidade do Algarve, s./d.).

Qualquer identidade inicia, em termos de comunicação, com o seu nome, logótipo e *slogan*, considerados elementos primários na identificação da identidade perante o seu público. “A noção de identidade organizacional constitui uma dessas questões urgentes, e emergiu precisamente de um trabalho desenvolvido por Albert, em colaboração com Whetten, em 1985, na Universidade de Illinois nos EUA. Estes consideraram que a identidade organizacional seria uma questão auto-reflexiva, que surgiria do interior da instituição, captando o essencial das suas características. Resumiram o conceito em três pontos: (1) a identidade de uma organização é o que é percebido pelos seus membros como essencial para esta; (2) é o que a torna distinta de outras (pelo menos aos olhos dos seus trabalhadores); (3) e é o que é percebido pelos seus membros como a característica que mantém e desenvolve a ligação entre o presente e o passado da organização (e presumivelmente o seu futuro)” (Ruão, 2001, p.4).

1.2.2.1. Logótipo

O logótipo é considerado um elemento gráfico que representa uma determinada marca. “A marca gráfica é signo visual usado como assinatura da organização., produto ou serviço para se identificar, diferenciar e relacionar os distintos suportes de comunicação. Este signo gráfico resulta do ato de marcar e pode ser constituído por um logótipo, um símbolo ou por ambos em conjunto” (Martins, 2012, p.23).

A identidade corporativa da CMG foi criada pelo *designer* Paulo Romão como vemos na figura 2, segundo ele, inspirado pelos cristais de neve e uma caixa tridimensional.



Figura 2- Logótipo do Município da Guarda

Fonte: Câmara Municipal da Guarda

O logótipo é então baseado nestes dois conceitos:

- O Cristal: remete para a neve e as terras serranas;
- A Caixa Tridimensional: retrata uma cidade dinâmica pronta para mudanças e progressos, que se abre para o mundo com várias cores à mistura para simbolizar os novos trajetos.

O logótipo poderá ser declinado para várias áreas temáticas do município como o Ambiente, Desporto, Cultura, entre outros. Exemplo disponível no Anexo III deste trabalho.

1.2.3. Política de Comunicação

A comunicação traduz-se na troca de informações entre duas ou mais pessoas sendo que nas organizações, é essa troca que estabelece relacionamentos dentro e fora da entidade, com a finalidade de manter a eficácia desejada.

A CMG tem graças à comunicação organizacional, tanto interna, como externa, realizado várias mudanças benéficas para a cidade da Guarda. Comunicações essas, abrangidas por todas as formas existentes de comunicação, que podem ser usadas pela organização para comunicar com o seu público. Identificamos assim, o público interno (todas as pessoas que fazem parte da organização, para que funcione corretamente) e o público externo (pessoas que não fazem parte da organização, mas que são do seu interesse, tais como, os clientes, os fornecedores e no caso da CMG, principalmente a sociedade).

A Política de Comunicação de uma organização é considerada uma das ferramentas mais importantes para o seu sucesso, pois é nessa política que são criadas as propostas de

comunicação, formadas em função dos objetivos previstos e posteriormente planeados de uma forma estratégica. “Para que as novas forma de trabalho consigam os resultados esperados, é importante a análise das formas existentes de comunicação, considerando que a falta de gestão do conhecimento da comunicação pode gerar resultados inadequados em outros planos estratégicos da organização” (Vieira, 2004, p.24)

1.2.3.1. Comunicação Interna

Sendo a CMG uma organização que atua em diversas áreas, torna-se mais difícil manter a eficácia desejada na comunicação interna, ainda assim, a CMG consegue de uma forma bastante positiva, preservar uma comunicação fluida entre os diferentes serviços.

Segundo Melo (2006, p.6) comunicação interna tem como objetivos:

- “Tornar influentes, informados e integrados todos os funcionários da empresa;
- Possibilitar aos colaboradores de uma empresa o conhecimento das transformações ocorridas no ambiente de trabalho;
- Tornar determinante a presença dos colaboradores de uma organização no andamento dos negócios;
- Facilitar a comunicação empresarial, deixando-a clara e objetiva para o público interno”.

A Câmara Municipal da Guarda pratica a comunicação interna através de telefonemas, correio eletrónico, (fazendo uso da linha interna), optando também por reuniões proporcionando assim, a comunicação interpessoal. A organização utiliza também a *internet* (*e-mail*), facilitando assim, a publicação de informações relevantes de um modo mais abrangente. Resumidamente, a comunicação interna tem como finalidade, a difusão de todas as informações da organização, dentro da própria organização.

1.2.3.2. Comunicação Externa

Como referido anteriormente, a organização externa tem como propósito alcançar um público do seu interesse que seja externo à organização. Portanto, toda a informação partilhada com o público independentemente do seu conteúdo, ou seja, quer se trate da própria organização ou sobre algum dos seus produtos/ serviços.

A comunicação externa atua implementando uma boa divulgação da entidade, realçando os seus valores, para assim, dar a conhecer de uma forma positiva os seus serviços, conquistar mais público, pondo em prática estratégias e finalmente, conseguir uma boa reputação perante a comunidade exterior. Para facilitar a comunicação externa, existem atualmente várias ferramentas propícias a uma comunicação produtiva, tais como: *internet*, feiras, eventos, *merchandising*, vídeos promocionais, entre outros.

“Consideramos comunicação externa aquelas ações que têm como objetivo incrementar e/ou manter a imagem, a credibilidade, o prestígio, a reputação e o bom nome no contexto em que desenvolvemos a atividade” (Almansa, 2010, p.28).

1.2.3.2.1. Redes Sociais

Com o avanço tecnológico das últimas décadas observamos que há um aumento da presença *online* no nosso quotidiano, onde o mundo do trabalho não é exceção. Estas mudanças têm conduzido a diversos desafios pelas alterações que agregam na comunicação entre as organizações, os seus funcionários e o seu público.

“A imagem das organizações é crucial para o processo de faturamento, venda de produtos e serviços e também para o crescimento dos negócios. Atentar-se, portanto, para expressões da marca/produtos/serviços na rede não é mais uma questão de escolha, mas de necessidade” (Terra, 2009, p.12).

As redes sociais deixaram de ser exclusivas para o divertimento e passaram a ser indispensáveis pelas organizações como ferramentas cruciais de troca de informação. A CMG é ativa em algumas das suas redes sociais como no *Facebook*, *Instagram* e no seu *website*.

1.2.3.2.1.1. Facebook

O *Facebook* surgiu em 2004 e tem como intenção, a criação de um perfil ou página (pessoal ou profissional), permitindo a interação com todas as pessoas conectadas, através da troca de mensagens, de partilhações e dos “gostos” nas publicações. Segundo Santos (2012) quando fundada em 2004 o Facebook conhecido como “The Facebook”, tinha

intenção de manter conectado apenas estudantes da Universidade de Harvard, onde seu criador Mark Zuckerberg estudava.

A página do *Facebook* do Município da Guarda conta atualmente com 46 mil gostos e 55 mil seguidores, como podemos constatar na figura 3.



Figura 3- Página Inicial do *Facebook* do Município da Guarda

Fonte: *Facebook*

Como podemos observar na figura 3, a rede social é atualmente usada como ferramenta na divulgação de um dos eventos mais famosos da cidade, “A Cidade Natal”. Promovendo assim, as atividades propostas pelo Município, dando a conhecer não somente aos residentes da Guarda, mas a todos aqueles que têm acesso à rede social.

1.2.3.2.1.2. *Instagram*

O *Instagram* funciona de maneira idêntica ao *Facebook*. É necessário registrar-se para a criação de um perfil, para assim, partilhar fotografias, gostos, trocar mensagens, entre outros. Segundo Oliveira (2014) o *Instagram* pode ser considerado uma eficiente ferramenta a ser utilizada no desenvolvimento de ações que intensifiquem o contato entre a marca e o consumidor. O compartilhamento de fotografias e o uso de hashtags apresentaram-se como características comuns aos métodos aplicados pelas empresas, enquanto que a diferenciação se dava através das ações que eram efetivadas a partir destas características.

O *Instagram* do Município da Guarda conta atualmente com 2 mil 681 publicações e 13.1 mil seguidores como podemos observar na figura 4.



Figura 4- Página Inicial do *Instagram* do Município da Guarda

Fonte: Instagram

A partilha das atividades realizadas e previstas são a função principal destas redes sociais como podemos verificar na figura acima.

As três últimas publicações mostrando o evento “Taça Das Regiões”, a assinatura de um contrato e uma foto que mostra algumas pessoas que visitam a iluminação no jardim José de Lemos.

1.2.3.2.1.2.3. *Youtube*

O *Youtube* foi criado em 2005 e é a principal plataforma de compartilhamento de vídeos. “A plataforma de vídeos foi construindo diversos sentidos identitários para si e para seu usuário. De “repositório de vídeos”, como se autodefinia quando surgiu como um canal extraoficial que dava o mesmo acesso a artistas, grandes grupos de comunicação e um amador qualquer, todos com direito a “canal” na plataforma, passa a se enunciar hoje principalmente como o espaço de uma nova profissão, a do *youtuber*” (Montaño, 2017, p.22).

Sendo que nos dias de hoje, para a CMG, serve principalmente como ferramenta para a transmissão de assembleias municipais, conferências e sessões solenes como podemos verificar na figura 5.



Figura 5- Página Inicial do *Youtube* do Município da Guarda

Fonte: *Youtube*

O Youtube do Município da Guarda conta com 608 inscritos e somente 87 vídeos, sendo a rede social com menos adesão pela parte do público, mas também, com menos publicações da parte da CMG.

1.2.3.2.2. Website

Contrariamente às redes sociais, que são um ambiente propício ao encontro e relacionamento de indivíduos, o website institucional tem como propósito mostrar todas as particularidades da organização.

“O website institucional tem como principal característica a divulgação de uma empresa/organização/instituição e de seus produtos e serviços prestados. O website institucional tem por objetivo ser o ambiente da empresa na Web, o ponto de contato com o público, em que a empresa pode apresentar sua personalidade e seu modo de agir” (Oliveira, 2012, p. 45).

A CMG possui um website como podemos ver na figura 6, onde atualmente promove na página inicial, a Guarda como Destino Gastronómico.

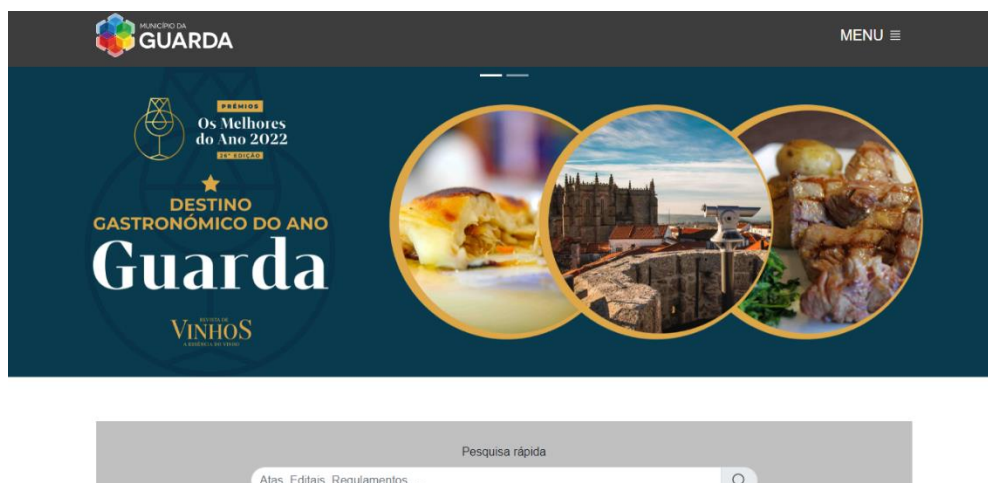


Figura 6- Página inicial do *Website* do Município da Guarda

Fonte: Município da Guarda

O *website* disponibiliza todas as informações acerca da organização, podemos pesquisar graças às opções que o menu oferece como “Município”, “Atualidade”, “Áreas de Governação” e “Destaques” ou então, a “pesquisa rápida” para facilitar a procura.

1.3. Guarda Welcome Center

Situado no centro histórico da cidade da Guarda, no coração da “Praça Velha”, de seu nome Praça Luís de Camões, no simbólico Solar dos Póvoas, como podemos ver na figura 7, o posto de turismo é um ponto onde os turistas podem encontrar toda a informação sobre a cidade e a sua história.



Figura 7- Guarda *Welcome Center*

Fonte: Google Images

Ao longo dos anos o posto de turismo foi-se adaptando às novas necessidades dos turistas, para assim, conseguir ser útil em todos os aspetos e garantir uma passagem agradável para quem visita a cidade da Guarda.

A CMG disponibiliza o novo espaço do *Welcome Center* após algumas remodelações feitas durante o mês de julho deste ano, para proporcionar um espaço moderno e atrativo, onde os visitantes se possam sentir bem recebidos. Segundo Cabugueira (2005) o turismo é uma atividade económica extremamente importante, podendo desempenhar um papel decisivo em termos de desenvolvimento de determinadas regiões, onde, por vezes, não existem outras alternativas para alcançar esse objetivo.

Cabe à equipa do *Welcome Center* a planificação e participação em certos eventos tais como: a Feira das Antiguidades, Feira Farta, Feira de Artesanato e Gastronomia dos Santos da Guarda, Festas de Natal e Ano Novo, assim como em outros eventos culturais realizados ao longo do ano. Essa mesma equipa desenvolve o marketing territorial da cidade. “O marketing territorial é considerado um instrumento de grande eficácia a que o planeamento estratégico recorre para pôr em prática as acções de dinamização do território” (Barros, 2017, p.11).

Todos os itens que são realizados em prol da promoção da cidade da Guarda estão expostos no *Welcome Center*; que gere a sua “saída”, quer sejam para venda, para eventos, ofertas, trabalhos políticos, entre outros.

O posto de turismo está ligado ao Parque de Campismo da Guarda e ambos os funcionários podem trabalhar nos dois locais, independentemente de todos possuírem o seu respetivo posto de trabalho, pode ocorrer que mudem de posto ocasionalmente.

O acompanhamento e manutenção da Torre dos Ferreiros também compete ao posto de turismo, a Torre dos Ferreiros pertence às antigas portas e muralhas que defendiam a cidade da Guarda, e está atualmente classificado como Monumento Nacional. Pertence ainda à equipa saber todas as informações, normas e recomendações acerca dos Passadiços do Mondego pois a aquisição dos bilhetes está apenas disponível na bilheteira online, no site www.passadicosdomondego.pt e no *Welcome Center* da Guarda.

É ainda no posto de turismo que os visitantes podem encontrar informações, locais específicos, apreciar o artesanato local, o *merchandising* do município ou ainda descansar e conversar, tirar as suas dúvidas e curiosidades, tendo ainda a opção de visitas guiadas. Deve ser um dos primeiros lugares a ser procurado pelos turistas, cheio de histórias para contar,

onde se criam memórias e se mantem a tradição de receber de braços abertos quem chega, passando a cultura de “ouvido a ouvido”.

1.3.1. Front Office

Um bom atendimento ao público é “meio caminho andado” para ter um visitante satisfeito do outro lado e marcar a diferença na organização. O posto de turismo é constituído por duas equipas, a equipa do *back office*, que lida sobretudo com os processos e estruturas internas e a equipa do *front office*, que segundo (Reis, 2021) é a equipe de colaboradores de uma empresa que atua na linha da frente diretamente com os clientes do negócio. São vários os setores de um negócio que precisam lidar com os clientes, desde a pré-venda ou pós-venda dos produtos e/ou serviços ofertados pela companhia.

Durante o meu estágio no *Welcome Center* estava integrada na equipa do *front office*, mesmo se, em certas ocasiões ambos trabalhavam em comum pois é fundamental que ambas as equipas trabalhem em conjunto para assegurar o bom funcionamento da organização. Posto isso, vou abordar mais concretamente as funções do *front office* pois é acerca dessas mesmas que tenho conhecimento.

No posto de turismo a equipa do *front office* estava encarregue das seguintes tarefas:

- Atendimento ao Público/ Turista;
- Visitas turísticas, acompanhamento;
- Acompanhamento do estado da Torre dos Ferreiros;
- Elaboração de Relatórios de Vendas mensais, por produtos, produtores/artesãos;
- Acompanhamento de produtos de stock existente tanto para venda como para ofertas, assim como acompanhamento de todos os fornecimentos contínuos;
- Elaboração de novas propostas de produtos;
- Acompanhamento de *stock* de todo o material para promoção turística;
- Elaboração de relatórios mensais de todas as ofertas, a todas as entidades e o cumulativo do ano;
- Atualização de novos pontos turísticos para reporte ao site;
- Atualização de novos alojamentos locais;
- Atualização de toda a informação turística relevante (rotas e percursos);
- Venda dos bilhetes para os Passadiços do Mondego;

Estas são as tarefas de toda a equipa presente no *front office*, que têm ainda em comum com o *back office*, o dever de responder a todos os emails direcionados ao turismo e todas as chamadas telefónicas.

1.3.2. Informação Turística

No posto de turismo podem obter um vasto leque de informações sobre a região da Guarda e os seus pontos de interesse como por exemplo: a restauração, alojamento, locais turísticos e espaços de lazer. Toda esta informação é normalmente abordada e explicada oralmente por um dos profissionais presentes, mas também acompanhada dos diversos panfletos disponíveis tais como:

- Mapa da cidade em 4 línguas (Português, Espanhol, Francês e Inglês)
- Folhetos informativos da cidade e concelho (Centro Histórico, Muralhas, Sabores e Tradições)
- Percursos pedestres
- Guia turístico da cidade
- Guia de Alojamento
- Guia das praias fluviais
- Passadiços do Mondego, como podemos observar na figura 8.



Figura 8- Panfleto dos Passadiços do Mondego

Fonte: Autoria própria

1.3.3. Produtos Expostos

O posto de turismo visa proceder também à divulgação e promoção da gastronomia, *merchandising*, artesanato e produção agrícola local, os quais poderão ser adquiridos pelos visitantes/turistas. “A palavra *merchandising* de origem inglesa, significa “negociar, vender,

comercializar”. Diferentemente do *marketing*, que é um ato contínuo, o *merchandising*, embora também seja processual como o marketing, é mais fragmentado e imediato” (Almeida, 2008, p. 50)

Posto isso, servem como ferramenta de crescimento do município, dando de igual forma, a conhecer a sua cultura. Dessa forma, contribuem para o desenvolvimento económico local graças à vinda de turistas que comprem os produtos expostos.

Existe uma divisão dos produtos expostos para venda, de um lado, temos todos os produtos de *merchandising* do município da Guarda e do Museu dos Meios. Do lado oposto estão expostos todos os produtos artesanais, com vista à promoção dos produtos endógenos da região como mostra a figura 9. Existem atualmente sete artesãos que expõem gratuitamente os seus produtos no posto de turismo da Guarda.

Existe ainda um canto para os produtos da Associação Geoparque Estrela e outro para os postais, com fotografias próprias de um fotógrafo guardense.

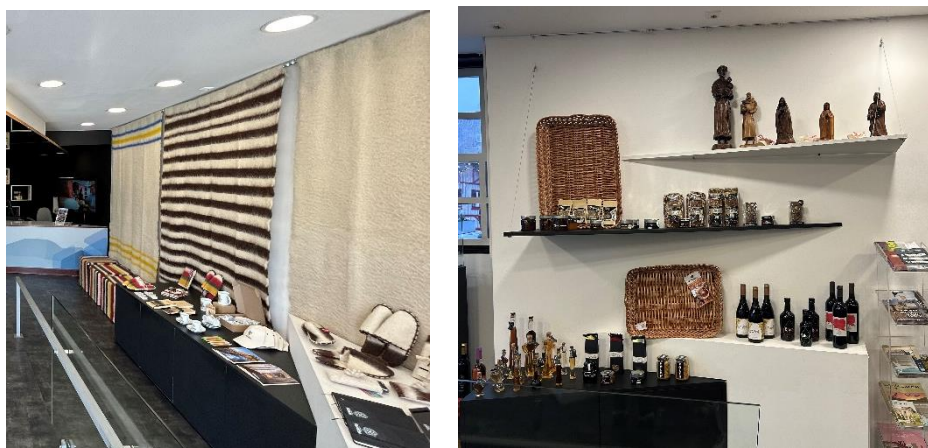


Figura 9- *Merchandising* exposto

Fonte: Aatoria própria

1.3.4. Relações Públicas

Segundo Soares tem origem nos Estados Unidos; segundo consta, terá sido Thomas Jefferson, terceiro Presidente americano (1743-1826), quem usou esta expressão para, numa declaração ao Congresso, definir o estado de espírito dos cidadãos no seio de uma comunidade política.

As RP permitem manter uma imagem conveniente da organização perante o público e concentram-se em duas categorias de alvos: internos e externos. Numa organização por exemplo, a comunicação interna pretende reforçar a coesão de equipa, criar um clima agradável e de confiança entre os trabalhadores, enquanto que a comunicação externa os alvos são mais propriamente os consumidores e investidores. Neste caso, as relações públicas procuram manter uma boa imagem da organização, usando técnicas como as redes sociais por exemplo.

Segundo Gonçalves (2010) apesar da expressão “relações públicas” ser muito utilizada nos países europeus, os dados do estudo apontam que, enquanto ciência, se trata de uma área mais conhecida por “comunicação”, e que relega a referência a “relações públicas” para a sua prática ou técnica. Além de pouco utilizado, o termo “relações públicas” tem também dado lugar a outras terminologias, como “gestão de comunicação”, “comunicação corporativa” ou “comunicação integrada. O que mostra a polivalência das relações-públicas.

No posto de turismo as RP realizavam-se através do contacto direto, no atendimento ou nas visitas guiadas, assim como, no atendimento à distância: via telefónica, correio eletrónico, site da CMG.

1.3.5. Análise SWOT

A Análise *SWOT* é uma técnica usada na planificação de estratégias, que ajuda a identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa/organização ou até mesmo de um projeto específico. É considerada como uma ferramenta essencial para melhorar e estar sempre um passo à frente da concorrência.

Silveira (2000) apresenta a Análise *SWOT* como uma excelente ferramenta para incrementar o diferencial competitivo da organização, com um satisfatório grau de risco para o horizonte de tempo determinado. Olhar para o futuro, vislumbrando novas possibilidades, por meio de uma abordagem sistematizada que contempla aspectos positivos e negativos, pode ajudar os administradores a expandirem suas visões e adotarem novas estratégias.

A tabela 1 presente logo abaixo, foi criada em função do que foi observado no posto de turismo.

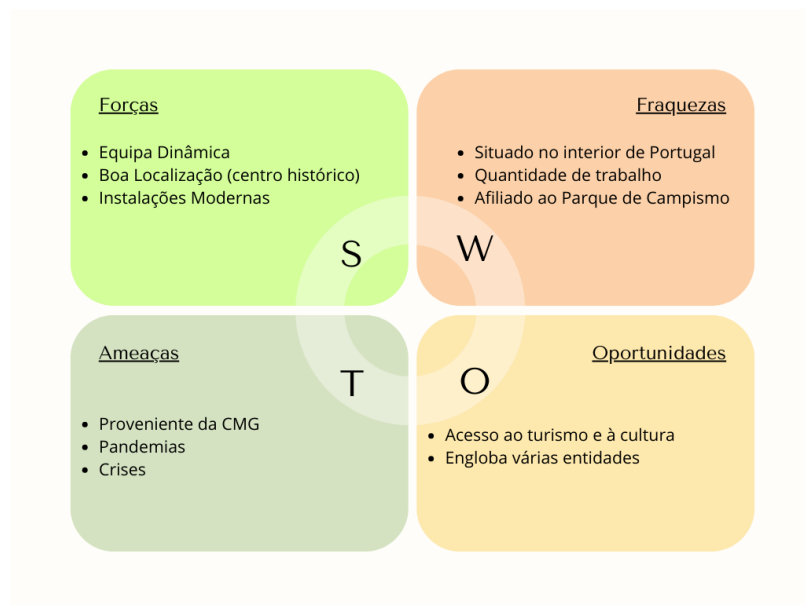


Tabela 1- Análise *SWOT*

Fonte: Autoria própria

As Forças e Fraquezas enquadram-se no ambiente interno da organização. Como pontos fortes temos tudo o que engrandece a organização como a atual equipa do *Welcome Center*, uma equipa polivalente com múltiplas habilidades. As instalações do posto de turismo, que se encontram numa das praças mais acessíveis e conhecidas da cidade da Guarda, que é a Praça Luís de Camões e o seu novo interior que é também um ponto a favor pois encontra-se neste momento, após remodelações feitas, mais moderno e apelativo.

Como pontos fracos temos o facto de estar situado na cidade da Guarda, uma cidade do interior, o que faz com que possivelmente exista menos movimento do que numa grande cidade. A quantidade de trabalho é no meu ponto de vista algo negativo para a organização em questão, o facto de estarem subcarregados afeta o resultado final, pois acabam por tentar realizar as tarefas no menor tempo possível e acaba que não ficam tão bem exploradas. A questão do trabalho em conjunto com o Parque de Campismo também é algo que considero negativo, mudarem de posto ocasionalmente não é considerado tão produtivo.

O ambiente externo não é diretamente dirigido com a instituição, mas sim com o seu meio envolvente. Sendo o Posto de Turismo uma área que pertence à CMG pode ser prejudicial para a organização pois não age por si e acaba por estar limitada ao que é decidido pelo setor acima podendo ser considerada como uma ameaça, o facto de cada vez que exercem uma determinada tarefa necessitem do acordo da CMG, perdem tempo, ou por vezes, realizam e depois não é aceite ou só obtêm resposta passado um determinado tempo que já não é

suficiente, portanto o facto de estarem sempre dependentes da aceitação da CMG, mais concretamente da Vereadora em questão, acaba por limitar o funcionamento. Tal como as pandemias e crises pois mesmo que sejam antecipadas acabam por afetar em grande escala o turismo em geral, sem que seja possível encontrar uma solução definitiva.

Como oportunidades, o posto de turismo graças ao seu espaço físico, facilita o envolvimento de várias entidades, que expõem os seus produtos por exemplo ou utilizam o espaço na realização de projetos de outras entidades, como a organização “Escape Livre” usou para a promoção de um dos seus eventos ou ainda o Turismo do Centro para as suas eleições. Promove o acesso à cultura e ao turismo, participando em diversas feiras e eventos por exemplo.

CAPÍTULO 2 – Estágio Curricular



Este segundo capítulo tem como intenção, a descrição de todas as atividades realizadas enquanto estagiária no posto de turismo da Guarda, sendo que todas elas contribuíram de diferentes formas para a minha aprendizagem. Nesta linha de raciocínio, é interessante englobar a forma como podemos aplicar os conteúdos aprendidos ao longo do curso agora num contexto mais real.

2.1. Plano de Estágio

A realização do estágio curricular com duração de 3 meses surge com o propósito de finalizar a licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, através do contacto profissional, pondo à prova todos os ensinamentos adquiridos durante os 3 anos de licenciatura. O estágio iniciou a 8 de maio e terminou a 28 de julho deste ano e foi realizado no posto de turismo da cidade da Guarda, Guarda *Welcome Center*.

Para além do contacto com a realidade, os objetivos deste estágio também passam pelas oportunidades que nos oferecem, de interagir com profissionais experientes na área, ganhar mais responsabilidade com a criação de uma rotina fixa tal como no mundo do trabalho e a nossa evolução a nível pessoal e profissional. Segundo Marran (2011) A compreensão da indissociabilidade das dimensões teórica e prática da realidade na qual o profissional vai edificar a sua identidade a partir da dinamicidade, entre o saber e o saber fazer, entre situação de formação e situação de trabalho, poderá contribuir para o seu aperfeiçoamento e o entendimento da ação formativa como dimensão permanente na área profissional tanto em nível graduação (crescimento horizontal), quanto na busca pela formação na área da pesquisa, dentre outros (crescimento vertical).

O *Welcome Center* foi a minha primeira opção de estágio, aconselhada pelo GESP após ter explicado quais eram os meus objetivos futuros enquanto profissional e o meu gosto pelo turismo. Posteriormente, fui contactada pela CMG para uma breve reunião com a Dra. Cláudia Soares, chefe de divisão da Economia e Turismo da Guarda, onde foram definidas as condutas do estágio. O meu horário de trabalho estipulado foi de 7 horas, iniciava às 9 horas e terminava às 17 horas e 30 minutos com direito a 1 hora e 30 minutos para almoço, de segunda a sexta-feira.

2.2. Tarefas Desenvolvidas

Enquanto estagiária realizei diversas tarefas, sobretudo na qualidade de profissional de relações públicas, devido ao contacto direto com o público.

Todas as funções que exerci contribuíram para aumentar os meus conhecimentos e experiência dentro da área, ajudaram-me a perder o medo de falar em público e aperfeiçoar as minhas aptidões orais em outros idiomas. Consequentemente, tive a possibilidade de realizar diversas tarefas que irei abordar nos seguintes pontos deste trabalho.

2.2.1. Atendimento ao Público/ Turista

O atendimento ao público foi a tarefa fixa que exerci durante toda a duração do estágio curricular. Nos primeiros dias de estágio observei atentamente como a equipa abordava os visitantes e apresentava o que visitar na cidade da Guarda, incluindo todos os seus pontos de interesse turístico, com apoio dos folhetos para se orientarem na cidade e também no concelho.

Foi no atendimento ao público que pude desenvolver e aprofundar outros idiomas, toda a equipa tinha a capacidade de falar várias línguas, tais como o francês, o espanhol e o inglês, sendo que tínhamos de nos adaptar em função da nacionalidade do visitante. Foi uma das atividades que mais apreciei pois ajudou-me a perder a timidez inicial e a ser mais confiante no que fazia, inclusive, graças ao facto de toda a equipa me encorajar a fazê-lo sozinha e sem medo de errar.

Ainda no atendimento, realizava a estatística do número de turistas que nos visitavam, essa estatística era em seguida enviada para o Instituto Nacional de Estatística (INE) ou outras plataformas como a PORDATA uma base de dados de Portugal contemporâneo, para futuramente serem disponibilizadas as informações sobre este setor. A estatística era feita manualmente em folhas semanais, onde constavam várias nacionalidades e apontávamos o número de visitantes, encontra-se disponível no Apêndice I deste trabalho um exemplo de uma folha semanal.

2.2.2. Visitas Guiadas

As visitas guiadas foram outra atividade na qual tive o gosto de acompanhar e participar.

Todos os profissionais do *Welcome Center* estavam aptos para realizar visitas guiadas e todos o faziam, comecei somente por acompanhar e ter atenção a tudo o que era ensinado para mais tarde ter o direito de fazer certos comentários e ajudar caso falta-se algum vocabulário ao profissional que executava a visita. Participei em três visitas guiadas pelo centro histórico da Guarda, duas em português, para a Universidade Sénior do Cartaxo e outra para crianças do Outeiro de São Miguel da Guarda e uma em inglês, que inclusive foi feita a pedido do IPG para dois professores israelitas. Na figura 10, presente abaixo podemos ver o exemplo de uma das visitas guiadas durante a visita à Sé Catedral da Guarda, encontram-se no Apêndice II alguns dos registos fotográficos que realizei durante as visitas.



Figura 10- Visita Guiada à Sé Catedral da Guarda

Fonte: Aatoria própria

As visitas guiadas eram marcadas previamente, para permitirem que tudo fosse preparado com antecedência e para que a Sé Catedral estivesse aberta e disponível para visita, facilitando ainda, uma gestão de fluxos dos visitantes garantindo a qualidade da visita. Os grupos dirigiam-se ao posto de turismo para iniciar a visita, onde oferecíamos alguns panfletos informativos e promocionais da cidade da Guarda e por vezes brindes, o *merchandising* do município.

Tanto nós, como profissionais que exerciam a visita, como os próprios visitantes, tínhamos normas e deveres a cumprir, dessa forma, o incumprimento que gerasse a impossibilidade de

realizar uma visita em bons termos implicava chamadas de atenção ou até mesmo o término da visita.

Nas três visitas que participei, todas foram realizadas no centro histórico. Iniciaram na Sé Catedral, seguida da Torre dos Ferreiros, da Porta dos Ferreiros acompanhada de toda a sua história, da Igreja da Misericórdia, da Porta da Erva, da Judiaria, da Igreja de São Vicente e das Janela Manuelina na antiga Rua Direita.

2.2.3. Organização das informações relativas aos artesãos/produtores

A equipa do *front office* tem como função a elaboração de relatórios de vendas mensais, por produtos, produtores/artesãos. Durante o meu estágio curricular, com o intuito de ajudar os meus colegas de trabalho, decidi criar um dossiê para cada um dos artesãos, que têm os seus produtos ali expostos. Para facilitar a tarefa e para que não perdessem muito tempo à procura de cada artesão, coloquei o nome de cada um como podemos ver na figura 11, para que não fosse necessário abrir o dossiê à procura.

<



Figura 11- Dossiês dos artesãos/produtores

Fonte: Autoria própria

Cada dossiê possui:

- **Guia de pagamento ao artesão/pedido de faturação-** consiste na designação dos produtos expostos, na quantidade de produtos, no preço de cada unidade e na soma disso tudo.
- **Inventários mensais dos meses anteriores.**

- **Vendas diárias**- trata-se da folha onde serão apontadas todas as vendas realizadas.

Encontra-se no Apêndice III um exemplo de uma folha de vendas diárias.

2.2.4. Acompanhamento e organização de *stock*

Com a ajuda dos outros colaboradores, a reposição de *stock* no posto de turismo e a contagem dos produtos existentes, é feita regularmente, juntamente com a organização do *stock* em armazém. A organização do *stock* é algo fundamental para manter todas as informações sobre o merchandising atualizadas e para simplificar a procura de produtos específicos. A maioria dos produtos provenientes da CMG encontram-se armazenados no Parque de Campismo da Guarda como podemos verificar na figura 12, pois como referido anteriormente, as duas organizações estão interligadas. São encaminhados aos poucos para o turismo, somente quando começam a ficar escassos, pois o espaço é reduzido.



Figura 12- *Stock* de produtos

Fonte: *Autoria própria*

Participei diversas vezes na descarga de todo o material vindo nas carrinhas da CMG, para em seguida passarmos à organização por produto. Todas as caixas indicam qual o produto que se encontra no interior, o que facilita bastante o trabalho, ou seja, baseava-se em ver que produto continha a caixa e posicionar os produtos idênticos todos juntos.

Na figura 12 trata-se apenas de produtos da CMG como canecas com o logótipo ou brasão da cidade da Guarda, sacos, agendas, mochilas, canetas, bonés, entre outros.

Existe também uma quantidade de stock no posto de turismo, mas mais reduzida, constituída pelos produtos dos artesãos/produtores, dos folhetos informativos e de alguns destes produtos da CMG, a organização funcionava da mesma maneira, o que diferencia é apenas a quantidade.

2.2.5. Ofertas do Município

A elaboração das ofertas do município foi tal como o atendimento ao público, uma das tarefas que mais realizei durante o meu estágio. As ofertas consistem em brindes fornecidos pela CMG, na maioria das vezes a pedido de uma entidade, outras vezes em circunstâncias mais solenes, onde a CMG oferecia sem a existência de pedido, como por exemplo em reuniões.

O pedido era normalmente realizado através do correio eletrónico, devidamente aprovado pela vereadora, que nessa altura se tratava da Vereadora Diana Monteiro, em seguida era encaminhado para o posto de turismo, para a elaboração do mesmo.

Realizei pedidos que, por vezes, ultrapassavam os 500 brindes apenas para uma entidade, era algo demorado de preparar e tinha que ser feito com bastante atenção, pois no final, esse número de brindes era descontado ao total de produtos em stock e nada podia “bater mal” na contagem. Encontra-se na figura 13 um exemplo de uma oferta que realizei para a Associação de Fernão Joanes constituída por uma agenda da Guarda, um conjunto de canetas e folhetos promocionais da Guarda e dos Passadiços d Mondego.



Figura 13- Ofertas do Município

Fonte: Autoria própria

2.2.6. Atualização de Conteúdos da Página web do Turismo

Para realizar a atualização de todo Alojamento e Restauração da Guarda e dos seus arredores, dividimos o trabalho entre mim e uma das profissionais que estava presente.

Numa primeira fase, tínhamos como função contactar todos os estabelecimentos presentes na folha desatualizada, para confirmar se continuavam abertos e se alguma informação estava alterada. Na parte da restauração confirmávamos se mantinham o nome e a morada, o website, contactos, descanso semanal e a capacidade. Enquanto que no alojamento, confirmávamos o nome, morada, a classificação (Alojamento Local, Hotel, entre outros), o número de quartos e de camas, se possuíam website, contactos e o preço medio por noite.

Após toda a atualização, tínhamos ainda de procurar os mais recentes restaurantes e alojamentos para que ficassem incluídos na lista. Para a realização desta lista utilizei o *Microsoft Excel*. Encontram-se na figura 14 um exemplo de página da restauração e no Apêndice IV ambas as listas.

	Designação	Morada	Contacto telefónico	Email	Linha para website	Coordenadas GPS	Descanso semanal	Capacidade
1	RESTAURANTE "BULGÃO"	Rua Vasco da Gama, 8 A, 6300-772 Guarda	271 222 295	gpcnra@guar.pt	www.gemadadencia.pt - https://www.facebook.com/gemadadencia	40.539603, -7.266446	Domingo ao jantar	70 pessoas
2	RESTAURANTE "O CAFÉ" (Café)	R. Mourinho de Albuquerque 27, 6300-386 Guarda	271 211 811	gpcnra@guar.pt	https://www.facebook.com/pt-NC%26nbsp;-Restaurante-TudoCerto-10568120664271	40.539088, -7.266420	Sábados/domingos e alguns feriados	25 pessoas
3	RESTAURANTE "BOLA DE PRATA"	Rua Mouzinho da Silveira, 18 - 6300-735 Guarda	271 239 389		https://www.facebook.com/gaesi/Sociedade%20de%20Prata%20da%20Guarda-106032455/	40.539170, -7.266824	Domingo ao jantar e 2ª feira	37 pessoas
4	CHURRAQUEIRA "PORTAS DO SOL"	Rua Dr. Lopo de Carvalho Nº 41 - 6300-700 Guarda	271 221 583			40.539473, -7.267370	Domingo	29 pessoas
5	RESTAURANTE "ADEGA DE PINHEI"	Rua Vasco da Gama - 6300-772 Guarda	271 211 458/960 083 508			40.538845, -7.266828	Domingo	28 pessoas
6	"AMAYA SUSHI BAR"	Rua Dona Maria das Dores Sampaio, 4 10, 6300-772 Guarda	538 385 933	amayasushi-bar@gmail.com	https://www.facebook.com/AmayasushiGuarda/	40.538282, -7.267414	2ª feira	20 pessoas
7	RESTAURANTE "O SÍGUAL"	Rua Camilo Castelo Branco, n.º 39 - 6300-671 Guarda	271 238 046	amayasushi-bar@gmail.com	http://www.digivul.pt - https://www.facebook.com/restauranteoigual/	40.538939, -7.268002	Domingo	82 pessoas
8	RESTAURANTE "SELO HORIZONTE"	Largo de S. Vicente N.º 1 e 2 - 6300-600 Guarda	271 211 454/917 628 838	restaurante_selo@netcabo.com	http://restauranteoigual.com/ - https://www.facebook.com/igual/Restaurante	40.540191, -7.268001	Domingo e 2ª feira	32 pessoas
9	RESTAURANTE "SOLAS DA BEIRA"	Rua Francisco de Passos N.º 9 - 6300-558 Guarda	271 624 635 / 965 304 987		https://www.facebook.com/Restaurante-Solar-da-Beira-508895048176385	40.539300, -7.268453	4ª feira	32 pessoas
10	RESTAURANTE "O FERRINHO"	Rua Dr. Francisco de Passos N.º 21 e 23 - 6300-558 Guarda	271 211 990	restaurante.ferrinho@lva.com.pt	https://www.facebook.com/ferrinhoarest	40.539449, -7.268352	3ª feira (No verão sempre aberto)	72 pessoas
11	RESTAURANTE "SOLA"	Rua Miguel de Almeida, Nº 5 6300-684 Guarda	271 222 288	soladeguara@gmail.com	https://www.facebook.com/soncosobrasol/	40.538951, -7.268883	2ª feira, Domingo ao jantar e 3ª ao jantar	72 pessoas
12	SAB DE VINHOS RESTAURANTE "HOMENS VINHOS E TAL"	Largo Dr. Amândio Paes nº5, 6300-664 Guarda	965 745 480	restaurantehomens@gmail.com	www.restaurantehomens.com - https://www.facebook.com/restaurantehomens/	40.538930, -7.270018	Domingo	70 pessoas
13	RESTAURANTE "O TACHO"	Rua Comandante Salvador do Nascimento n.º 27 - B - 6300-678 G	271 214 802 / 964 509 683/964 526 852 / 967 798	restauranteoTacho@gmail.com	www.restauranteoTacho.pt - https://www.facebook.com/Restaurante-O-Tacho-720814872/	40.538798, -7.271603	Domingo à noite e 2ª feira todo o dia	80 pessoas
14	"CASA DA MARIA NÁ TORTAS E TOSTAS"	Praya Luis de Camões, nº 17, 6300-725 Guarda	927 798 895	lc.cuvela.tarte@gmail.com		40.538706, -7.271907	2ª feira	25 pessoas

Figura 14- Lista da Restauração no *Excel*

Fonte: Autoria própria

2.2.7. Elaboração de Rotas e Percursos

Tal como foi solicitado no plano de estágio, realizei em conjunto com uma profissional do posto de turismo, a elaboração de rotas e percursos da Guarda. As ordens que tivemos foi de que teríamos que modificar as rotas e percursos já existentes e criar novas rotas.

Temos como rotas propostas:

- ✓ Rota alternativa aos Passadiços do Mondego, com aproximadamente 40 quilómetros;
- ✓ Rota do Vale do Zêzere, com aproximadamente 60 quilómetros;
- ✓ Rota que inicia no Alvendro e termina no Jarmelo, com aproximadamente 60 quilómetros;

- ✓ Rota das Aldeias de Montanha, com aproximadamente 44 quilómetros;
- ✓ Rota que inicia na Guarda terminando em Vale de Estrela, com aproximadamente 33 quilómetros.

Encontram-se no Apêndice V as rotas completas.

2.2.8. Preparação e apoio na produção de eventos promocionais

Como referido no capítulo I, durante o meu estágio estive integrada na equipa do *front office*, posto isto, não estava diretamente incluída na preparação de eventos. Participei indiretamente na preparação de duas feiras. As inscrições para as feiras eram feitas no posto de turismo, portanto, tinha como função o preenchimento das fichas de inscrição para em seguida, transmitir as informações ao *back office*.

A participação na Feira de Artesanato e Gastronomia (Santos da Guarda), contava com algumas regras de participação que podem encontrar no Anexo IV deste relatório. Visto que estava no preenchimento das fichas para inscrição, era o meu dever saber explicar e conhecer todas essas regras de participação, para que mais tarde não existisse oportunidade de poderem dizer que não estavam a par de alguma informação.

Acabei por ajudar na organização do espaço da Feira de Antiguidade e Colecionismo realizada na mesma praça do *welcome center*, praça Luís de Camões. A Feira acontece todos os primeiros Domingos de cada mês e por norma conta com cerca de 45 vendedores/colecionadores. A ideia é trazer movimento para o Centro Histórico, trazer visitantes de toda a região, para assim dinamizar a cidade.

Cabe a um dos colaboradores do *back office* toda a organização da Feira de Antiguidades. Fui chamada para ajudar na atribuição de lugares, tendo que medir todo o espaço para atribuir em seguida, um lugar com um determinado espaço a cada um dos feirantes.

2.2.9. Passadiços do Mondego

Uns dos nossos deveres enquanto profissionais do *front office* era de estar atualizado sobre todas as informações, normas e recomendações dos Passadiços do Mondego, pois o número de telefone do Welcome Center está disponível como número de apoio no *site* oficial, sem esquecer que a venda de bilhetes, era realizada somente no posto de turismo, caso quisessem adquirir os bilhetes presencialmente ou então no *site* oficial.

Realizei diversas vendas de bilhetes, cada bilhete tem o custo de 1 euro e para efetuar a venda utilizávamos a plataforma de venda “Salesforce”. Tínhamos como obrigação o conhecimento todo o trajeto dos Passadiços, para assim, o explicar corretamente e saber identificar as três entrada e saídas do percurso, os pontos de interesse, entre outros.

Aqui coloquei à prova as minhas capacidades enquanto futuro profissional de RP, pois as críticas e reclamações eram constantes. Falei todas as vezes com imensa calma, ouvindo tudo o que tinham para dizer em primeiro lugar e analisando tudo o que foi com certeza mal interpretado pela pessoa em questão, para que a pessoa do outro lado tivesse diretamente uma boa impressão, para em seguida dar o meu ponto de vista e possível solução para o problema. Dessa maneira, reconstruía e moldava a imagem menos boa com a qual estavam, para moldar uma reputação de marca saudável e estabelecer uma boa imagem da organização.

2.2.10. Parque de Campismo

Assim como já referi anteriormente, o Parque de Campismo e o Guarda *Welcome Center* trabalham em conjunto. Aconteceu que, tive durante alguns dias no Parque de Campismo da Guarda, onde exerci igualmente tarefas como o atendimento ao público, que neste caso, consistiam principalmente no *check in* e *check out* dos visitantes.

O *check in* dos visitantes consistia no apontamento dos dados pessoais: nome; nacionalidade; número de identificação; matrícula do veículo seguido do número de pessoas e material que iriam utilizar, por fim tínhamos a discriminação da ocupação e o cálculo do total a pagar, como podemos verificar na figura 15.

PARQUE DE CAMPISMO MUNICIPAL DA GUARDA Inscrição N.º 5803

Nome: _____ Morada: _____ Nacionalidade: Austria
 N.º de Matrícula: Carro: _____ Caravana: _____ Autocaravana: _____ Moto: _____
 N.º de Identificação: _____ Passaporte BI/CC C. Campista C. Condução
 Outros: _____ Emitido por: _____

PESSOAS / MATERIAL A REGISTAR

DISCRIMINAÇÃO DA OCUPAÇÃO

DISCRIMINAÇÃO												N.º DIAS:
QUANTIDADE	2					1						2 Dias e 25,00€
PREÇO	25€					25				50€		Dias €: _____
TOTAL	5€					25				5€		Dias €: _____

Data: 18, 07, 23 SUB-TOTAL € 12,5 x 2 IVA INCLUIDO
 Recebi: Todiana TOTAL A PAGAR € 25€

Figura 15- Check in do Parque de Campismo

Encontra-se no Anexo V a lista dos preços por dia, praticados pelo Parque de Campismo da Guarda.

No Parque de Campismo também fornecíamos informações turísticas e realizávamos a venda de alguns produtos da CMG expostos na entrada da receção como podemos ver na figura 16.



Figura 16- Merchandising no Parque de Campismo

Fonte: Autoria própria

2.3. Análise crítica da experiência

Consoante as funções que me foram atribuídas no início do estágio, acredito que estive à altura todas as responsabilidades e de toda a confiança que depositaram em mim. A experiência em si foi árdua principalmente na aprendizagem de toda a informação turística e na autonomia criada para com a receção dos visitantes, mas muito gratificante.

De uma forma geral sinto que a minha missão foi bem-sucedida, durante os 3 meses de estágio nunca recebi nenhuma crítica que não fosse construtiva, nem tive nenhuma desavença com nenhum dos restantes profissionais ou visitantes, pelo contrário, recebia bastantes elogios sobretudo pelo facto de ser fluente em francês e ser uma mais-valia. Foram meses de aprendizagens permanentes, tanto oralmente, como na postura e no domínio digital, com o conhecimento de novas plataformas.

Os únicos pontos negativos, foram a meu ver, o facto de no plano estipulado pela minha supervisora contarem atividades pertencentes ao *back office*, sendo que, enquanto estagiária fui colocada no *front office* e não tinha como aceder a essas informações, mesmo se, em certos casos me incluíram na organização de eventos mencionados mais acima. Ainda como

ponto negativo, considero que a minha supervisora deveria acompanhar-me diariamente, ou que pelo menos estivesse presente no posto de turismo, pois estando na CMG não tinha contacto e não tinha conhecimento de todo o trabalho realizado por mim.

Reflexão Final

Se tivesse de definir o meu estágio curricular numa só palavra seria: enriquecedor. A conclusão deste estágio marcou o fim de uma grande aventura, cheia de desafios, que foi estudar no Instituto Politécnico da Guarda. Proporcionou-me uma trajetória onde adquiri novos conhecimentos e habilidades, que serão certamente necessários e benéficos no futuro, enquanto profissional na área de Comunicação e Relações Públicas.

Graças ao estágio curricular, ao ter posto à prova tudo o que conhecia e ter desenvolvido as minhas habilidades, sinto que estou preparada para os desafios que o mundo do trabalho tem para me oferecer. Ajudou-me a visualizar o futuro de outra maneira, a perceber a minha preferência e motivação pelas relações públicas internacionais, pois comunicar em outros idiomas é o que mais me realiza.

Os três meses de estágio passaram sem que desse conta, também, graças aos profissionais que me acompanhavam, com quem mantenho contacto pois a minha evolução deve-se grande parte a eles. É de ressaltar que depositaram desde o primeiro dia muita confiança em mim, o que me transmitiu muita força de vontade em realizar tudo perfeitamente, para não os desiludir e para que pudesse me sentir orgulhosa de todo o trabalho.

Todos os conhecimentos que adquiri, não só ao longo destes 3 meses, mas sim destes últimos 3 anos de licenciatura, tranquilizam-me na ideia de que estou finalmente preparada para enfrentar uma vida profissional dentro desta área, juntamente com a minha facilidade em adaptar-me e falar outros idiomas.

Em suma, o balanço que retiro desta experiência é sem alguma dúvida positivo, pois ajudou-me a perceber o que realmente gosto e quero fazer futuramente, termino este percurso realizada e com boas memórias.

Referências Bibliográficas

Almansa, A. (2010). *Assessorias de Comunicação*. Consultado a 6 de dezembro de 2023 em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-PT&lr=&id=N-VBEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=comunica%C3%A7ao+externa+nas+empresas&ots=7Uz0oEb819&sig=VMqf_SZV3LvW0yFBGyGMAJ6r8s#v=onepage&q=comunica%C3%A7ao%20externa%20nas%20empresas&f=false

Almeida, A. (2008). *Análise do discurso ideológico do merchandising social*. Dissertação de mestrado apresentada ao Instituto de Psicologia da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de mestre em Psicologia Escolar e do Desenvolvimento. Consultado a 6 de dezembro em: https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/47/47131/tde-05062008-143358/publico/Alf_NSA_me.pdf

Barros, C. (2017). *Planeamento estratégico de marketing territorial e perspectivas de desenvolvimento na região autónoma da madeira*. Dissertação de Mestrado na área científica de Geografia, Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal. Consultado a 25 de novembro de 2023 em: https://www.researchgate.net/profile/Cristina-Barros-5/publication/312652307_Planeamento_Estrategico_de_Marketing_Territorial_e_perspectivas_de_desenvolvimento_na_Regiao_Autonomia_da_Madeira.pdf

Cabugueira, A. (2005). *A Importância Económica do Turismo*. Artigo Científico da Revista Turismo & Desenvolvimento, 97-104. Consultado a 25 de novembro de 2023 em: <https://scholar.archive.org/work/ccbomx4tgzflkt2niaf4nxmpu/access/wayback/https://proa.ua.pt/index.php/rtd/article/download/13885/9373/>

Center Of Portugal. (s./d.). *Cidades do Interior- Guarda*. Consultado a 10 de outubro de 2023 em: <https://www.centerofportugal.com/pt/destino/guarda>

Facebook (2023). *Município da Guarda*. Consultado a 05 de dezembro de 2023 em: https://www.facebook.com/MunicipiodaGuarda/?locale=pt_PT

Gonçalves, G. (2010). *Introdução à Teoria das Relações Públicas*. Porto: Porto Editora. Consultado a 26 de novembro de 2023 em: <https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/6663>

Instagram (2023). *Município da Guarda*. Consultado a 05 de dezembro de 2023 em: <https://www.instagram.com/municipiodaguarda/>

Marran, A. (2011). *Estágio curricular supervisionado: algumas reflexões*. In Simpósio Brasileiro e Congresso Ibero-Americano de Política e Administração da Educação (Vol. 25, No. 2). Consultado a 27 de novembro de 2023 em: <https://www.uece.br/satewp/wp-content/uploads/sites/58/2013/09/estagio-supervisionado-texto-2-cp-12-2013.pdf>

Martins, D. (2012). *Definição, Gestão e Desenho de Marca*. Artigo da Brand Trends Journal, Instituto Politécnico de Castelo Branco, Castelo Branco, Portugal; Consultado a 15 de outubro de 2023 em: <https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/1722/1/BrandTrendsJournal.pdf>

Melo, V. (2006). *A Comunicação interna e a sua importância nas organizações*. Consultado a 16 de outubro de 2023 em: https://www.academia.edu/7414930/A_comunicacao_interna_e_sua_importancia_nas_organizacaoes_Vanessa_Pontes_Chaves_de_Melo#:~:text=Por%20meio%20da%20Comunica%C3%A7%C3%A3o%20Interna,elementos%20que%20integram%20este%20p%C3%ABlico.

Montaño, S. (2017). *A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube*. Revista Famecos, Porto Alegre. Consultado a 05 de novembro de 2023 em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/25256/15213>

Mundo Português. (2018). *Guarda, cidade dos '5 F's': Forte, Farta, Fria, Fiel e Formosa*. Consultado a 10 de outubro de 2023 em: <https://www.mundoportugues.pt/2018/07/28/guarda-cidade-dos-5-fs-forte-farta-fria-fiel-e-formosa/>

Município da Guarda (2022). *Estrutura orgânica*. Consultado a 15 de outubro de 2023 em: <https://www.mun-guarda.pt/municipio/camara-municipal/estrutura-organica/>

Município da Guarda (2022). *Identidade Gráfica*. Consultado a 15 de outubro de 2023 em: <https://www.mun-guarda.pt/municipio/camara-municipal/identidade/>

Município da Guarda (2023). *Notícias- Inscrições para Feira de Artesanato e Gastronomia dos Santos da Guarda até 9 de junho*. Consultado a 16 de outubro de 2023 em: <https://www.mun-guarda.pt/noticias/1752-inscricoes-para-feira-de-artes>

Oliveira, V. (2012). *A influência dos níveis de interatividade no website institucional*. Pós-graduação de mestrado em design, Universidade Federal do Paraná, Brasil. Consultado a 05 de dezembro de 2023 em: http://www.um.pro.br/prod/_pdf/001431.pdf

Oliveira, Y. (2014). *O Instagram como Uma Nova Ferramenta para Estratégias Publicitarias*. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Brasil; Consultado a 20 de outubro de 2023 em: https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/30633/1/2014_eve_yroliveira.pdf

Passadiços do Mondego (2023). *Normas e Recomendações*. Consultado a 29 de novembro de 2023 em: <https://www.passadicosdomondego.pt/normas-e-recomendacoes.html>

Reis, T. (2021). *Front Office: o que é e qual a diferença entre back office*. Consultado a 25 de novembro de 2023 em: <https://www.sunno.com.br/artigos/front-office/>

Ribeiro, C. (2020). *A internacionalização e a estrutura organizacional: o caso do setor do calçado*. Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho, Braga, Portugal; Consultado a 15 de outubro de 2023 em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/65816/1/TESE_CarinaRibeiro.pdf

Ruão, T. (2001). *O conceito de identidade organizacional: teorias, gestão e valor*. Comunicação apresentada ao II Congresso da SOPCOM – Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa, Portugal; Consultado a 15 de outubro de 2023 em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/2757/1/truao_IISOPCOM_2001.pdf

Santos, E. (2012). *FACEBOOK: aceitação tecnológica e disseminação de informação acadêmica*. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal da Paraíba, Brasil. Consultado a 6 de dezembro de 2023 em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/13904/1/EFPS21.03.2019.pdf>

Silveira, H. (2000). *Análise SWOT*. Consultado a 27 de novembro de 2023 em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/download/181182>

Soares, J. (2011). *Apontamentos para uma história das Relações Públicas em Portugal*. Consultado a 21 de dezembro de 2023 em: <https://journals.openedition.org/cp/440#tocto2n1>

Terra, C. (2009). *A comunicação organizacional em tempos de redes sociais online e de usuários-mídia*. Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil; Consultado a 20 de outubro de 2023 em: https://rpalavreando.com.br/wp-content/uploads/2015/06/Artigo_Intercom2009.pdf

Universidade do Algarve. (s./d.). *Identidade Visual*. Consultado a 15 de outubro de 2023 em: <https://www.ualg.pt/identidade-visual>

Vieira, R. (2004). *Comunicação Organizacional- Gestão de Relações Públicas*. Consultado a 5 de dezembro de 2023 em: <https://books.google.com.br/books?id=Sb7DPiKwXGoC&lpg=PA21&ots=rZMZN3J7RC&dq=politica%20de%20comunica%C3%A7ao%20na%20organiza%C3%A7ao&lr&hl=pt-PT&pg=PA4#v=onepage&q&f=false>

Youtube (2023). *Município da Guarda*. Consultado a 05 de dezembro de 2023 em: <https://www.youtube.com/@municipiodaguarda>

Anexos

Lista de Anexos:

Anexo I: Plano de estágio.

Anexo II: Organograma do Município da Guarda.

Anexo III: Logótipo nas diversas áreas.

Anexo IV: Regras de participação nos Santos.

Anexo V: Preços por dia no Parque de Campismo.

Anexo I: Plano de estágio

Este documento é um complemento do formulário EA.124 - Convenção.

Tipologia: Curricular Extracurricular Outro: _____
Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? Sim. Qual? _____
Informação adicional: (se aplicável)
Designação: _____
Ano curricular: _____ Semestre: _____ 1.º período 2.º período 3.º período

1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES

Estudante: Tatiana Filipa Gomes Juliana
Curso: Comunicação e Relações Públicas N.º de estudante: 117045381
Docente orientador(a): António José Basto de Figueiredo
Supervisor(a)/Tutor(a): Claudia Soares

2. PLANO DE TRABALHO

- Atualização de conteúdos página web do Turismo;
- Proposta de suportes comunicacionais;
- Elaboração de eobs e percursos;
- Atendimento e receção no Welcome Center;
- Promoção e valorização da oferta turística da Guarda;
- Preparação e apoio na produção de eventos promocionais;
- Apoio técnico e administrativo nas tarefas inerentes ao funcionamento do Welcome Center.

3. DATAS E ASSINATURAS

O(A) Estudante

Data: 20/06/23

Assinatura: Tatiana
(assinatura)

O(A) Docente Orientador(a)

Data: 3/7/23

Assinatura: António Basto Figueiredo
(assinatura)

O(A) Supervisor(a) / Tutor(a)

Data: _____

Assinatura: Claudia Sofia Soares
(assinatura e selo da Entidade)

Anexo II: Organograma do Município da Guarda

Anexo III: Logótipo nas diversas áreas



GUARDAAMBIENTE



GUARDADESPORTO



GUARDAAÇÃO SOCIAL



GUARDACULTURA

Anexo IV: Regras de participação nos Santos



REGRAS DE PARTICIPAÇÃO NA FEIRA DE ARTESANATO E GASTRONOMIA SANTOS DA GUARDA

1 – A Feira de Artesanato e Gastronomia decorre nos dias 23, 24 e 25 de junho de 2023, no seguinte horário:

Sexta feira dia 23 – 17:00H às 23:00H

Sábado dia 24 – 10:00H às 23:00H

Domingo dia 25 – 10:00H às 21:00H

2 - A participação nesta iniciativa é gratuita, sendo obrigatório o envio da ficha de inscrição para turismo@mun-guarda.pt, até ao **dia 9 de junho** de 2023.

3– **A seleção dos participantes** é feita com base em critérios de genuinidade, qualidade e criatividade da produção artesanal e é da exclusiva competência da Organização.

4 – Somente serão aceites os participantes com residência no **concelho da Guarda**.

5 – A Organização disponibilizará **25 stands**, localizados na Rua Infante D. Henrique, destinados a artesãos e a produtos gastronómicos endógenos.

6 - A distribuição dos Stands será feita por categorias, sendo que cada participante poderá candidatar-se **apenas a uma** categoria.

Artes e Ofícios:

- ❖ Cestaria
- ❖ Cobertor de papa
- ❖ Tecelagem – lã e trapos
- ❖ Tecidos
- ❖ Produtos naturais
- ❖ Arte pastoril e trabalhos em madeira

Gastronomia:

- ❖ Enchidos e fumeiro
- ❖ Queijos
- ❖ Mel e azeite
- ❖ Compotas e licores
- ❖ Chás e ervas aromáticas
- ❖ Pão, bolos e doces

7 – Em caso de existirem várias candidaturas para a mesma categoria e as mesmas reunirem critérios de elegibilidade será equacionada a possibilidade de partilha de Stand. Caso a partilha não seja possível a Organização procederá a um sorteio.



8- Será dada prioridade aos candidatos com produtos com identidade e representatividade do território, bem como a possibilidade de realização de trabalho ao vivo.

9 – É expressamente **proibido pintar ou perfurar** as paredes dos Stands e espaços interiores. A cedência dos espaços é inteiramente gratuita.

10 – A **ocupação, montagem e desmontagem** deverá ser efetuada no horário indicado pela organização.

11 – Cada participante será responsável pela **abertura, fecho e segurança** do espaço durante o horário de funcionamento da Feira de Artesanato e Gastronomia, não se responsabilizando a Organização por qualquer dano ou extravio ocorrido durante esse período.

12 - Os participantes devem cumprir na íntegra os horários estabelecidos para a Feira de Artesanato e Gastronomia. Na impossibilidade de cumprir o horário estabelecido, devem informar a Organização.

13 – A Organização manterá em funcionamento um **serviço de apoio** permanente quer na distribuição de espaços, quer na prestação de informações no decorrer da Feira de Artesanato e Gastronomia.

14– A **limpeza** dos espaços é da responsabilidade dos participantes, sendo que no final da iniciativa, os espaços devem ser deixados como rececionados.

15 – Os participantes são responsáveis pelo **cumprimento dos requisitos legais** para a sua atividade.

Anexo V: Preços por dia no Parque de Campismo

PESSOAS / PERSONS / PERSONNES

Crianças até 4 anos / Children until 4 years old / Enfants moins de 4 ans	Grátis / Free / Gratuit
Crianças mais de 4 anos / Children more than 4 years old / Enfants plus de 4 ans	2,00 €
Campista mais de 10 anos / More than 10 years old / plus de 10 ans	2,50 €

TENDA / TENT / TENTE

Menos de 3m ² / Less than 3m ² / Moins de 3m ²	2,50 €
Mais de 3m ² / More than 3m ² / Plus de 3m ²	3,50 €

CARAVANA / CARAVAN

Menos de 4m ² / Less than 4m ² / Moins de 4m ²	4,00 €
Mais de 4m ² / More than 4m ² / Plus de 4m ²	4,50 €

AUTO CARAVANA / SLEEPING CAR / STUDIO CAR

Menos de 4m ² / Less than 4m ² / Moins de 4m ²	5,00 €
Entre 4m ² e 6m ² / Between 4m ² and 6m ² / Entre 4m ² et 6m ²	6,00 €
Mais de 6m ² / More than 6m ² / Plus de 6m ²	7,00 €

OUTROS ITENS / OTHER ITEMS / AUTRES ARTICLES

Automóvel / Car / Voiture	3,00 €
Motorizada / Motorcycle / Moto	2,50 €
Atrelado / Trailer / Remorque	2,50 €
Eletricidade / Electricity / De l'électricité	2,50 €
Autocarro / Bus	12,50 €
Visitante / Visitor / Visiteur	3,00 €
Banho Quente / Hot Shower / Douche Chaude	3,00 €

Apêndices

Lista de Apêndices

Apêndice I: Folha de Estatística Semanal.

Apêndice II: Registos fotográficos das Visitas Guiadas.

Apêndice III: Folha de Vendas diárias.

Apêndice IV: Exemplo de Excel- Alojamento e Restauração.

Apêndice V: Rotas e Percursos.

Apêndice I: Folha de Estatística Semanal

Maio Junho

Convites da FNA - Guarda
Grupo Lisboa

Nacionalidades	2ª 05/06/23	3ª 06/06/23	4ª 07/06/23	5ª 08/06/23	6ª 09/06/23	Sáb. 10/06/23	Dom. 11/06/23
Portugueses	4, 12, 1, 2 2, 2, 1, 2 26	1, 1, 2 4	2 2	2, 2, 5, 8 4, 2, 2, 3, 6 34	1, 3, 6, 2 2, 2, 3, 5 27	2, 1, 2, 1, 1 2, 100 109	1, 2, 2, 4, 8 2, 2, 2, 3, 3 65
Espanhóis	4, 1 4	2, 3, 3 8		4, 2, 1 6	1 1	2, 2, 1 4	2, 2, 2, 2, 1 8
Franceses	1, 2, 1, 1 4	2, 1, 1, 1, 2 7	2, 2, 1 4	4, 7, 3, 1 14	2, 2 4	1, 1 1	1, 2, 1 3
Ingleses	2, 1 2				5, 3 4	4, 1 4	3, 1 3
Italianos	2, 1 2						2, 1 2
Alemães			2, 1 2		2, 1 3		
Israelitas					4, 1 4	2, 1 2	
Brasil		2, 1 2				2, 1 2	
Holandeses			2, 1 2		4 4		2, 1 2
Outros	2 - Noruega 2				2 - Canada 2 - China 4	2 - Nova Zelândia 2 - Canada 30	2 - Australia 2 - Filipinas 4
Total	40	21	10	54	51	152	87

Apêndice II: Registos fotográficos das Visitas Guiadas





Apêndice III: Folha de Vendas diárias

GUARDA
A GUARDA POR SI

VENDAS DIÁRIAS

Venda	Fatura	Produto/Artigo	Artesão	V Unit	Qt	V Total	Observ.



GUARDATURISMO

Guarda Welcome Center | Delegação da Serra da Estrela Turismo
Tel: +351 271 205 530 | Tlm: +351 926 576 026
email: turismo@mun-guarda.pt
www.mun-guarda.pt | www.facebook.com/MunicipiodaGuarda



GUARDATURISMO

Apêndice IV: Exemplo de Excel- Alojamento e Restauração

- RESTAURANTE "JM CAFÉ" (César)	R. Mouzinho de Albuquerque 27, 6300-586 Guarda	271 211 811	benficaluz123@gmail.com
- RESTAURANTE "BOIA DE PRATA"	Rua Mouzinho da Silveira, 16 - 6300-735 Guarda	271 239 169	
- CHURRASQUEIRA "PORTAS DO SOL"	Rua Dr. Lopo de Carvalho Nº 41 - 6300-700 Guarda	271 221 582	
- RESTAURANTE "ADEGA DE PINHEL"	Rua Vasco da Gama – 6300-772 Guarda	271 211 458/960 083 508	
- "AMAYA SUSHI BAR"	Rua Dona Maria das Dores Sampaio, 4 10, 6300-772 Guarda	918 385 933	amayasuchibar@gmail.com
- RESTAURANTE D'SIGUAL	Rua Camilo Castelo Branco, n.º 19 – 6300-671 Guarda	271 238 046	asigualguarda@gmail.com
- RESTAURANTE "BELO HORIZONTE"	Largo de S. Vicente N.º 1 e 2 - 6300-600 Guarda	271 211 454/917 626 838	restaurante_bh@hotmail.com
- RESTAURANTE "SOLAR DA BEIRA"	Rua Francisco de Passos n.º 9 - 6300-558 Guarda	271 024 635 / 965 104 987	
- RESTAURANTE "O FERRINHO"	Rua Dr. Francisco de Passos N.º 21 e 23 - 6300-558 Guarda	271 211 990	restaurante-ferrinho@live.com.pt
RESTAURANTE "GULA"	Rua Miguel de Alarcão, Nº 5 6300-684 Guarda	271 222 266	guardagula@gmail.com
-BAR DE VINHOS /RESTAURANTE - NOBRES VINHOS E TAL	Largo Dr. Amândio Paúl n.º5, 6300-664 Guarda	961 765 480	nobrevinhosetal@gmail.com
- RESTAURANTE "O TACHO"	Rua Comandante Salvador do Nascimento n.º 27 – 8 - 6300-678 Guarda	271 214 002 /964 509 883/964 526 352 967 798	cozinhadotacho@gmail.com
- "CASA DA MARIA HÁ TOSTAS E TOSTAS"	Praça Luís de Camões, nº 17, 6300-725 Guarda	927 796 695	m.oliveira.freire@gmail.com

https://www.facebook.com/JM-c%C3%A9sar-Restaurante-Tradicional-105601704461471	40.539088, -7.266420	Sábados/domingos e alguns feriados	25 pessoas
https://www.facebook.com/pages/Boia%20de%20Prata/279381106032455/	40.539170, -7.266824	Domingo ao jantar e 2ª feira	37 pessoas
	40.539473, -7.267370	Domingo	29 pessoas
	40.538685, -7.266828	Domingo	28 pessoas
https://www.facebook.com/AmayasushiGuarda/	40.538282, -7.267414	2ª feira	20 pessoas
http://www.dsigual.pt/ ; https://www.facebook.com/restaurantedsigual	40.538399, -7.268002	Domingo	82 pessoas
http://restaurantebelohorizonte.com/ ; https://www.facebook.com/people/Restaurante-Belo-Horizo	40.540191, -7.268091	Domingo e 2ª feira	52 pessoas
https://www.facebook.com/Restaurante-Solar-da-Beira-508595049176265	40.539300, -7.268459	4ª feira	32 pessoas
https://www.facebook.com/ferrinhorest	40.539469, -7.268362	5ª feira (No verão sempre aberto)	72 pessoas
https://www.facebook.com/tonicostagula/	40.538591, -7.268885	2ª feira, Domingo ao jantar e 3ª ao jantar	
www.nobrevinhosetal.com ; https://www.facebook.com/nobrevinhosetal	40.538330, -7.270018	Domingo	70 pessoas
www.restaurante-otacho.pt ; https://www.facebook.com/Restaurante-O-Tacho-710911872342695	40.538798, -7.271607	Domingo à noite e 2ª feira todo o dia	60 pessoas
	40.538706, -7.271907	2ª feira	25 pessoas

Alojamentos	Classificação	Nº de quartos	Nº de camas	Morada
"Serrano"	AL	1	2	Rua Mestre Avis, 58, 6300-731 Guarda
"Rústico"	AL	1	2	Rua Mestre Avis, 58, 6300-731 Guarda
Afonso's House and Rooms	AL	5	5	Rua Amoreira,7, 6300-245 Videmonte
Alqueiturismo	AG	12	24	Quinta da Alqueidosa - 6300-090 Corujeira, Guarda
Apartamento Cabeço das Fráguas	AL	2	5	Largo de São Francisco, nº 6 1ºF, 6300 -754 Guarda
Beiraltur 1056 Serviços de Hotelaria, Lda	AL	24		Urbanização do Ferrinho 6300-566 Guarda
Carmi Apartamentos	AL	2		Largo São Francisco,6-1ºC, 6300-754 Guarda
Casa da Sé	Guest House(AL)	6	10	Rua Augusto Gil 17, 6300-516 Guarda
Casa de Campo	AL	4		Rua Calvário, 6300-025 Aldeia Viçosa
Casa de Xisto Santo António	CC	2	2	Rua da Serra nº20 - Videmonte 6300 - 245 Guarda
Casa do Cipreste	TER	5	8	Lg. Nª Srª dos Caminhos 2, Fernão Joanes, 6300 -105 Guarda
Casa Retiro de Xisto	CC	2	4	Rua da Igreja, 6300-245 Videmonte, Guarda
Casa Ti Daniel	AL	3		Rua Carreira, 6300-020 Aldeia do Bispo
Casas da Ima	AL	3	4	Rua do Forno nº 2, Ima, São Pedro do Jarmelo 6300-210 Guarda
Casas do Mondego	CC	6	6	Rua do Eiró 8, 6300-170 Porto da Carne, Guarda
Cold City House	AL	2	5	Rua Almirante Gago Coutinho, nº95 2ª Esq,6300-707Guarda
Casa do Chefe	AL	1		Rua José Nunes Ferreira, 5 , 6300-245 Videmonte
Hotel Lusitânia Congress & SPA	Hotel 4*	63	177	Urbanização Qtª das Covas, Lote 34, 6300-389 Guarda
Hotel Pombeira	Hotel 3*	24	46	Lugar da Pombeira, 6300-035 Guarda
Hotel Santos	Hotel 3*	25	35	Rua Tenente Valadim 14, 6300-764 Guarda
Hotel Versatile	Hotel 3*	82	232	Av. Monsenhor Mendes do Carmo, 6300-586 Guarda

Email:	Telefone	Preço p/noite maio Quarto Individual/Quarto Duplo/Suite
manuelapscunha@gmail.com	96236598/965849833	Por Apartamento 50€
manuelapscunha@gmail.com	96236598/965849833	Por Apartamento 50€
raizespertinentes@gmail.com	271 013 104/ 966 396 791	
alqueiturismo@gmail.com	351 966 441 431	CASA COMPLETA T3 150€ / T1 100€
cabecodasfraguas@gmail.com	962 567 991/271 214 673	APARTAMENTO COMPLETO T2 70€ A 80€ /T3 80€ A 90€
residencialferrinho@gmail.com	271 224 476 /963 644 401	
cabecodasfraguas@gmail.com	962 567 991	
casadase@outlook.com	962 484 468	QI-25€ P/N QD-30€ A 35€
luispratab@gmail.com	969 345 024	
geral@casasretirodexisto.pt	914 381 254	CASA- 85€ A 100€
casadocipreste.fernaojoanes@gmail.com	969 540 915/271 598 455	CASA-TODOS OS QUARTOS 250€ (5 QUARTOS/7 CAMAS)
geral@casasretirodexisto.pt	914 381 254	CASA- 85€ A 100€
rjs.geral@gmail.com	271 212 170/ 962 423 911	
casasdaima@gmail.com	938 462 427	CEDIDA AOS REFUGIADOS/DE MOMENTO
geral@casasdomondego.com	966 347 679	CASA COMPLETA- 2 QUARTOS 120€ /3QUARTOS 180€ (POSSIBILIDADE DE DESCONTO 10%)
coldcityhouse@gmail.com	927 653 050/969 588 239	APARTAMENTO COMPLETO 80€ A 115€ (2 QUARTOS/5CAMAS)
casadochef21@gmail.com	967 640 744	
lusitania.front@naturaimhotels.com	271 238 285	QI- 75€ A 115€ QD-90€ A 150€ SUITE- 150€ A 250€ (PODE EXISTIR VARIAÇÃO NA TARIFA)
reservas@pombeirahotel.com	962 532 111	QI- 42€ QD-55€ SUITE POMBEIRA- 80€ SUITE POMBEIRA PLUS 120€
reservas@hotelsantos.pt	271 205 400	QI- 40€ QD-60€ QUARTO FAMILIAR 70€
centaldereservas@naturaimhotels.com	271 208 390	

Apêndice V: Rotas e Percursos

Proposta 1- Rota Alternativa aos Passadiços do Mondego

Deixe a Guarda pela EN16 em direção ao Vale do Mondego. Logo à saída da cidade continue pela EN 338 em direção a **Maçainhas**, prosseguindo até à **Barragem do Caldeirão**. Vire à direita até ao tabuleiro da barragem, à saída do qual tome a estrada municipal em direção à **Mizarela**, passando por **Pêro Soares**, atravessando o Rio Mondego pela ponte do século XVIII.

Continue o passeio em direção à **Faia**, aproveitando para apreciar alguns exemplares de arquitetura civil e religiosa.

Em direção a **Aldeia Viçosa**, surgem quintas e casas senhoriais que foram em outros tempos habitações de veraneio de famílias abastadas da Beira. Hoje, algumas ainda recebem turistas, outras aproveitam o microclima para exploração agrícola.

Já em Aldeia Viçosa é obrigatória a visita à Igreja Matriz, classificada como Imóvel de Interesse Público.

Deixe a povoação por uma ruela estreita, ladeada por casas de traça tipicamente beirã, reencontra-se o Rio Mondego na Praia Fluvial.

À nossa esquerda surge um magnífico Solar do século XVIII, hoje em dia, alberga uma Escola Agrícola. Um pouco mais à frente surge um outro Solar que relembra a importância económica e social deste excelso vale, atualmente, uma Instituição de Ensino e Reabilitação Social.

Em direção ao **Porto da Carne** surge o Solar da Quinta do Pinheiro, uma unidade de Agro-Turismo, cuja construção remonta ao século XV.

O granito assume presença relevante fazendo o diálogo com a natureza envolvente.

O Porto da Carne é uma aldeia dinâmica. Aqui a indústria e o comércio predominam. Subindo pela EN16 passa-se ao lado de **Cavadoude**, conhecida como “Varanda do Mondego”.

Quase a terminar o percurso ainda é possível apreciar outros cenários: o Soito do Bispo, os férteis campos de cultivo, e um pouco mais acima, no Mirante, o rio que corre por entre margens estreitas e rochosas e o casario que se edificou nas encostas íngremes do vale.

Por fim, regresse à cidade da Guarda.

-Maçainhas-

Nesta aldeia poderá visitar ou marcar visita para a Associação “O Genuíno Cobertor de Papa” criada em 15 de maio de 2018, onde se fabricam os originais Cobertores de Papa da Guarda, de uma forma tradicional e genuína.

Contatos para marcação: 969 607 479 / cobertordepapa@gmail.com

Poderão ainda visitar os diversos pontos de interesse desta aldeia do concelho da Guarda:

- Igreja de Santa Eufémia
- Capela de Santo António
- Fontes de Mergulho
- Alminhas e Cruzeiros
- Moinhos
- Forno Comunitário (Maçainhas e Chãos)
- Sepulturas Antropomórficas
- Datas Esculpidas nas Casas

-Barragem do Caldeirão-

Fazer uma visita ao Miradouro do Mocho Real, miradouro este que está assente em rochas graníticas a uma altitude de 700m.

Considerado um dos mais belos Geosítios do Geopark Estrela.

-Vila Soeiro-

Nesta pitoresca aldeia, poderá visitar uma zona balnear, que se insere no circuito dos Passadiços do Mondego.

Visitar no cume de Vila Soeiro, assente numa formação rochosa a Capela de São Pedro de Verona, que permite uma visão única do Vale.

-Pêro Soares-

Nesta pequena aldeia que faz parte do trio de União de Freguesias, Mizarela, Pêro Soares e Vila Soeiro, poderá visitar uma das diversas calçadas romanas, deixadas como património, na região da Guarda.

-Mizarela-

Nesta aldeia poderá visitar uma Ponte medieval de tabuleiro plano que une as margens do rio Mondego.

-Vila Cortês do Mondego-

Nesta Aldeia do Vale do Mondego para além de uma belíssima praia fluvial, que abrange duas freguesias, Vila Cortês e Porto da Carne, poderá ainda visitar:

- Chafariz Romano
- O Calvário
- Alminhas
- Igreja Matriz
- Capela de S. Domingos
- Calçada Romana
-

-Porto da Carne-

Aldeia situada nas margens do Mondego, que além da praia fluvial que dispõe de um parque de merendas e que divide com Vila Cortês do Mondego, tem também para visita:

- Igreja Paroquial São Pedro
- O Calvário

-Cavadoude-

Esta aldeia encontra-se situada na margem direita do rio Mondego. Poderá fazer uma paragem e visitar:

. Igreja Matriz cuja característica mais acentuada é a sua entrada com um portal em arco.

. Castro do Tintinholo, classificado como Monumento Nacional em 1910, este castro remonta à idade do ferro.

. Calçada Romana

-Faia-

Na aldeia da Faia, situada no Vale do Mondego poderá visitar:

. Fontes de mergulho

. Um casario com portas de vãos biselados

. Algumas casas brasonadas com janelas com motivos manuelinos

. Igreja matriz de Nossa Senhora da Conceição

. Quintas senhoriais

-Aldeia Viçosa-

Nesta aldeia, para além de uma praia fluvial, maravilhosamente bem cuidada e detentora de bandeira azul já a alguns anos, poderá visitar:

- Igreja matriz de Nossa Senhora da Conceição
- O Picoto, marco geodésico
- Solares com brasões na Quinta das Relvas e Quinta das Portas
- Fontes e Chafarizes, como o Chafariz do Adro, o Chafariz do Relógio, o Chafariz do Ferreiro

Total Km aproximadamente - 40km

Proposta 2- Rota Vale do Zêzere

Deixe a **Guarda** pela EN 18 em direção à Covilhã, a 4 Km da cidade encontra-se o **Santuário da Santa Cruz**. À direita, a estrada segue para a **Aldeia do Bispo**, o topónimo advém-lhe do facto de ter sido um priorado de apresentação da Câmara Episcopal; o núcleo antigo é muito interessante com casas de traça tipicamente beirã. Visite o Museu da Castanha um espaço dedicado à riqueza etnográfica e gastronómica desta freguesia.

Deixe a povoação pela mesma estrada e retome a EN 18 em direção à Covilhã. A 8 Km encontra-se a aldeia da **Vela**, uma povoação sobranceira ao Vale de Amezendinha. A povoação apresenta um património natural de grande beleza.

Novamente pela EN 18 prossiga para **Gonçalo**, esta é uma vila de dimensões consideráveis localizada junto ao Vale do rio Zêzere. Preserva um património histórico e natural notável. No centro da vila encontrará uma placa com a indicação “Guarda (via Seixo Amarelo)” siga essa direção (EM 527); a 3 Km encontra **Seixo Amarelo**, pequena aldeia edificada a 800 metros de altitude, detém uma visão sublime sobre o Vale da Ribeira do Seixo. Não deixe de visitar a Capela de Nossa Senhora das Cabeças e apreciar o cenário que lhe é oferecido neste local.

Prossiga pela EM 527 e no cruzamento com a EN 18-1, siga a direção de A23, esta estrada leva-nos a **Vale de Estrela**. O núcleo antigo da aldeia merece atenção e o cenário natural é maravilhoso. Siga pela EN 18-1; apenas 4,5 Km separam esta povoação da **Guarda**.

Guarda-- 4Km-- Santa Cruz--1Km--Aldeia do Bispo--8 Km--Vela--4,5 Km--Gonçalo--3Km--Seixo Amarelo--8Km--Vale de Estrela--4,5Km—Guarda

-Aldeia do Bispo-

Esta aldeia situa-se numa reserva ecológica (Vale do Zêzere), é uma das freguesias mais antigas do concelho da Guarda. Aqui poderá visitar:

- . Museu da Castanha, para visitar terá de marcar previamente. Este museu tem 3 exposições permanentes: Ciclo da Castanha, coleção de arte sacra e coleção de pintura.
- . Igreja Paroquial de Aldeia do Bispo
- . Capela de Santa Cruz

- . Capela de São Sebastião
- . Sepulturas Antropomórficas

Sugestão:

- . Rota do Vento- Saída de Aldeia do Bispo- Penedo do Ladário- Sepulturas antropomórficas- 5 a 6 km- Percurso linear
- . Rota da Bica - Saída de Aldeia do Bispo- Albardeiros- Quinta da Bica- Quinta Teixal- Aldeia do Bispo-6 km- Percurso Circular

-Benespera-

Esta aldeia de montanha é detentora de um enorme património histórico e religioso.

- . Castro do Cabeço das Fráguas que remonta à Idade do Ferro
- . A Igreja Matriz da Benespera, outrora convento da Santo Antão
- . Capela de São Domingos
- . Capela da Senhora dos Anjos

-Vela-

Sobranceira ao Vale de Amezendingha a aldeia da Vela, presenteia-nos com uma visão única de todo o vale encantado. Podemos visitar:

- . O edifício da Misericórdia, antigo edifício senhorial da família Refoios Saraiva
- . Igreja Matriz da Vela
- . Capela de Santo Antão

-Gonçalo-

Esta aldeia localizada na vertente Noroeste da Serra da Estrela, tem como legado artesanal o fabrico de cestaria em vime.

O que pode visitar nesta típica aldeia de montanha:

- . Lojas de cesteiros tipicamente artesanais
- . Igreja Paroquial de Nossa Senhora da Assunção
- . Capela do Espírito Santo
- . Capela do Calvário
- . Capela de Nossa Senhora da Misericórdia
- . Solares do sec. XVIII
- . Casas da Rua Nova do Almada, com cruciformes nas suas fachadas

-Seixo Amarelo-

Nesta aldeia de montanha localizada a 800 metros do Vale do Zêzere, podemos visitar:

- . Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, com frescos do sec. XVIII

-Valhelhas-

Nesta aldeia já muito próxima do coração da Serra da Estrela podemos encontrar a mais antiga Praia fluvial da Guarda, detentora de bandeira azul.

Poderá visitar:

- . Museu Lagar de Varas Estevão Martins da Rocha Varas com visitas, mediante marcação.
- . Pelourinho, do século XVI
- . Ponte Filipina
- . Igreja Matriz
- . Capela de Santo Antão
- . Capela do Divino Corpo Santo
- . Ruínas de um antigo Castelo

-Famalicão da Serra-

Nesta aldeia de montanha, localizada num pequeno vale, poderá visitar:

- . Igreja Matriz com a sua Torre Sineira
- . Convento do Senhor Bom Jesus
- . Oficina de Cestaria do Sr. Joaquim Venâncio

-Vale de Estrela-

Nesta freguesia, das primeiras do concelho da Guarda a ser eletrificada, a água que se consumia na cidade, saía desta freguesia dum lugar designado como "O Poço", na quinta da Montanheira. Hoje ainda são visíveis as velhas maquinarias, que elevavam a água que era canalizada para consumo doméstico na cidade. Poderá também visitar:

- . Igreja Matriz de Vale de Estrela
- . Miradouro Hidrográfico de Vale de Estrela

-Fernão Joanes-

Nesta aldeia com um passado ligado à pastorícia, tem hoje em dia como património:

- . Igreja de João Batista (Igreja Matriz)
- . Capela da Senhora do Soito
- . Capela de Espírito Santo

-Meios-

É nesta aldeia que encontram o Museu de Tecelagem dos Meios instalado numa antiga fábrica de Cobertores de Papa. Tem ainda como sugestão:

- . Trilho das Canadas
- . Provas de Produtos gastronómicos regionais
- . Igreja Paroquial dos Meios

. Capela de S. Sebastião

. Tapada dos Mouros

-Trinta-

Agregada atualmente na União de Freguesias de Corujeira e Trinta da qual é a sede, temos como sugestão nesta aldeia:

. Barragem do Pateiro

. Igreja Matriz dos Trinta

Total Km aproximadamente - 60Km

Proposta de Rota 3:

Sair da Guarda e seguir pela M577 em direção Alvendre

-Alvendre-

A esta aldeia pertencem também a Quinta da Umbelina e a Quinta dos Atoleiros e poderá visitar:

- . Fonte dos Lobos Conhecida
- . Igreja Matriz de Alvendre/ Igreja de São Martinho

-Rocamondo/Avelãs de Ambom-

Oficialmente União de Freguesias de Avelãs de Ambom e Rocamondo é uma freguesia que tem ainda como anexos o Apeadeiro do Sobral e de Rocamondo. Poderá visitar:

- . Igreja Matriz de S. Pedro
- . Capela de Avelãs de Ambom

-Vila Franca do Deão-

Uma aldeia cuja a sua fundação remonta ao século XIV e onde poderá visitar como património cultural:

- . Cruzeiro
- . Igreja Matriz
- . Capela de Santo António
- . Calvário
- . Fonte do Mergulho
- . Paisagem do Sítio da Portela

-Avelãs de Ribeira-

Situada num vale entre duas pequenas serras, é banhada pela Ribeira de Massueime, e servida pelas estradas inter-municipais 577 e 577-1. Nesta aldeia há para visitar:

- . Ponte Romana
- . Solar dos Távoras
- . Pelourinho – situado no largo da escola do 1º ciclo
- . Sarcófagos existem alguns e várias pedras com grafismos históricos
- . Nicho – dedicado à Senhora dos Caminhos na estrada Avelãs da Ribeira – Carvalhal.
- . Ponte Romana
- . Igreja Matriz

-Codesseiro-

Nesta pequena aldeia do município da Guarda podem visitar:

- . Torre Medieval
- . Pelourinho do Codesseiro

-Pera do Moço-

Considerado como um dos monumentos principais pré-históricos do concelho, a anta de Pera do Moço remonta ao período de transição do IV para o III milénio a.C. É um monumento megalítico que conserva 5 esteios, 3 dos quais suportam o chapéu de forma ovalada. Têm câmara poligonal e não apresenta vestígios de mamoa. Poderá ainda visitar:

- . Castanheiro Gigante
- . Igreja Matriz/ Igreja São João Batista

- Arrifana-

Poderá visitar nesta aldeia a Casa Museu Arrifana mediante marcação prévia, ou ainda:

- . Conta Igreja Paroquial de Arrifana
- . Capela da Senhora da Guia
- . Capela de São Brás
- . Capela de Santo Amaro
- . Capela de São Miguel

- Gonçalo Bocas-

Situada na margem esquerda da Ribeira das Cabras, temos nesta aldeia como património para visitar:

- . Igreja Paroquial
- . Capela de Santa Barbara

-Jarmelo-

Reza a lenda desta aldeia que um dos executantes do assassinio de Inês de Castro era de Jarmelo. Segundo a lenda, D. Pedro I mandou destruir a vila de Jarmelo. Atualmente poderá visitar.

- . Castro do Jarmelo
- . Casa Museu do Jarmelo

Regresso á cidade da Guarda

Total Km aproximadamente - 60Km

Proposta 4- Rota das Aldeias de Montanha:

Deixe a **Guarda** pela EN16 em direção ao Vale do Mondego para prosseguir pela EN338 em direção a **Maçainhas** e depois **Corujeira**. À entrada dos **Trinta** vire à esquerda em direção aos **Meios** e depois **Fernão Joanes**. Regresse aos **Trinta** e prossiga em direção a **Videmonte**. Inicie o regresso à **Guarda** novamente pela EN338, tomando a direção dos **Trinta**.

Percurso:

Guarda 3Km **Maçainhas** 7km **Corujeira** 2Km **Meios** 2 Km **Fernão Joanes** 3Km

Trinta 8Km **Videmonte** 19km **Guarda**

-Maçainhas-

Nesta aldeia poderá visitar ou marcar visita para a Associação “O Genuíno Cobertor de Papa” criada em 15 de maio de 2018, onde se fabricam os originais Cobertores de Papa da Guarda, de uma forma tradicional e genuína.

Contatos para marcação: 969 607 479 / cobertordepapa@gmail.com

Poderão ainda visitar os diversos pontos de interesse desta aldeia do concelho da Guarda:

- . Igreja de Santa Eufémia
- . Capela de Santo António
- . Fontes de Mergulho
- . Alminhas e Cruzeiros
- . Moinhos
- . Forno Comunitário (Maçainhas e Chãos)
- . Sepulturas Antropomórficas
- . Datas Esculpidas nas Casas

-Corujeira-

Foi uma das freguesias do município da Guarda que foi agregada numa União de Freguesias, sendo o seu território integrado na União de Freguesias de Corujeira e Trinta.

Poderá visitar nesta aldeia:

- . Igreja paroquial de Corujeira
- . Capela do Espírito Santo

-Trinta-

Agregada atualmente na União de Freguesias de Corujeira e Trinta da qual é a sede, temos como sugestão nesta aldeia:

- . Barragem do Pateiro
- . Igreja Matriz dos Trinta

-Meios-

É nesta aldeia que encontram o Museu de Tecelagem dos Meios instalado numa antiga fábrica de Cobertores de Papa. Tem ainda como sugestão:

- . Trilho das Canadas
- . Provas de Produtos gastronómicos regionais
- . Igreja Paroquial dos Meios
- . Capela de S. Sebastião
- . Tapada dos Mouros

-Fernão Joanes-

Nesta aldeia com um passado ligado à pastorícia, tem hoje em dia como património:

- . Igreja de João Batista (Igreja Matriz)

. Capela da Senhora do Soito

. Capela de Espírito Santo

-Videmonte-

É a freguesia onde se situa o ponto mais alto do concelho, o marco geodésico da Cabeça Alta (1287 m).

Poderá visitar:

. Igreja Matriz de Videmonte

. Capela de Santo António

. Capela de Nossa Senhora de Lourdes

. Capela de Santo Antão

. Forno comunitário

. Geossítio da Quinta da Taberna

. Praia fluvial da Quinta da Taberna

. Espaço Cooperativa Cowork - Videmonte (espaço de trabalho partilhado sem fins lucrativos)

Total do percurso: 44Km

Proposta de rota 5:

Guarda-- 4Km-- Santa Cruz--1Km--Aldeia do Bispo--8 Km--Vela--4,5 Km--Gonçalo--3Km--Seixo Amarelo--8Km--Vale de Estrela--4,5Km-- Guarda

Deixe a **Guarda** pela EN 18 em direção à Covilhã, a 4 Km da cidade encontra-se o **Santuário da Santa Cruz**. À direita, a estrada segue para a **Aldeia do Bispo**, o topónimo advém-lhe do facto de ter sido um priorado de apresentação da Câmara Episcopal. O núcleo mais antigo desta aldeia localiza-se em torno da Igreja Matriz, observando-se algumas habitações com vãos biselados, sendo possível fazer remontar a sua construção ao século XVI / princípios do século XVII.

Junto à igreja localiza-se uma pequena fonte de mergulho, com arco perfeito, possuindo como especificidade a gravação de marcas simbólico - religiosas, nomeadamente cruzes, uma delas com base triangular. A gravação destes elementos denota a importância da água para estas comunidades, sendo a cruz um símbolo de proteção divina.

Se o tempo permitir siga, a pé, para Sudoeste, pela estrada em terra batida, em direção a Seixo Amarelo, acerca de 4Km, é possível observar duas sepulturas escavadas na rocha, de planta antropomórfica, com a demarcação de cabeça e dos pés. Pela tipologia destes exemplares é possível fazê-los remontar ao século XI/XII.

Deixe a povoação pela mesma estrada e retome a EN 18 em direção à Covilhã. A 8 Km encontra-se a aldeia da **Vela**, situada no fértil vale agrícola da ribeira de Santo Amaro e ribeira da Gaia, afluentes do rio Zêzere, desde cedo teve um papel destacado na malha de povoamento, sendo-lhe outorgado foral por D. Afonso III, em 25 de Agosto de 1255.

No século XVI era uma das aldeias com maior número de habitantes do termo da Guarda, surgindo no numeramento de 1527 com cento e cinquenta e dois moradores.

As fontes escritas demonstram ainda que muitos habitantes da cidade da Guarda possuíam terrenos e habitações na Vela.

Atualmente pela aldeia verifica-se um casario ainda relativamente preservado, com características vernaculares, destacando-se alguns edifícios, quer pela sua relevância histórica, quer construtiva.

Entre estes o Solar dos Refoios Saraiva, do qual apenas restam alguns elementos arquitetónicos, como duas fontes do século XVIII, parte da cerca da propriedade e um edifício com brasão. Seria deste local proveniente o chafariz monumental que se encontra na Alameda de Santo André, na Guarda. A povoação apresenta um património natural de grande beleza.

Novamente pela EN 18 prossiga para **Gonçalo**, esta é uma vila de dimensões consideráveis localizada numa encosta sobranceira ao vale da ribeira da Gaia, apresenta diversos elementos arquitetónicos de destaque. Entre eles os imóveis que se distribuem ao longo da rua Senhora da Misericórdia, observando-se do lado esquerdo duas habitações com vãos exibindo decoração manuelina, com motivos vegetais e o típico boleado. Numa destas habitações é possível observar a combinação de uma janela de motivos manuelinos e duas portas biseladas, sendo uma estreita (de acesso à área habitacional) e outra larga (de acesso à loja), denunciando uma divisão funcional dos pisos. Ao longo desta rua é possível observar ainda outros edifícios, imponentes, como solares do século XVIII.

Atente-se ainda na Igreja matriz, situada no centro da vila, de traça barroca.

Na praça da vila encontrará uma placa com a indicação “Guarda (via Seixo Amarelo)” siga essa direção (EM 527); a 3 Km encontra **Seixo Amarelo**, pequena aldeia aninhada numa elevação sobranceira ao Vale de Figueira, com uma ocupação em socalcos, típica da serra. A Sul do núcleo habitacional, a cerca de 2Km na estrada de ligação a Gonçalo, no local denominado Amiais, uma pequena elevação donde é possível observar a aldeia de Seixo Amarelo e o vale da ribeira da Gaia, existem três sepulturas escavadas na rocha, de planta antropomórfica, possivelmente remontando ao século XI / XII.

Não deixe de visitar a Capela de Nossa Senhora das Cabeças e apreciar o cenário que lhe é oferecido neste local.

Prossiga pela EM 527 e no cruzamento com a EN 18-1, siga a direção de A23, esta estrada leva-nos a **Vale de Estrela**. O núcleo antigo da aldeia merece atenção, assim como a Igreja Matriz. A envolvente natural desta freguesia é maravilhosa. Siga pela EN 18-1; apenas 4,5 Km separam esta povoação da **Guarda**.

Distância percorrida: 33 Km