



**Escola Superior de Turismo e Hotelaria**  
Instituto Politécnico da Guarda

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Turismo e Lazer

Turma de Turismo e Lazer  
Dezembro 2010



**Instituto Politécnico da Guarda**  
**Escola Superior de Turismo e Hotelaria**  
**Janeiro, 2012**

**Marta Costa**

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

***TRUE EMOTION***





**Instituto Politécnico da Guarda**  
**Escola Superior de Turismo e Hotelaria**  
**Janeiro, 2012**

**Marta Costa**  
N.º 6000760

## **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

### ***TRUE EMOTION***



Este relatório, elaborado no âmbito do Estágio curricular do Curso de Turismo e Lazer da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda (ESTH-IPG), foi realizado na empresa *True Emotion, Lda.*. O Estágio decorreu sob a supervisão da Mestre Zaida Pinto Ferreira, por parte da ESTH, e do Dr. Alexandre Torres, na qualidade de orientador na empresa, *True Emotion, Lda.*

**Ficha de identificação**

---

**Estagiária**

Marta Sílvia Geraldes da Costa  
Nº 6000760  
Rua das Faceiras  
5225 – 117 Sendim, Miranda do Douro  
93 882 66 67  
martacosta32\_88@hotmail.com

---

**Local de Estágio**

*True Emotion, Lda.*  
Herdade da Portela, Apartado 31,  
Póvoa de Cervães, 3534 – 909 Mangualde  
NIF: 509 531 172  
232 617 148  
96 106 59 54  
true.emotion.lda@gmail.com

---

**Calendarização**

De 25 de julho de 2011 a 25 de outubro de 2011

---

**Orientador de Estágio na instituição**

Sócio Dr. Alexandre Torres

**Professor Supervisor**

Mestre Zaida Maria Lopes Pinto Ferreira

---

---

**Plano de estágio**

A empresa *True Emotion*, criada em agosto de 2010, constituída por dois sócios, está a desenvolver um projeto de construção de um empreendimento turístico na localidade de Póvoa de Cervães, concelho de Mangualde. Nesta fase de projeção do empreendimento turístico e até ao início da construção, a empresa não terá quaisquer funcionários. Posteriormente, serão criados postos de trabalho quando a firma usufruir em pleno do espaço adquirido.

Assim, nesta fase preliminar da empresa, pretende-se com este estágio desenvolver atividades turísticas e desportivas a implementar na empresa, num futuro próximo.

Deste modo, o supervisor da *True Emotion*, Dr. Alexandre Torres, com a colaboração da supervisora de estágio, Zaida Pinto Ferreira, Professora da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda, orientaram o plano de estágio que se segue:

**Objetivos gerais:**

Aplicar conhecimentos e competências teórico-práticas aprendidas ao longo da formação académica;

Diversificar a formação prática experimentando novas vivências no mercado de trabalho;

Construir corretamente diferentes tipos de materiais que correspondam às tarefas definidas pela empresa *True Emotion, Lda*.

**Objetivos específicos:**

Participar na conceção das diversas formas de divulgação e promoção (cartazes, desdobráveis, folhetos informativos);

Elaborar guias de percursos pedestres e de BTT;

Realizar um itinerário turístico dos Caminhos de Santiago;

Elaborar uma proposta para a realização de um festival de música.

**Descrição das atividades/estratégias a desenvolver:**

Com este estágio, a estagiária pretende desenvolver três atividades, em que as duas primeiras serão conjugadas com a atividade principal da empresa *True Emotion, Lda.* – gestão do Parque de Campismo Herdade da Portela, cujo projeto passará brevemente à fase de construção. Acresce referir que as atividades propostas são unicamente da incumbência da estagiária.

- Elaboração de dois guias – um de percursos pedestres e um outro de percursos BTT – referentes ao concelho de Mangualde, que englobem os atuais 5 percursos marcados pelo Município, mais o percurso criado pela *True Emotion* na Póvoa de Cervães, assim como outro criado conjuntamente com a estagiária, com informação sobre o trajeto, locais de interesse a visitar, cartografia e fotografias do percurso.

- Elaboração de um itinerário turístico dos Caminhos de Santiago, para os trajetos do Caminho Português, Caminho de Finisterra e Caminho Francês, nas vertentes a pé e de bicicleta, com indicação do trajeto e custos de alojamento, refeições e transferes. Este itinerário compreende as etapas até Santiago de Compostela desde Valença do Minho para o Caminho Português, e desde Saint-Jean Pied de Port para o Caminho Francês. Para o Caminho de Finisterra, o trajeto será inverso, tendo início em Santiago de Compostela e *terminus* em Finisterra.

- Elaboração de proposta de realização de um festival de música, com informação sobre as obras a executar, material e equipamento necessário, pessoal e qualificações necessárias, atividades a desenvolver e orçamentação do evento (despesas e receitas).

**Calendarização:**

As atividades inerentes ao Estágio Curricular foram realizadas entre os meses de julho e outubro de 2011.

**Localização:**

Herdade da Portela, localidade de Póvoa de Cervães, concelho de Mangualde; Região Centro.

---

**Resumo**

O presente relatório tem como objetivo principal dar a conhecer as atividades desenvolvidas pela estagiária durante o seu estágio curricular na empresa *True Emotion, Lda.*, empresa de animação turística, de exploração e gestão de parques de campismo, no período de 25 de julho a 25 de outubro de 2011.

Este estágio desenvolveu-se nas áreas de Turismo de Natureza, *Touring Cultural* e Paisagístico que englobam empreendimentos turísticos, animação turística, organização e gestão de eventos, entre outros, tendo como principais objetivos aplicar os conhecimentos adquiridos no Curso de Turismo e Lazer e adquirir conhecimentos nas referidas áreas de estágio.

No primeiro capítulo do presente relatório, a estagiária caracteriza dois produtos turísticos, o Turismo de Natureza e *Touring Cultural* e Paisagístico, fazendo uma breve abordagem da estratégia nacional implementada para os mesmos. No segundo, analisa a atividade turística no município de Mangualde, onde está sediada a empresa. No terceiro, caracteriza a empresa, através de aspetos como a localização, a estrutura organizacional da empresa e os serviços prestados. No quarto e último capítulo, a estagiária faz uma descrição detalhada das atividades desenvolvidas, apresentando um cronograma das atividades realizadas durante o período de estágio curricular. E, no final do relatório, dá a sua opinião sobre o estágio que realizou na referida empresa.

***Abstract***

This report is intended mainly to report the activities performed by the trainee during her traineeship in True Emotion, Lda., a company of tourism activities, development and management of campsites, from July 25 to October 2011.

This training was developed in the areas of Nature Tourism, Cultural and Landscape Touring that include tourism developments, tourist activities, organization and event management, among others and its main objective was to apply the knowledge got at undergraduate level and acquire knowledge in the mentioned training areas

In the first chapter of this report, the trainee describes two tourism products, the Nature Tourism and Cultural and Landscape Touring, giving a brief overview of the national plan implemented for them. In the second one, it is analyzed the tourism in the municipality of Mangualde, where the company is located. In the third one, the company is characterized by features such as the location, the company's organizational structure and services provided. In the fourth and last chapter, the trainee provides a detailed description of activities, presenting a schedule of activities during her traineeship. And at the end of the report, the trainee gives her opinion about the training she has carried out in True Emotion.

---

## Agradecimentos

No final deste estágio, será sempre bom relembrar aqueles que contribuíram para a sua realização. Um estágio que envolveu várias situações, vários acontecimentos e várias pessoas, das quais gostaria de destacar:

- À Mestre Zaida Pinto Ferreira, orientadora de estágio, pela disponibilidade, pela constante dedicação e preocupação, na forma como sempre transmitiu os conhecimentos e compreensão;
- Ao responsável da *True Emotion, Lda.* e orientador, Dr. Alexandre Torres e ao sócio-gerente da firma, Fábio Abrantes, por todos os ensinamentos e excelente integração;
- À colaboradora da empresa *True Emotion Lda.*, Márcia Martins, pela disponibilidade, amizade e paciência;
- À minha família, por todo o apoio e compreensão.

---

**Índice**

Ficha de identificação .....	I
Plano de estágio .....	II
Resumo.....	V
Agradecimentos .....	VI
Glossário.....	XII
Introdução.....	1
Capítulo I – Caracterização do Turismo de Natureza e <i>Touring</i> Cultural e Paisagístico .	3
1.1. Caracterização do Turismo de Natureza .....	3
1.1.1. Turismo de Natureza em Portugal .....	5
1.2. Caracterização do <i>Touring</i> Cultural e Paisagístico.....	7
1.2.1. <i>Touring</i> Cultural e Paisagístico em Portugal.....	9
Capítulo II – Caracterização da atividade turística no município de Mangualde.....	12
Capítulo III – Caracterização geral e enquadramento da empresa <i>True Emotion, Lda.</i> .	15
1.1. Localização.....	15
1.2. A Empresa .....	16
1.2.1. Parque de campismo da Herdade da Portela .....	17
1.3. Estrutura organizacional da empresa .....	17
1.4. Serviços prestados.....	18
Capítulo IV – Atividades desenvolvidas no estágio curricular .....	19
1.1. Guia de percursos pedestres do concelho de Mangualde.....	20
1.2. Guia de percursos BTT do concelho de Mangualde.....	22
1.3. Itinerário turístico dos Caminhos de Santiago .....	24
1.4. Festival de música.....	26
1.5. Atividades suplementares.....	27
1.5.1. Animações em casamentos .....	28
1.5.2. Peregrinação a pé a Santiago de Compostela .....	29
1.5.3. Proposta de logotipos .....	29
1.5.4. Elaboração da página da empresa nas redes sociais.....	31
1.6. Cronograma das atividades desenvolvidas.....	31

Conclusão .....	33
Bibliografia.....	35

---

**Índice de figuras**

Ilustração 1 Mapa de Portugal com indicação do concelho de Mangualde .....	15
Ilustração 2 Capa guia de percursos pedestre de Mangualde .....	20
Ilustração 3 Capa do guia de percurso BTT do concelho de Mangualde.....	22
Ilustração 4 Capa do guia de Caminhos de Santiago a pé.....	24
Ilustração 5 Capa do guia de Caminhos de Santiago de bicicleta .....	26
Ilustração 6 Capa do documento do Festival de Verão.....	27
Ilustração 7 Animação .....	28
Ilustração 8 Cartaz promocional da peregrinação a pé a Santiago de Compostela .....	29
Ilustração 9 Propostas de logotipos .....	30
Ilustração 10 Página <i>facebook</i> da empresa <i>True Emotion, Lda</i> .....	31

---

**Índice de tabelas**

Tabela 1 – Perfil básico dos consumidores de viagens de Natureza .....	4
Tabela 2 – Perfil básico dos consumidores de viagens de <i>Touring</i> Cultural e Paisagístico .....	8
Tabela 3 - Dormidas em estabelecimentos hoteleiros no município de Mangualde .....	13
Tabela 4 - Indicadores de hotelaria .....	13
Tabela 5 – Estrutura organizacional da <i>True Emotion, Lda</i> .....	17

**Índice de anexos**

ANEXO I – Proposta de percurso pedestre em Mangualde

ANEXO II – Proposta de percurso em bicicleta em Mangualde

ANEXO III – Cartaz da peregrinação a pé a Santiago de Compostela

---

**Glossário**

**CAE** – Código Atividade Económica

**Cadeia de Valor** – conjunto de atividades de valor acrescentado que, de forma articulada, permite que o “produto turístico” esteja disponível para o consumo.

**C.M.M** – Câmara Municipal de Mangualde

**PENT** – Plano Estratégico Nacional do Turismo

**Produto Turístico** – “conjunto de bens e serviços que se oferecem ao mercado para satisfazer um conforto material ou espiritual em forma individual ou uma gama ampla de necessidades de um consumidor que se chama turista. Nesta definição, o autor destaca elementos tangíveis associados à satisfação do cliente sem referir espaço concreto ou relações entre os agentes implicados.” (Cárdenas Tabares, 1995<sup>1</sup>)  
Reconhecem-se três dimensões fundamentais do produto turístico: Recursos Turísticos, (naturais e socioculturais expressos no património do homem), Infraestruturas (transporte e comunicações, facilidades) e Serviços (os que são oferecidos pelas empresas de serviços).

**Turismo** – “atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros.” (Organização Mundial de Turismo)

**Turista** – visitante que se desloca voluntariamente por período de tempo igual ou superior a vinte e quatro horas para local diferente da sua residência de trabalho sem ter por motivação a obtenção de lucro.

**UNESCO** - *United Nations Education Scientific and Cultural Organization*

---

<sup>1</sup> <http://www.eumed.net/rev/curydes/06/ajb.htm> (consultado em 9 de Janeiro de 2012)

---

## **Introdução**

No âmbito das unidades curriculares de Turismo, Operações Turísticas, Itinerários e Planeamento e Desenvolvimento Turístico, a estagiária demonstrou um especial interesse por áreas que envolvessem o Turismo de Natureza e o *Touring* Cultural e Paisagístico. Estes dois segmentos turísticos, de grande prioridade para a Região Centro, fazem parte dos dez produtos estratégicos referenciados no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), definidos pelo governo, com o fim de dar resposta ao recente desenvolvimento turístico que Portugal tem vindo a registar.

Por conseguinte, a estagiária escolheu a empresa *True Emotion* na medida em que esta tem por objetivo dinamizar os segmentos acima referidos, no Município de Mangualde, que, por sua vez, goza de uma localização estratégica. Para além disso, trabalhar numa empresa tão jovem seria sinónimo de desafio para a estagiária. Assim, tornou-se muito motivante para a estagiária estar envolvida no processo de crescimento da empresa, permitindo-lhe ter contato com um leque variado de temas e áreas do setor do turismo, em que pôde utilizar os conhecimentos adquiridos ao longo do seu curso e, ao mesmo tempo, aprender novos conceitos. E, como brevemente, a empresa irá proceder à contratação de colaboradores, a estagiária poderá a curto prazo, isto é, no final do seu estágio curricular, usufruir de um estágio profissional.

Para facilitar a compreensão do desenvolvimento das atividades em que a estagiária participou e/ou organizou, bem como a caracterização da instituição e o desenvolvimento do turismo no município de Mangualde, o relatório de estágio encontra-se estruturado em quatro capítulos lógicos.

No primeiro capítulo deste relatório, a estagiária caracteriza os segmentos Turismo de Natureza e *Touring* Cultural e Paisagístico, fazendo uma breve abordagem da estratégica nacional implementada para os mesmos. O segundo capítulo deste documento versa a atividade turística no município de Mangualde, onde está sediada a empresa. O terceiro capítulo foca a caracterização do local de estágio, isto é, a localização, a estrutura organizacional e os serviços prestados pela empresa. O quarto e último capítulo incidem sobre as atividades realizadas durante os três meses de estágio curricular, apresentando um cronograma das atividades efetuadas durante esse período.

O final deste relatório menciona a opinião da estagiária sobre o estágio na empresa *True Emotion, Lda*, assim como reflete, de uma forma breve, sobre a instituição, sublinhando os aspetos positivos e negativos da mesma.

---

## Capítulo I – Caracterização do Turismo de Natureza e *Touring* Cultural e Paisagístico

Este relatório diz respeito ao estágio curricular realizado numa empresa que vai atuar no segmento Turismo de Natureza e *Touring* Cultural e Paisagístico e, por esse facto, será pertinente uma breve descrição destes segmentos. Estes dois tipos de turismo, Turismo de Natureza e *Touring* Cultural e Paisagístico, são contemplados como dois dos dez produtos estratégicos a serem desenvolvidos no âmbito do PENT<sup>2</sup> (Turismo de Portugal, 2007), o que evidencia a sua importância.

### 1.1. Caracterização do Turismo de Natureza

O Turismo de Natureza tem como motivação principal viver experiências de grande valor simbólico, interagir e usufruir da Natureza. Este produto turístico é composto por estabelecimentos, serviços de alojamento e animação turística e ambiental, e atividades realizadas e prestadas em zonas integradas na Rede Nacional de Áreas Protegidas. A Rede Nacional de Áreas Protegidas é constituída pelas áreas protegidas de interesse do Instituto de Conservação da Natureza.

O referido produto tem dois mercados principais, o de Natureza Soft e o de Natureza Hard. No mercado de Natureza Soft, as experiências baseiam-se na prática de atividades ao ar livre de baixa intensidade (passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc.). Este mercado representa cerca de 80% do total das viagens de Natureza. Por sua vez, no mercado de Natureza Hard, as experiências relacionam-se com a prática de desportos mais radicais (*rafting, kayaking, hiking, climbing*) e de atividades que requerem um elevado grau de concentração ou de conhecimento (*birdwatching*). Este mercado representa cerca de 20% do total das viagens de Natureza.

A tabela<sup>3</sup> seguinte apresenta o perfil básico dos consumidores de viagens de Natureza.

---

<sup>2</sup><http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Pages/EstrategiaNacionaldoTurismo.aspx> (consultado em 9 de dezembro de 2010).

<sup>3</sup><http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/ProdutoseDestinos/Documents/TurismoNatureza.pdf> (consultado em 26 outubro de 2011).

**Tabela 1 – Perfil básico dos consumidores de viagens de Natureza**

Fonte: PENT

Âmbito	Consumidores de Natureza Soft	Consumidores de Natureza Hard
<b>Perfil sociodemográfico</b>	<b>Quem são?</b>	
	Famílias com Filhos	Jovens entre 20 e 35 anos
	Casais	Estudantes e profissionais liberais
	Reformados	Praticantes / aficionados de desportos ou atividades de interesse geral
<b>Hábitos de informação</b>	<b>Através de que meios se informam?</b>	
	Informação pessoal	Revistas especializadas
	Brochuras	Clubes / associações
		Internet
	<b>Onde compram?</b>	
	Agências de Viagens	Internet
	Call center	Associações especializadas
	<b>Que tipo de alojamento compram?</b>	
	Hotéis 3 a 4 estrelas	Bed & Breackfast
	Casas Rurais	Alojamentos integrados na natureza
		Refúgios de montanha
	<b>Em que período compram?</b>	
	Verão	Primavera, verão dependendo do tipo de atividade ou desporto
	<b>Quem compra?</b>	
	Famílias com Filhos	Individual
	Casais	Grupo de Amigos
Grupos de Amigos		
<b>Quantas vezes ao ano compram?</b>		
1 a 2 vezes	Frequentemente ( 5 vezes)	
<b>Hábitos de Consumo</b>	<b>Que atividades realizam?</b>	
	Descansar no meio rural	Praticar atividades ou desportos de interesse especial
	Caminhar e descobrir novas paisagens	Aprofundar o conhecimento da Natureza
	Visitar atrativos interessantes	Educação Ambiental
	Fotografia	

### **1.1.1. Turismo de Natureza em Portugal**

A primeira componente que deve ser considerada para avaliar a capacidade competitiva de Portugal no setor do Turismo de Natureza é a quantidade e qualidade dos seus recursos de base. E, neste caso, Portugal conta com uma importante base de partida, pois cerca de 21% do território do país é formado por áreas protegidas, entre as quais figuram parques e reservas naturais, assim como outras áreas de interesse natural. É de salientar que, por exemplo, as ilhas dos Açores e da Madeira, devido às suas características especiais de natureza geológica e de biodiversidade, constituem um cenário de excelência para o desenvolvimento do Turismo de Natureza.

No entanto, os parques naturais portugueses são, na sua maioria, deficitários nas infraestruturas e serviços. São poucos os parques que dispõem de serviços de manutenção e de melhoramento de vias e rotas e, ainda, se observa uma carência de serviços de apoio ao turista, tais como material informativo ou centros de informação ao visitante. Outro fator importante que limita a possibilidade de Portugal desenvolver uma oferta atrativa para o mercado de Turismo de Natureza é a inadequação da legislação que regula a utilização turística dos espaços protegidos, numa perspetiva de preservação e sustentabilidade desse património, de forma a permitir um aproveitamento equilibrado desses cenários. Mas, ao invés, nos espaços naturais protegidos prevalece uma gestão de proteção e conservação ambiental, mas não existe uma gestão turística dos espaços naturais.

Esse aproveitamento poderia contribuir significativamente para gerar recursos económicos, os quais, por sua vez, assegurariam a conservação e manutenção desses espaços., ainda que existam suficientes argumentos e exemplos que demonstram que, devidamente regulamentado, a utilização, turística pode contribuir significativamente para gerar recursos económicos que asseguram a conservação e a manutenção destes espaços.

No referido setor, também, a cadeia de produção de valor<sup>4</sup> apresenta atualmente uma organização deficiente, como consequência de vários fatores relacionados com a reduzida dimensão empresarial, a ausência de aplicação ou inadequação de regulamentação das licenças para operar no setor, a falta de cooperação entre os diversos operadores e a juventude dos mesmos, e a dificuldade de implementação de sistemas mais eficazes de produção. Refira-se também a falta de cooperação entre os diversos operadores e prestadores de serviços, o que dificulta a articulação e comercialização de ofertas integradas.

Na perspetiva dos operadores portugueses de atividades de Turismo de Natureza, os maiores obstáculos ou impedimentos para o desenvolvimento do setor é a falta de promoção turística, seguindo-se a legislação inadequada e a falta de apoio financeiro.

A necessidade de mais e melhor promoção do país, habitualmente entendida como a que deve realizar a administração pública, é uma reivindicação permanente de todos os setores turísticos praticamente em todos os destinos do mundo. No entanto, é de conhecimento geral, especialmente no setor do turismo, que a melhor promoção é o produto ser de qualidade, pois os principais fatores de decisão para a escolha de um destino são a experiência usufruída e o grau de satisfação obtida pelo turista na viagem e, por sua vez, a recomendação a amigos, conhecidos e familiares.

---

<sup>4</sup> Uma cadeia de produção de valor é um conjunto de atividades de valor acrescentado que, de forma articulada, permite que o “produto turístico” esteja disponível para o consumo. [http://sesimbra.pt/planodeturismo/2/cadeia\\_valor.html](http://sesimbra.pt/planodeturismo/2/cadeia_valor.html) (consultado em 9 de janeiro de 2012).

## 1.2. Caracterização do *Touring* Cultural e Paisagístico

O *Touring* Cultural e Paisagístico tem como motivação principal descobrir, conhecer e explorar os atrativos de uma região. As suas atividades assentam em percursos em *tours*, rotas ou circuitos de diferente duração e extensão, em viagens independentes e organizadas. Tem como mercados o *Touring* genérico e o *Touring* temático.

O primeiro, *Touring* Genérico, tem a sua essência em *Tours*, rotas ou circuitos de conteúdo abrangente e diverso. Este representa cerca de 90% das viagens de *Touring*. O *Touring* Temático baseia-se em *Tours*, rotas ou circuitos focalizados num determinado tema, o qual constitui o núcleo da experiência. Por exemplo, a rota de castelos medievais representa cerca de 10% do total de viagens de *Touring*.

Apresenta-se a seguinte tabela<sup>5</sup> onde podemos averiguar o perfil dos consumidores Europeus do *Touring* Cultural e Paisagístico.

---

5

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasActividade/ProdutoseDestinos/Pages/TouringCultural.aspx> (consultado em 26 outubro de 2011).

**Tabela 2 – Perfil básico dos consumidores de viagens de *Touring Cultural* e**

Fonte: PENT

**Paisagístico**

<b>Âmbito</b>	<b>Consumidores Europeus</b>	
<b>Perfil sócio-demográfico</b>	<b>Quem são?</b>	
	Famílias com Filhos	Nível de formação médio / médio-elevado
	Casais	Nível de sócioeconómico médio / médio-elevado
	Reformados	
<b>Hábitos de informação</b>	<b>Através de que meios se informam?</b>	
	Informação pessoal	Revistas especializadas
	Brochuras	Internet
<b>Hábitos de Compra</b>	<b>O que compram?</b>	
	Destinos distantes: tours ou circuitos organizados (packages)	
	Destinos próximos: alojamento e serviços avulso	
	<b>Onde compram?</b>	
	Agências de Viagens	Internet
	<b>Quando compram?</b>	
	Low cost travel: reservas de última	
	High cost travel: meses de antecedência	
	Viagens no período de férias escolares: 6 meses de antecedência	
	<b>Que tipo de alojamento compram?</b>	
	Hotéis de 3 a 5 estrelas	Alojamentos privados e íntimo
	Pousadas	Apartamentos
	<b>Em que período compram?</b>	
	Em geral, as viagens de <i>touring</i> realizam-se durante todo o ano, embora persista uma maior concentração nos períodos de férias tradicionais	
	<b>Quem compra?</b>	
	Famílias	
	Casais	
Grupos reduzidos de amigos		
<b>Qual a duração média da viagem?</b>		
Destinos continentais: entre 3 dias e 2 semanas		
Viagens long haul: entre 3 e 5 semanas		

### 1.2.1. *Touring* Cultural e Paisagístico em Portugal

Portugal tem uma grande variedade de recursos de base, tanto culturais como naturais, alguns dos quais classificados pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura<sup>6</sup> como Património Mundial. Para além deste património, Portugal tem igualmente uma oferta cultural associada a diferentes períodos da história, refletindo os vários momentos da cultura portuguesa, corporizada em aldeias e bairros históricos, locais e monumentos de interesse arquitetónico, museus e sítios arqueológicos, igrejas e templos religiosos.

Apesar de contar com recursos de base singulares, bem distribuídos no território nacional e com boas acessibilidades, existem carências e deficiências relacionadas com os fatores chave de sucesso<sup>7</sup> que impossibilitam ou dificultam uma articulação da cadeia de produção de valor eficaz e a satisfação das necessidades do consumidor de turismo de *touring*.

A cadeia de produção no turismo de *touring*<sup>8</sup>, que implica a descoberta e o conhecimento de um território através de rotas e circuitos, é constituída por numerosos e diversos elementos públicos e privados e requer um nível elevado de cooperação e coordenação entre eles. Em Portugal, esse nível é baixo afetando o seu desempenho em termos de eficácia e competitividade.

A responsabilidade da gestão de algumas das componentes da cadeia de produção recai, maioritariamente, sobre a administração pública, tanto a nível nacional, como regional

---

<sup>6</sup> UNESCO - *United Nations Education Scientific and Cultural Organization*,

<sup>7</sup> Ampla oferta de rotas e circuitos, quer de conteúdo geral, quer de conteúdo temático; Boas vias de comunicação principais e secundárias; ampla rede de áreas de descanso e serviços básicos como estações de serviço, oficinas, assistência na estrada, etc; um bom e eficaz sistema de sinalização dos recursos e atrações turísticas; adequação dos horários de abertura e encerramento das atrações turísticas às necessidades dos visitantes; disponibilidade de ampla e completa informação ao viajante, em diversos idiomas, sobre as rotas e circuitos existentes, o tempo de viagem, as condições e características das estradas, as ligações entre os diversos pontos, os horários das estações de serviços outros serviços, etc; uma oferta de alojamento ampla, variada e de qualidade; ampla oferta de restaurantes; padrões de qualidade homogéneos em todos os serviços.

<sup>8</sup><http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/ProdutoseDestinos/Documents/Tooring.pdf> (consultado em 09 de Janeiro de 2012)

ou local. Algumas das responsabilidades em que o setor público não está a atuar devidamente são nomeadamente: o estado precário de algumas estradas secundárias, a sinalização deficiente e inadequada dos recursos e atrações turísticas, os horários de funcionamento dos museus e monumentos inadequados às necessidades e hábitos de consumo dos turistas e visitantes, a falta de material informativo em vários idiomas e poucos postos de informação e apoio ao turista.

No entanto, o setor privado é também responsável pela gestão de outras importantes componentes da cadeia de produção de valor que enfermam de deficiências e carências, nomeadamente: a insuficiente oferta de alojamento de qualidade fora dos grandes centros urbanos, a oferta gastronómica de fraca qualidade nos locais mais afastados das grandes cidades, assim como deficiente oferta comercial, com poucos produtos artesanais. Além disso, os padrões de qualidade dos serviços não são homogêneos, apresentando notáveis diferenças entre os vários locais do território.

A competitividade de Portugal com outros destinos *Touring* passa por uma diversificada oferta de rotas, *Tours* ou circuitos, por um bom sistema de sinalização e informação turísticas, adequação dos horários de funcionamento das atrações à atividade turística, ampla rede de áreas de descanso e de serviços básicos, tais como estações de serviço, oficinas, assistência em viagem, implementação de padrões de qualidade nos equipamentos e serviços, rede de alojamento, restaurantes e serviços comerciais de qualidade que não esteja concentrada apenas nas grandes cidades e, sobretudo, elevado grau de cooperação e coordenação entre os diversos agentes públicos e privados. Deste modo, resultados positivos podem ser perfeitamente conseguidos, a médio ou curto prazo, através de esforço e trabalho conjunto entre os diferentes setores.

Com base nestas premissas e através de uma ação promocional e de comunicação eficaz, a fim de aumentar o grau de conhecimento e perceção de Portugal como destino de viagens de *touring* nos mercados emissores, pode afirmar-se que a capacidade competitiva de Portugal no setor das viagens tornar-se-á elevada.

A ação promocional e de comunicação de Portugal a desenvolver, com o objetivo de aumentar o grau de conhecimento e perceção de Portugal como destino de viagens de *Touring*, não deve dirigir-se apenas aos mercados emissores, mas também captar

turistas e visitantes que se encontram em Portugal por outros motivos, aproveitando a recomendação e comunicação interpessoal, considerado o fator de influência mais poderoso na decisão final sobre o tipo e o destino de viagem.

## Capítulo II – Caracterização da atividade turística no município de Mangualde

O turismo tem, sem dúvida, potencialidades para se constituir como um dos eixos principais do desenvolvimento integrado do país, mas com necessidade de um novo modelo de atuação por parte dos agentes do setor. De modo a atuarem todos esses agentes para que haja uma evolução no turismo de Mangualde e não em nome individual.

É de salientar que os dados estatísticos analisados neste capítulo tiveram como base o Anuário Estatístico do Centro relativo ao ano de 2010<sup>9</sup>.

Assim, analisando o enquadramento económico do turismo português, nota-se que em 2010 os resultados foram positivos, embora a dinâmica de crescimento tenha variado ao longo do ano; no primeiro semestre, as dormidas apresentaram ainda uma evolução negativa face ao ano anterior (-1,3%), a que se seguiu uma forte recuperação nos meses do verão (+6,7%) e um abrandamento do crescimento no último trimestre (+3,4%). Estes números confirmam a importância e a necessidade do contributo da atividade turística para o processo de desenvolvimento do país.

Depois desta breve abordagem ao enquadramento económico do turismo português, e como a *True Emotion, Lda.* se encontra sediada no concelho de Mangualde, considerou-se adequado efetuar uma breve abordagem à atividade turística do município.

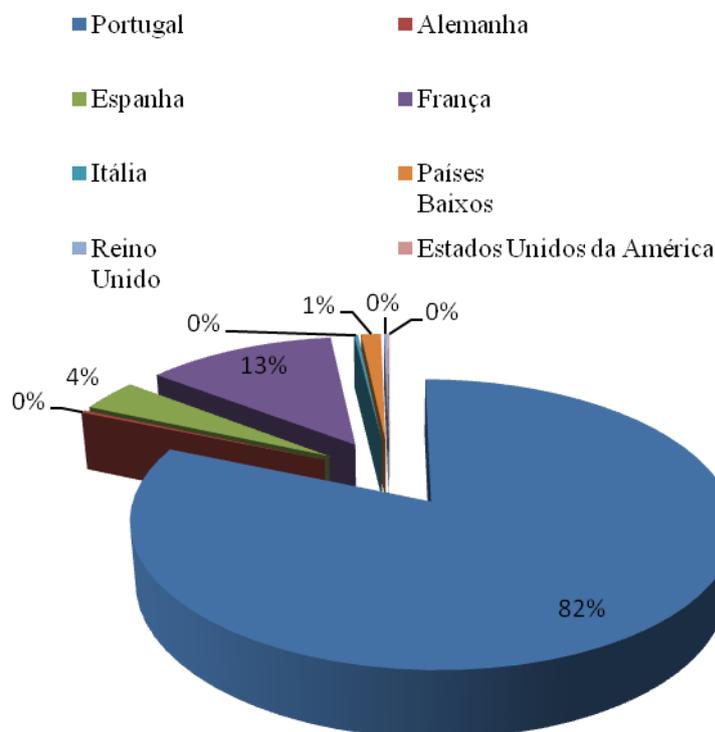
A análise de diversos indicadores relativos à oferta e procura turística foi tida em conta, tendo como objetivo demonstrar o grau de competitividade do turismo local, bem como a vocação do município para o turismo interno

---

<sup>9</sup> [http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOESpub\\_boui=130324937&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=130324937&PUBLICACOESmodo=2) (consultado em 10 de janeiro de 2012).

**Tabela 3 - Dormidas em estabelecimentos hoteleiros no município de Mangualde**

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos no Anuário Estatístico da região Centro, 2010 - INE 2011.



Tendo em conta a análise do gráfico acima representado, é de salientar que a procura turística no concelho de Mangualde é, na sua maioria, feita pelo mercado interno, seguido do francês, espanhol e países baixos.

O setor hoteleiro está a ser uma grande aposta por parte da autarquia de Mangualde e, atualmente, estão a surgir novas atratividades de qualidade por todo o concelho.

**Tabela 4 - Indicadores de hotelaria**

Fonte: Elaboração própria através dos dados recolhidos no Anuário Estatístico da região Centro, 2010 – INE 2011

Indicadores da Hotelaria	2008	2009	2010
Hóspedes	22803	18680	18873
Estadia Média no Estabelecimento (noite)	1,8	1,6	1,9

---

Podemos verificar pela Tabela 4 que, no período de 2008 a 2010, houve uma quebra de hóspedes na hotelaria do concelho de Mangualde; no entanto, em 2010, houve um acréscimo no número de hóspedes; o mesmo aconteceu no que diz respeito à estadia média por noite no estabelecimento, em que houve um decréscimo de 2008 para 2009, conseguindo em 2010 recuperar e aumentar essa média. Por isso, é fundamental atuar ao nível do enriquecimento da oferta, desenvolvendo e inovando produtos que constituam fatores de diferenciação turística de forma a captar mais turistas para esta região.

### Capítulo III – Caracterização geral e enquadramento da empresa *True Emotion, Lda.*

Este capítulo é um breve enquadramento da empresa de acolhimento na região em que se insere. E, de seguida, é feita uma caracterização da empresa *True Emotion, Lda.*

#### 1.1. Localização



**Ilustração 1** Mapa de Portugal com indicação do concelho de Mangualde

Fonte: Google Images

A cidade de Mangualde localiza-se na Entidade Regional de Turismo do Centro, situada a cerca de 15km de Viseu, sub-região Dão-Lafões.

Mangualde é estremada com os concelhos de Penalva do Castelo e Viseu a Norte, Gouveia, Seia e Nelas a Sul, Fornos de Algodres a Este, e Viseu a Oeste, tendo como fronteiras naturais, a sul e norte, os rios Mondego e Dão, respetivamente.

Os recursos turístico-culturais a destacar na cidade de Mangualde a Necrópole Medieval da Igreja Matriz, Citânia da Raposeira, Palácio dos Condes de Anadia, a Anta da Cunha Baixa, o Real Mosteiro de Santa Maria de

Maceira Dão ou o Solar da Quinta da Cerca.

Por todo o concelho, existem grupos de folclore e cantares representando tradições e costumes das gentes. Estas atrações são complementadas pelo artesanato, que vai desde a olaria à cerâmica, até aos afamados bordados de Tibaldinho.

Na gastronomia, podemos encontrar pratos típicos como o Cozido à Portuguesa, a Feijoada, o Queijo da Serra da Estrela e o Presunto.

Na freguesia de Póvoa de Cervães, a atividade turística ainda não é muito visível, apesar de ser já considerada uma forte fonte de rendimento para o concelho. Os turistas fazem pequenos *city breaks*, visitas a pontos turísticos de grande interesse, mas, raramente, pernoitam na freguesia.

## 1.2. A Empresa

No verão de 2010, é constituída a empresa *True Emotion, Lda* por jovens dinâmicos. A ideia partiu do sonho de dois jovens empreendedores em criarem o seu próprio negócio. Ambos, com experiência em desporto de aventura e atividades ao ar livre, pretendem dinamizar o concelho com uma oferta variada em recursos naturais, em que tudo ainda está por fazer.

Como é uma empresa jovem e dinâmica, deseja divulgar o nome do concelho através do turismo de Natureza, Gastronomia e Vinhos, criando rotas gastronómicas por todo o concelho, aliadas aos percursos pedestres já implementados e a implementar.

Tendo como Código de Atividade Empresarial (CAE) principal 55300 (Parques de Campismo) e CAEs secundários 93293 (Animação Turística) e 56107 (Restaurantes), a *True Emotion, Lda.* não se vai limitar à exploração do Parque de Campismo da Herdade da Portela, apostando, também, na animação turística, onde se inserem atividades de desporto aventura e animação, assim como na restauração.

A empresa pretende criar em 2012 postos de trabalho a tempo inteiro e outros a tempo parcial. Estes postos estão integrados no projeto de criação de um Empreendimento Turístico – Parque de Campismo, numa área total de 53.293 m<sup>2</sup>, dos quais 17.860 m<sup>2</sup> serão ocupados exclusivamente pelas infraestruturas para campistas. É neste espaço que a empresa pretende criar infraestruturas para eventos variados, desde festivais de verão, colónias de férias, feiras e exposições.

Assim, com a proximidade da Herdade da Portela do rio Mondego e com a futura Barragem de Girabolhos, a *True Emotion, Lda.* pretende realizar atividades náuticas, ligadas à canoagem, quer de verão quer de inverno.

### 1.2.1. Parque de campismo da Herdade da Portela

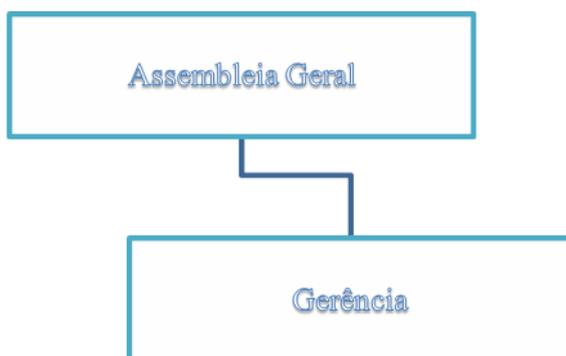
Sendo este o primeiro Parque de Campismo do concelho de Mangualde, este projeto pretende marcar pela inovação e diferenciação relativamente aos parques de concelhos vizinhos. Este empreendimento tem como objetivo proporcionar aos visitantes experiências únicas e, por isso, vai contar com variados equipamentos de apoio, tais como: receção, balneário, zona de grelhadores e de mesas de convívio, unidades de alojamento, piscina, parque infantil, bar e loja de conveniência, espaços de lazer, zona de atividades e, a longo prazo, uma área de serviço para autocaravanas. Nesta zona de atividades, irá destacar-se o mini golfe, o *slide*, a escalada e um circuito de pontes.

### 1.3. Estrutura organizacional da empresa

A empresa ainda não criou postos de trabalho até à data e, por isso, o trabalho é realizado por dois sócios.

**Tabela 5 – Estrutura organizacional da *True Emotion, Lda***

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da *True Emotion*



#### 1.4. Serviços prestados

O conjunto de atividades e serviços que a *True Emotion, Lda* apresenta é o seguinte:

- Organização e promoção de eventos, festas, feiras e exposições. Implementação, manutenção e promoção de percursos pedestres;
- Criação, construção, exploração e gestão de espaços turísticos, parques de campismo e caravanismo, parques de diversão e unidades de alojamento;
- Organização de campos e colónias de férias;
- Exploração de estabelecimentos de restauração e bebidas, com ou sem entretenimento, com ou sem espaço para dança, animação e exibição de atrações;
- Organização e prática de atividades de animação turística, de desportos de natureza e outras atividades de diversão recreativa;
- Promoção e dinamização do *touring* cultural e paisagístico da região, e turismo de natureza;
- Criação, construção e exploração de infraestruturas náuticas;
- Construção de equipamentos de animação, desporto e lazer;
- Compra, venda, importação e exportação de equipamentos e material de animação, desporto e lazer;
- Prestação de serviços de *catering*.

---

#### **Capítulo IV – Atividades desenvolvidas no estágio curricular**

No decorrer do estágio curricular, a estagiária teve oportunidade de colaborar com os dois sócios, e ainda com uma colaboradora da *True Emotion*, Lda. nos eventos realizados durante esse período.

Devido ao facto da sede da empresa ainda se encontrar em construção, a estagiária efetuou o seu estágio curricular na residência pessoal do seu orientador da empresa, Alexandre Torres.

A estagiária irá, seguidamente, enunciar as atividades realizadas durante o período de estágio. Em termos metodológicos, optou por enumerar e caracterizar os eventos segundo a sequência do Plano de Estágio e, por fim, as atividades suplementares realizadas.

Relativamente à abordagem a cada atividade em que a estagiária esteve envolvida, a sua descrição inicia-se com a referência aos seus objetivos. Seguidamente, a estagiária faz a caracterização de cada evento e descreve de uma forma pormenorizada a participação em cada um deles.

A estagiária considerou ainda pertinente a apresentação, no último subponto do referido capítulo, de um cronograma relativo à distribuição temporal das atividades desenvolvidas ao longo do estágio curricular.

A estagiária não poderá apresentar os seus trabalhos em anexo a pedido da empresa *True Emotion*, visto que os documentos elaborados são de uso exclusivo da empresa.

## 1.1. Guia de percursos pedestres do concelho de Mangualde

*Objetivos:*



**Ilustração 2** Capa guia de percursos pedestre de Mangualde

Fonte: Elaboração própria

*Descrição da atividade:*

À estagiária foi-lhe proposto que elaborasse um guia que contivesse os percursos já organizados pela Câmara Municipal de Mangualde (C.M.M.), um construído pela empresa e outro que iria ser proposto pela própria estagiária. Para tal, a estagiária começou por recolher informações sobre caminhadas, isto é, os cuidados a ter, como preparar uma caminhada e, principalmente, como elaborar um circuito pedestre. Essa recolha foi feita através de pesquisa na internet, em livros da especialidade e em guias de percursos pedestres.

A estagiária, depois de recolher a informação necessária, achou pertinente definir os capítulos que iriam compor o guia, de modo a selecionar convenientemente e objetivamente a informação a constar no mesmo.

O guia contém uma breve introdução, em que a empresa, *True Emotion*, Lda., convida e incentiva os clientes/turistas a participar e usufruir dos percursos que o guia apresenta. Após o convite e incentivo, a estagiária faz uma apresentação geral dos mesmos e, ao

mesmo tempo, menciona a sua classificação. Ou seja, explica em que consiste um percurso de classificação fácil, média ou difícil, de modo a que o cliente interessado no percurso escolha o mais adequado à sua resistência e aptidão física, assim como à sua saúde. Também, neste capítulo do guia, é feita uma sensibilização ao caminhante, em relação aos cuidados a ter antes e durante o percurso pedestre.

Seguidamente, a estagiária começou a organizar a informação dos cinco percursos pedestres elaborados pela C. M. M., de forma a reestruturá-los. Assim, principiou por fazer a ficha técnica de cada um dos cinco percursos e, de seguida, a descrição dos mesmos. A ficha técnica dos percursos refere o local de partida e chegada, o tipo de percurso, a extensão do mesmo, a duração, o nível de dificuldade, os desníveis e a época aconselhada para os realizar. Também menciona o tipo de fauna e flora que está presente em cada um deles.

Para a elaboração da descrição do percurso, a estagiária foi influenciada pela delineação já feita nos folhetos dos percursos preparados pela C.M.M. Por conseguinte, a estagiária reformulou os textos que já continham as direções a serem tomadas e a descrição dos pontos de interesse do percurso de forma a torná-los mais aliciantes e úteis.

Quando a estagiária apresentou o esboço dos textos dos percursos da C.M.M. o seu orientador, Dr. Alexandre Torres, sugeriu que quatro dos cinco percursos fossem executados de forma inversa. A estagiária aceitou a sugestão do seu orientador e refez os seus textos.

A elaboração dos textos do percurso em sentido inverso foi, para a estagiária, uma das tarefas mais trabalhosas e complicadas de fazer, porque a estagiária não conhecia exaustivamente os percursos, o que dificultou a redação dos textos da descrição de cada percurso. Terminada a descrição dos percursos no sentido inverso, a estagiária, juntamente com o seu orientador, Dr. Alexandre Torres e uma colaboradora, Márcia Martins, efetuaram o percurso que, posteriormente, seria realizado pela empresa *True Emotion*, na Póvoa de Cervães, aldeia do concelho de Mangualde, a fim de explicitar melhor e conferir o referido percurso, assim como documentá-lo através de fotos. Assim, a estagiária tirou as notas necessárias durante o itinerário e, nos dias seguintes, reelaborou a descrição do percurso que iria fazer parte do guia.

O último percurso, a figurar no Guia de percursos pedestres da empresa *True Emotion*,Lda., foi pensado pela estagiária com a ajuda do seu orientador da empresa (Anexo I). Juntos demarcaram um percurso a ser feito na cidade de Mangualde. A estagiária e a colaboradora, Márcia Martins, fizeram o percurso a pé, a fim de obterem informações pertinentes para a redação da descrição do referido trajeto e tirarem algumas fotografias, que figuram no Guia.

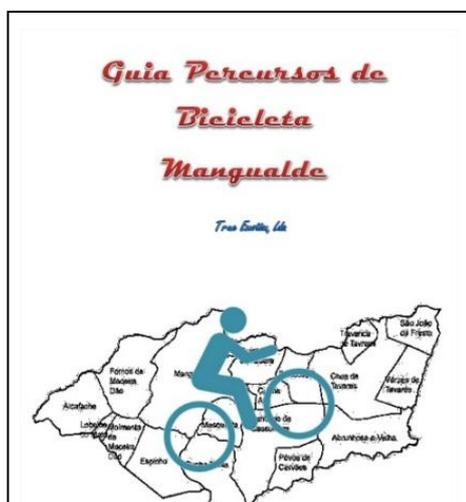
Finalmente, depois de todas as fichas técnicas e descrições do percurso feitas, a estagiária organizou as imagens cedidas pela empresa dos percursos da C.M.M e as fotografias dos outros dois percursos, que a mesma tirou, para serem posteriormente colocadas no Guia de Percursos Pedestres.

Depois da seleção das imagens, a estagiária introduziu-as no guia, colocou um gráfico em cada percurso com a altimetria e formatou o seu trabalho, segundo os parâmetros da empresa.

## 1.2. Guia de percursos BTT do concelho de Mangualde

### *Objetivos:*

- Elaboração de um Guia de Percursos BTT do concelho de Mangualde, que englobe todos os trajetos do Guia de Percursos Pedestres e dois novos percursos de BTT criados conjuntamente com a estagiária. Este guia contém também informação sobre o trajeto, locais de interesse a visitar, cartografia e fotografias do percurso.



**Ilustração 3** Capa do guia de percurso BTT do concelho de Mangualde

Fonte: Elaboração própria

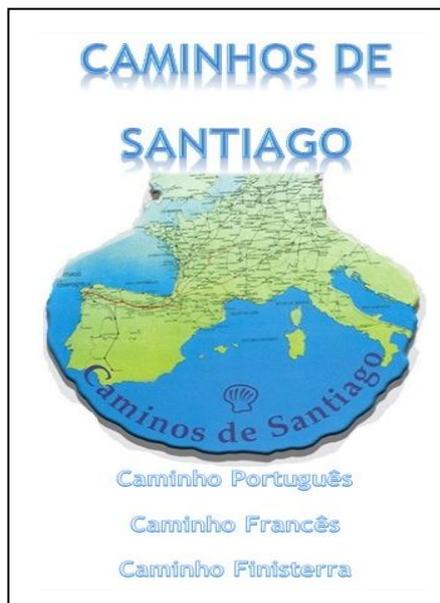
*Descrição da atividade:*

Para a elaboração do Guia de percursos BTT do concelho de Mangualde, a estagiária teve em conta o Guia de percursos pedestres do concelho de Mangualde, descrito no subcapítulo anterior. A empresa, *True Emotion*, Lda. concordou com a transformação do Guia de percursos pedestres num Guia de percursos BTT do concelho de Mangualde, realizada pela estagiária.

Assim, o Guia de percursos BTT do concelho de Mangualde tem a mesma estrutura que o Guia de percursos pedestres, contendo apenas algumas alterações no que diz respeito ao modo de calcular a média de quilómetros por hora feitos de bicicleta e à ficha técnica dos percursos, especificamente, a duração e o grau de dificuldade.

Saliente-se que a estagiária elaborou apenas um dos dois percursos de BTT que a empresa lhe solicitou no plano de estágio, pois, embora a estagiária tenha planeado um pequeno percurso juntamente com o seu orientador na empresa, este não se encontrava suficientemente estruturado para ser apresentado. O percurso de BTT elaborado pela estagiária é semelhante àquele que elaborou para o Guia de percursos pedestres (Anexo II).

### 1.3. Itinerário turístico dos Caminhos de Santiago



#### *Objetivos:*

- Elaboração de um itinerário turístico dos Caminhos de Santiago para os trajetos do Caminho Português, Caminho de Finisterra e Caminho Francês, nas vertentes a pé e de bicicleta, com indicação da ficha técnica do trajeto e custos de alojamento, refeições, transferes e pontos de interesse em cada etapa.

**Ilustração 4** Capa do guia de Caminhos de Santiago a pé

Fonte: Elaboração própria

#### *Descrição da atividade:*

Para a elaboração deste trabalho, a estagiária necessitou de um grande número de informação. Esta foi cedida pelo seu orientador da empresa e, a maior parte, foi obtida pela estagiária através da internet e inquéritos pessoais.

A estagiária começou por fazer um reconhecimento geral dos três Caminhos de Santiago – o Caminho Português, o Caminho de Finisterra e o Caminho Francês – anotando o número de etapas e quilómetros de cada um.

Para começar, a estagiária fez uma breve estruturação do Guia com o intuito de se organizar e escolher o melhor método de elaboração do Guia dos Caminhos de Santiago. Assim, a estagiária achou pertinente introduzir no referido Guia as seguintes informações: o que é o Caminho de Santiago; a Oração de início do Caminho; a Concha Vieira; cuidados de Saúde; e equipamento a utilizar. Os primeiros cinco capítulos que figuram no Guia dos Caminhos de Santiago de Compostela dizem respeito a estas informações.

Depois da redação desses capítulos, a estagiária decidiu que o Caminho Português de Santiago de Compostela seria o sexto capítulo, o Caminho Francês de Santiago de Compostela seria o sétimo e, por fim, o Caminho Finisterra de Santiago de Compostela seria o oitavo e último capítulo. Estes três últimos capítulos contêm a ficha técnica de cada etapa do caminho, a apresentação dos seus pontos de interesse e respetiva cartografia.

No capítulo do Caminho Português de Santiago de Compostela, embora sejam consideradas 24 etapas, partindo de Lisboa, só figuram as quatro últimas etapas do mesmo. Esta decisão foi delineada em conjunto com a empresa, devido ao facto de serem não só as mais procuradas e realizadas pelos caminhantes, mas também as mais passíveis de realização num curto espaço de tempo.

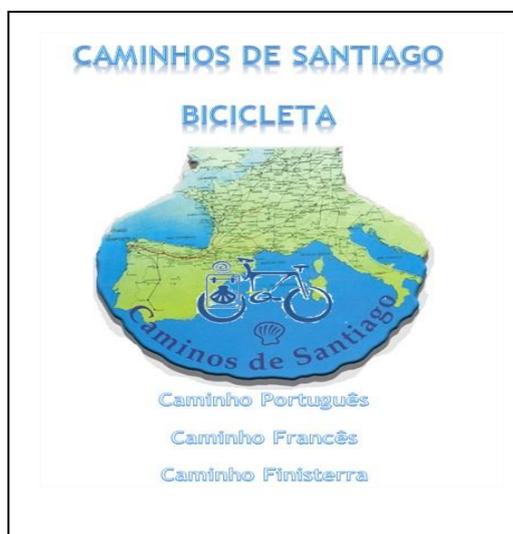
No capítulo sete, o Caminho Francês de Santiago de Compostela, a estagiária organizou a ficha técnica das trinta e duas etapas que constituem o referido caminho e pesquisou e seleccionou os principais pontos de interesse. No final de cada etapa, introduziu a cartografia.

O último capítulo do guia de caminhos de Santiago de Compostela, o Caminho Finisterra, é constituído pela ficha técnica das quatro etapas do caminho, assim como os seus pontos de interesse e a cartografia devidamente seleccionada e organizada pela estagiária.

Esta tarefa também se revelou difícil de executar não só pela quantidade de informação e de etapas que envolveram a construção deste Guia, mas também pelo facto de a estagiária ter organizado esta ação sozinha.

Quanto à elaboração do guia de bicicleta dos Caminhos de Santiago de Compostela, a estagiária contou com a ajuda do seu orientador da empresa. Em conjunto, decidiram transformar o guia a pé dos Caminhos de Santiago de Compostela, elaborado pela estagiária, num guia de bicicleta.

Assim, alteraram algumas informações quanto aos cuidados a ter e ao equipamento, assim como transformaram as duas etapas dos caminhos a pé numa de bicicleta. Ou seja, cada etapa feita em bicicleta equivale a duas a pé, em que uma seria realizada na parte da manhã e outra na parte da tarde.



**Ilustração 5** Capa do guia de Caminhos de Santiago de bicicleta

Fonte: Elaboração própria

#### 1.4. Festival de música

##### *Objetivos:*

- Elaboração de uma proposta de realização de um festival de música, com informação sobre as obras a executar, material e equipamento necessário, pessoal e qualificações necessárias, atividades a desenvolver e ainda orçamentação do evento.

##### *Descrição da atividade:*

A proposta da realização de um festival de música foi a última atividade a ser realizada pela estagiária. Esta atividade foi desenvolvida com o apoio da colaboradora da empresa, *True Emotion, Lda.*, Márcia Martins. Embora a ideia de criação de um festival deste género tenha suscitado várias discussões, chegou-se à conclusão que, num futuro próximo, poderá ter viabilidade.

A estagiária apresentou um documento com o nome do festival, a data da sua realização, a capacidade do recinto, atividades, um programa provisório, os meios de transportes aconselhados para chegar ao local do evento e a sua estrutura, ou seja, como o festival irá ser organizado a nível da segurança e cuidados médicos, espaço do festival, *staff*, alimentação, formas de pagamento e seguros.



**Ilustração 6** Capa do documento do Festival de Verão

Fonte: Elaboração própria

## 1.5. Atividades suplementares

Este subcapítulo apresenta atividades desenvolvidas e executadas pela estagiária de livre vontade na empresa, que não constam do seu plano de estágio.

### 1.5.1. Animações em casamentos

A empresa, *True Emotion*, Lda., tinha agendado, nas datas de 30 de julho e 17 de setembro, duas animações em casamentos. A estagiária achou pertinente, para o seu desenvolvimento pessoal e conhecimento na área de animação, envolver-se na atividade em questão.

A empresa gostou da participação da estagiária e, por isso, em futuras atividades similares será convidada a tomar parte na sua realização.



**Ilustração 7 Animação**

Fonte: Elaboração própria

### 1.5.2. Peregrinação a pé a Santiago de Compostela

A peregrinação a pé a Santiago de Compostela pelo caminho Português foi a atividade em que a estagiária esteve mais empenhada, embora não conste no plano de estágio. A ideia desta atividade surgiu quando a estagiária inquiriu amigos sobre o caminho de Santiago de Compostela.

A estagiária apresentou a ideia ao seu orientador da empresa que lhe deu total apoio para a sua consecução. A partir daí, coube à estagiária a função de divulgação da mencionada atividade e elaboração de cartazes promocionais (Anexo III).

A peregrinação a pé a Santiago de Compostela seria feita em quatro etapas, as últimas do Caminho Português, de 5 a 9 de outubro de 2011. A etapa um seria de Valença do Minho a Redondela; a etapa dois, de Redondela a Pontevedra; a etapa três, de Pontevedra a Caldas de Rei; e, a última etapa, de Caldas de Rei a Santiago de Compostela.



**Ilustração 8** Cartaz promocional da peregrinação a pé a Santiago de Compostela

Fonte: Elaboração própria

A dormida seria feita em albergues dos locais de chegada referentes a cada etapa.

Os transferes de Mangualde a Valença do Minho ficariam a cargo do orientador da estagiária, Alexandre Torres.

Esta atividade acabou por não ser realizada devido ao número insuficiente de inscrições, tendo sido adiada para uma data posterior.

### 1.5.3. Proposta de logotipos

A estagiária interessou-se pela criação de um logotipo para a empresa, já que ainda não tinha sido escolhida uma imagem de marca.

Assim, a estagiária, nas suas folgas, aproveitou para fazer algumas sugestões de logotipos que estão a ser estudadas pelos sócios da empresa, *True Emotion*, Lda., juntamente com outras propostas feitas por uma empresa contratada para esse efeito.



### Ilustração 9 Propostas de logotipos

Fonte: Elaboração própria

### 1.5.4. Elaboração da página da empresa nas redes sociais

O propósito da elaboração da página da empresa na rede social, mais concretamente, no *facebook*, surgiu a partir de uma discussão de ideias entre o orientador e a estagiária, aquando da divulgação da peregrinação a pé a Santiago de Compostela, em que a estagiária sugeriu a criação da página da empresa na internet. A criação da referida página seria um excelente método de divulgação da empresa e das suas atividades, em que não haveria gastos monetários suplementares.

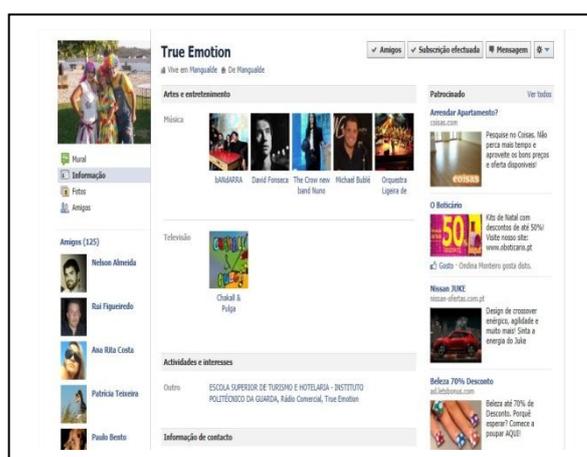


Ilustração 10 Página *facebook* da empresa *True Emotion, Lda.*

Fonte: facebook.com



---

## Conclusão

A estagiária ao longo deste relatório tentou explicar da melhor forma todas as atividades que realizou com o maior empenho e profissionalismo.

Ao longo dos três meses de estágio, teve oportunidade de colocar em prática alguns dos conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura em Turismo e Lazer. Teve também a possibilidade de contactar com profissionais da área de turismo e conhecer diversos locais de interesse turístico.

De acordo com a estagiária, os conhecimentos adquiridos nas disciplinas de Itinerários Turísticos, Espanhol, Turismo, Antropologia Cultural e Sociologia do Lazer e do Turismo foram muito importantes, uma vez que os colocou em prática frequentemente, durante todo o estágio.

A estagiária utilizou os conhecimentos adquiridos na disciplina de Itinerários Turísticos quando elaborou os guias pedestres e os guias de BTT, tanto do concelho de Mangualde como dos Caminhos de Santiago de Compostela.

As disciplinas de Espanhol, Antropologia Cultural e Sociologia do Lazer e do Turismo foram importantes para a elaboração do guia turístico dos Caminhos de Santiago de Compostela, uma vez que a sua envolvente cultural e social é de grande dimensão e a maior parte da informação sobre os caminhos de Santiago de Compostela estava redigida em castelhano.

A *True Emotion, Lda.* deu autonomia à estagiária para empreender, inovar e criar. Por conseguinte, a estagiária mostrou-se motivada e empenhada no bom desempenho das suas funções, colaborando nas diversas atividades propostas e noutras que surgiram durante o estágio curricular.

Foi um estágio enriquecedor, na medida em que a estagiária teve a oportunidade de viver novas experiências, aumentar os seus conhecimentos e adquirir novas competências profissionais numa área que lhe é tão grata, mas que não dominava, e na

---

qual gostaria de trabalhar posteriormente. A estagiária pretende aplicar todos os conhecimentos adquiridos ao nível profissional num futuro próximo.

A estagiária tornou-se uma mais-valia para a empresa, pois as ideias e atividades que apresentou foram aceites e postas em prática e algumas delas elogiadas. Acrescente-se ainda que a proposta de realização da peregrinação a pé a Santiago de Compostela também será posta em prática numa data a definir pela empresa.

Como aspetos negativos, a estagiária tem a apontar o facto de trabalhar na residência do seu orientador de estágio, não tendo, assim, tido contacto com tantos profissionais do turismo como desejaria. Tem, também, a ressaltar como aspeto negativo alguma falta de apoio na elaboração dos Guias, pois foi a primeira vez que a estagiária elaborou um trabalho do género, principalmente no Guia Pedestre dos Caminhos de Santiago de Compostela. Este trabalho envolveu bastante informação e implicou uma pesquisa considerável da história e cultura dos Caminhos de Santiago de Compostela.

No entanto, saliente-se que a empresa permitiu à estagiária desenvolver competências inerentes ao trabalho profissional de técnica de turismo e entrar em contacto com profissionais de turismo, abrindo-lhe as portas para o mercado de turismo onde espera vir a trabalhar em breve.

---

**Bibliografia****Livros:**

CUNHA, Licínio (2003). *Economia e Política do Turismo*, Lisboa, Editorial Verbo.

CUNHA, Licínio (2003). *Introdução ao Turismo*, Lisboa, Editorial Verbo.

Instituto Nacional de Estatística (2010). *Anuário Estatístico da Região Centro – 2009*, Lisboa, Instituto Nacional de Estatística

MENDES, Luís Filipe Martins de Almeida (2001). *Póvoa de Cervães a Terra e as Gentes*, Junta de Freguesia de Póvoa de Cervães.

SARDO, Anabela e FERREIRA Zaida Pinto (2003). *Técnicas de Elaboração de Relatórios*, Seia, Escola Superior de Turismo e Telecomunicações de Seia.

**Webgrafia:**

<http://bdigital.ipg.pt/dspace/handle/10314/576/browse-title> (consultado em 15 de Outubro de 2011).

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasActividade/ProdutoseDestinos/Pages/TouringCultural.aspx> (consultado em 26 Outubro de 2011).

<http://www.turismodeportugal.pt/Português/AreasActividade/ProdutoseDestinos/Documents/Touring.pdf> (consultado em 26 Outubro de 2011).

<http://www.turismodeportugal.pt/Português/AreasActividade/ProdutoseDestinos/Documents/TurismoNatureza.pdf> (consultado em 26 Outubro de 2011).

---

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Pages/EstrategiaNacionaldoTurismo.aspx> (consultado em 9 de Dezembro de 2011).

[http://www.infoescola.com/administracao\\_/cadeia-de-valor/](http://www.infoescola.com/administracao_/cadeia-de-valor/) (consultado em 9 de Janeiro de 2012).

[http://www.google.com/url?sa=D&q=http://www.sobreadministracao.com/cadeia-de-valor-o-que-e-e-pra-que-serve/&usg=AFQjCNFiBixtTfpSv7tex41Cg3pQV9\\_bFQ](http://www.google.com/url?sa=D&q=http://www.sobreadministracao.com/cadeia-de-valor-o-que-e-e-pra-que-serve/&usg=AFQjCNFiBixtTfpSv7tex41Cg3pQV9_bFQ) (consultado em 9 de Janeiro de 2012).

<http://www.eumed.net/rev/turydes/06/ajb.htm> (consultado em 9 de Janeiro de 2012).

[http://sesimbra.pt/planodeturismo/2/cadeia\\_valor.html](http://sesimbra.pt/planodeturismo/2/cadeia_valor.html) (consultado em 9 de Janeiro de 2012).

<http://www.infopedia.pt/portugues-ingles/> (consultado em 10 de Janeiro de 2012).

[http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_publicacoes&PUBLICACOES\\_pub\\_boui=130324937&PUBLICACOESmodo=2](http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOES_pub_boui=130324937&PUBLICACOESmodo=2) (consultado a 10 de Janeiro de 2012).

**ANEXOS**

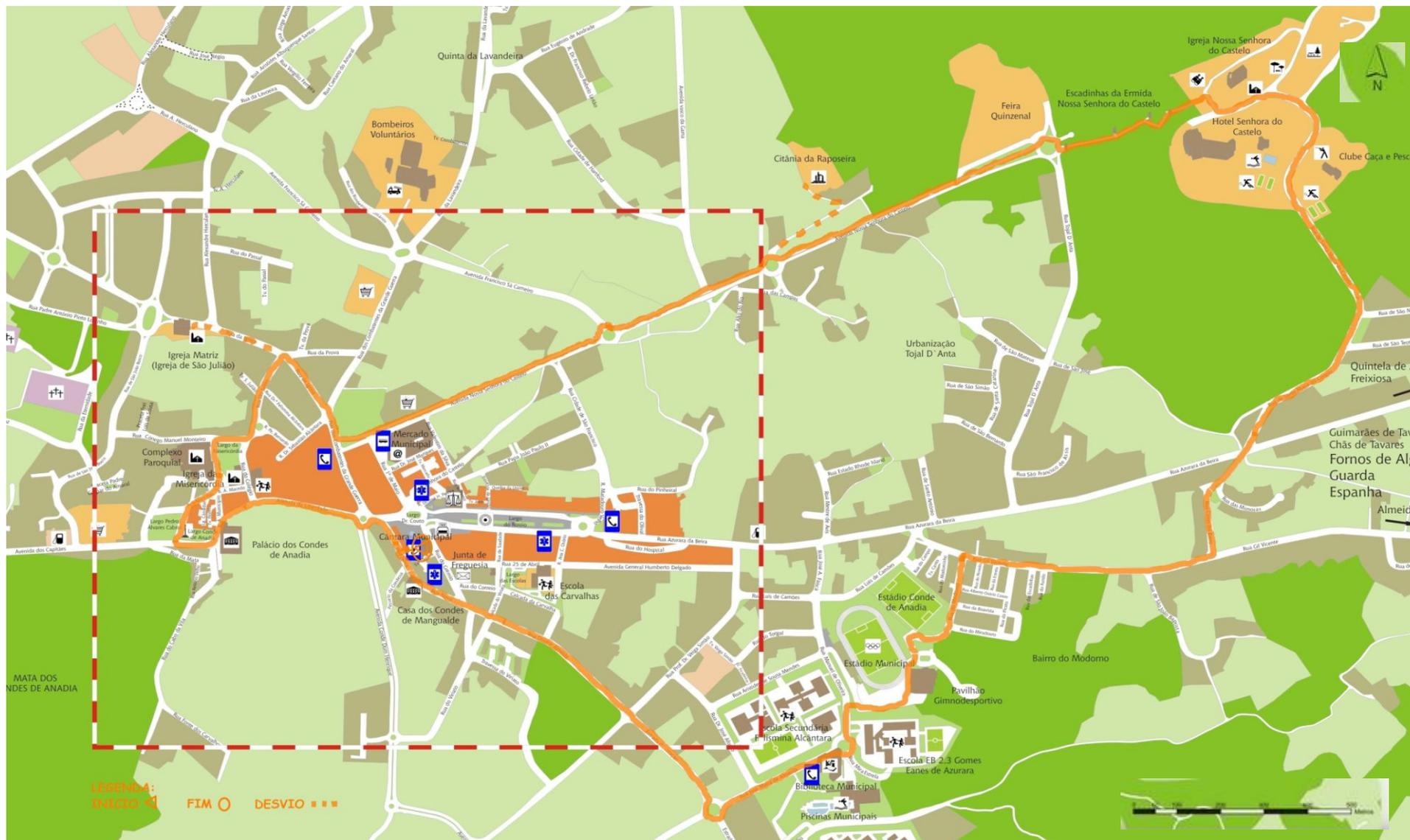
**ANEXO I**

**Proposta de percurso pedestre - Mangualde**



**ANEXO II**

**Proposta de percurso em bicicleta - Mangualde**



***ANEXO III***

***Cartaz da peregrinação a pé a Santiago de Compostela***

# Peregrinação a pé a Santiago de Compostela

## 5 a 9 de Outubro 2011

Contactos:  
915744859  
9388266 67  
961065954  
geral@trueemotion.pt

Organização:  
**True Emotion**

Partida de Mangualde (disponibilização de transporte de ida e volta)

Santiago de Compostela  
Padron  
Caldas de Rei  
Pontevedra  
Redondela  
Valença