

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

UM CARTÃO TURÍSTICO PARA O CONCELHO DE FARO

Cristina Pereira Neto

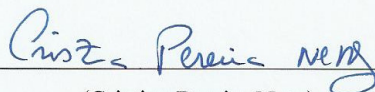
Relatório de Atividade Profissional
Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos
Turísticos

Trabalho efetuado sob orientação de:
Prof.^a Doutora Maria Manuela Martins Guerreiro

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade
Profissional

Declaração de Autoria do Trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluídas.



(Cristina Pereira Neto)

Copyright, Cristina Pereira Neto. A Universidade do Algarve tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicitar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Agradecimentos

Aproveito este espaço para fazer um agradecimento muito especial à minha família pelo apoio, incentivo e compreensão pelas minhas constantes ausências.

À minha orientadora, Prof.^a Doutora Manuela Guerreiro agradeço toda a dedicação e empenho que colocou na orientação do Relatório de Atividade Profissional.

À Prof.^a Doutora Alexandra Gonçalves e ao Eng.^o Macário Correia agradeço as palavras de estímulo e todo o apoio que me foi dado ao longo desta etapa Académica.

Aos meus colegas, Luis Santos pela colaboração na tradução, Corine Romeira pela disponibilidade quando foi necessário maior criatividade e fazer *brainstorming* e à Paula Ferreira pela revisão final do texto.

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro - Relatório de Atividade Profissional

Cristina Pereira Neto

RESUMO

O presente Relatório de Atividade Profissional (RAP) tem como propósito concluir o segundo ciclo de estudos do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos. Tendo em consideração que desde Setembro de 1998 a candidata exerce a sua atividade profissional na Administração Pública Local nas áreas do turismo e da cultura, optou-se por focalizar este RAP no desenvolvimento de um cartão turístico para o concelho de Faro, uma das tarefas em curso enquanto Diretora do Departamento de Cultura.

O projeto a desenvolver no âmbito do RAP resulta do cruzamento entre as experiências profissionais e os conhecimentos adquiridos durante a formação académica e profissional. Este projeto permitirá também dar a conhecer as etapas que habitualmente são desenvolvidas em muitos projetos que se desenvolvem nas autarquias

Pretende-se que este cartão seja inovador e diferenciado e que desempenhe uma dupla função: por um lado assumir-se como um veículo privilegiado de comunicação do concelho e, por outro, permitir organizar a respetiva oferta turística.

O desenvolvimento do cartão resultará da articulação entre a investigação feita em torno de conceitos como visitante, turista, turismo criativo, indústrias criativas, experiência turística, *experiencescape* e *memorabilia* e a experiência profissional da candidata, apresentada Curriculum Vitae. No que se refere aos conceitos, foi dada especial relevância à experiência turística, tendo sido apresentado o caso do mapa dos sentidos de São Paulo, o qual serviu de base para o desenvolvimento de percursos.

No que se refere ao desenvolvimento/enquadramento do projeto na autarquia e tendo em consideração a experiência profissional da candidata, foram definidas sete etapas, às quais estão associadas tarefas específicas.

Em termos conclusivos, este trabalho permitiu a criação de um produto turístico inovador, elaborado com base na revisão de literatura e em conhecimentos técnicos.

Este cartão será um contributo importante para a valorização turística das atrações de Faro.

Palavras-chave: cartão turístico, experiência turística, *experiencescape*, *memorabilia*, percursos temáticos.

A Tourist Card for the Municipality of Faro – Professional Activity Report

Cristina Pereira Neto

ABSTRACT

This Professional Activity Report (PAR) aims at finishing the second cycle of the Master in Management and Development of Tourism Destinations. Considering the fact that the applicant has worked, since September 1988, as a Public Servant at the Local Government level, in areas such as tourism and culture, one has chosen to focus this PAR on the development of a tourist card to be used in Faro Municipality, which was one of the tasks developed as Director of the Department of Culture.

The project developed in the scope of the PAR results from the crossing of professional experiences with the knowledge acquired during the academic and professional formation. It will also show the stages that usually are developed in many projects promoted by the Municipalities.

The purpose is to make an innovative and differentiated card that performs a double function: on the one hand to assume itself as a privileged mean of municipality's communication and, on the other hand to permit the organization of the respective tourist offer.

The development of the card results from the articulation between the research made about concepts as visitor, tourist, creative tourism, creative industries, tourist experience, experiencescape and memorabilia and the applicant's professional experience, through the Curriculum Vitae. As far as concepts are concerned, special attention was given to the tourist experience, being presented the case of the São Paulo's map of senses, which was the basis to the creation of routes.

Concerning the development / framing of the project in the Municipality and taking into account the applicant's professional experience, seven stages were defined, to which specific tasks are associated.

In conclusion, this work has allowed the creation of an innovative tourist product, which was elaborated based on specific literature and technical knowledge. This card will be an important contribution to increase the tourist value of Faro's attractions.

Key-words: tourist card, tourist experience, experiencescape, memorabilia, thematic routes

Índice Geral

CAPITULO I - INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO II - EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E PROJETO A DESENVOLVER	3
2.1. Formação Académica	3
2.2. Experiência Profissional	4
2.3. Projeto: Um Cartão Turístico Para Faro	5
CAPITULO III - ENQUADRAMENTO TEÓRICO	7
3.1. Turismo e Destinos Turísticos	7
3.2. Indústrias Criativas e Turismo Criativo.....	9
3.3. Experiência Turística	12
3.3.1. Conceitos e Modelos Explicativos	12
3.3.2. <i>Experiencescape</i>	18
3.3.3. <i>Memorabilia</i>	21
CAPITULO IV - CASOS DE ESTUDO.....	24
4.1. Cartões de Turismo em Portugal	24
4.2. Cartões de Turismo em Espanha	29
CAPÍTULO V - O CASO DE FARO.....	32
5.1. Caracterização da procura turística.....	34
5.2. Caracterização da oferta turística.....	38
5.3. Um Cartão Turístico para Faro	40
5.3.1. Objetivos.....	40
5.3.2. Identificação de Percursos Temáticos	41
5.3.3. Processo de Aprovação Interna	44
Capítulo VI - Curriculum Vitae.....	51
Conclusão	77
Referências bibliográficas	82
Anexos	88

Lista de Figuras

Figura 3.1. Definição de visitante.....	8
Figura 3.2. Dimensões da experiência.....	13
Figura 3.3. Modelo concetual das influências e consequências da experiência turística	15
Figura 3.4. Fatores que influenciam a experiência do consumidor no contexto do turismo	16
Figura 3.5 O papel das histórias nas experiências turísticas.....	17
Figura 4.1 Lisboa Card	25
Figura 4.2 Porto Card	26
Figura 4.3 Madeira Card.....	26
Figura 4.4 Braga Card	27
Figura 4.5 Centro Card	28
Figura 4.6 Via verde para a Cultura - Óbidos	29
Figura 4.7 Sevilha Card	30
Figura 4.8 Valencia Tourist Card Card	30
Figura 4.9 Malaga Card	31
Figura 5.1 Dos conceitos à prática.....	33
Figura 5.2 Evolução das dormidas em Faro (2009- 2011)	34
Figura 5.3 Peso das dormidas em Faro em relação às dormidas no Algarve (2009 - 2011).....	35
Figura 5.4 Número de passageiros no Aeroporto de Faro (2010-2012).....	38
Figura 5.5. Mapa do percurso “Sonoridades de Faro”	42
Figura 5.6. Proposta de entidades envolvidas na seleção dos cinco sentidos.....	43
Figura 5.7 Organograma do Departamento de Cultura	44
Figura 5.9 Elementos para a definição das modalidades e preço do Cartão Turístico...	48
Figura 5.9 Fluxograma de fases de implementação do Cartão.....	50

Lista de Tabelas

Tabela 5.1 Correspondência de cores e sentidos	42
Tabela 5.2_Calendarização do projeto	45

Lista de Abreviaturas

- AHETA** – Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve
- AHISA** - Associação dos Industriais de Hotelaria e Similares do Algarve
- ANFARO** - Associação de Empresários de Animação Noturna de Faro
- ANTRAL** – Associação Nacional dos Transportes Rodoviários em Automóveis Ligeiros
- APAVT** – Associação Portuguesa de Agências de Viagens e Turismo
- ANJE** - Associação Nacional de Jovens Empresários
- BTT** – Bicicleta Todo o Terreno
- CCP** - Código de Contratação Pública
- CE** - Comissão Europeia
- CEAP** – Centro de Estatística Aplicada e Previsão
- CEFA** – Centro de Estudos e Formação Autárquica
- CENJOR** – Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas
- CESE** – Curso de Estudos Superiores Especializados
- CIAL** – Centro de Línguas
- CIDER** – Centro de Investigação de Desenvolvimento e Economia Regional
- CMF** - Câmara Municipal de Faro
- CMT** – Câmara Municipal de Tavira
- DL** - Decreto de Lei
- DAF** - Departamento de Administração e Finanças
- DC** - Departamento de Cultura
- DCT** - Divisão de Cultura e Turismo
- DGT** - Direção Geral de Turismo
- DMAR** – Divisão de Museus, Arqueologia e Restauro
- DCMs** – Department of Culture, Media and Sports
- Eds** - Editores

EHTA – Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve

IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional

INA – Instituto Nacional de Administração

INE - Instituto Nacional de Estatística

IPJ - Instituto Português da Juventude

IRT – Inventário de Recursos Turísticos

IVA – Imposto sobre o Valor Acrescentado

NIF - Número de Identificação Fiscal

OMT - Organização Mundial de Turismo

OTLs - Ocupação dos Tempos Livres

PIB – Produto Interno Bruto

PITER –Programas Integrados Turísticos de Natureza Estruturante e Base Regional

RC – Reunião de Câmara

RAP – Relatório de Atividade Profissional

RPM – Rede Portuguesa de Museus

SAE – Serviço Apoio a Eventos

SAR - Serviço Apoio a Reuniões

SARP - Serviço de Atendimento e Relações Públicas

SPSS – *Statistical Program for Social Sciences*

SPA - Sociedade Portuguesa de Autores

SIG – Sistema de Informação Geográfica

TP - Turismo de Portugal

UALG – Universidade do Algarve

UE – União Europeia

UNESCO - United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization

UK – United Kingdom

WTO – World Tourism Organization

CAPITULO I - INTRODUÇÃO

Após ter sido integrada no Mestrado de Gestão e Desenvolvimento de Destinos Turísticos, nos termos do Despacho RT.083/2010, e com o propósito de concluir o segundo ciclo de estudos do Mestrado, a candidata optou por desenvolver um Relatório de Atividade Profissional (RAP).

Tendo em consideração que desde Setembro de 1998 a candidata trabalha na Administração Pública Local nas áreas do turismo e da cultura, optou-se por focalizar este RAP na conceção de um cartão turístico para o concelho de Faro. A escolha deste concelho deve-se ao facto de, por um lado, ser o concelho onde a candidata atualmente desempenha a sua atividade profissional e, por outro lado, por se tratar de um lugar que dispõe de um conjunto de características que podem ser potenciadas através deste cartão. A escolha recaiu sobre a conceção do cartão turístico, por se tratar de um projeto que atualmente está a ser trabalhado em termos profissionais. Por outro lado, na Câmara Municipal de Faro, no Departamento de Cultura dirigido pela candidata nos últimos dois anos, no âmbito do Dia Mundial do Turismo (27 de setembro), em coordenação com empresas e entidades locais um projeto semelhante tem sido implementado.

Com este trabalho pretende-se sustentar em termos académicos um projeto que é útil ao município e contribuir assim para a criação de um produto turístico inovador. A propósito do desenvolvimento do cartão turístico numa autarquia simultaneamente, desenhar-se-á o circuito com as fases de aprovação interna do Cartão Turístico e monitorização. Acredita-se que o projeto em causa permitirá aplicar conhecimentos adquiridos em algumas das unidades curriculares do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, bem como em algumas formações frequentadas ao longo da carreira profissional.

Trata-se de uma temática escassamente tratada na literatura pelo que para identificar e caracterizar casos de sucesso foi necessário recorrer à pesquisa na *internet* a qual foi complementada com telefonemas e envio de *e-mails* a representantes de entidades que implementaram produtos similares. Foram ainda analisados dados estatísticos e estudos académicos, os quais nos permitiram caracterizar a procura e a oferta turística.

O trabalho terá, para além deste capítulo, cinco capítulos e conclusão:

Capítulo II – no qual se estabelecerá a ligação entre a formação académica, a experiência profissional e o projeto a desenvolver.

Capítulo III – onde será feita uma revisão de conceitos, nomeadamente de turismo, de destino turístico, de indústrias criativas, turismo criativo, experiências turísticas, *experiencescape e memorabilia*.

Capítulo IV – onde serão apresentados alguns cartões turísticos existentes em Portugal e Espanha.

Capítulo V – será caracterizada a procura e a oferta turística do concelho de Faro e desenvolver-se-á a conceção do cartão turístico, bem como o circuito de aprovação interna deste.

Capítulo VI – integrará o curriculum Vitae detalhado com as principais tarefas desenvolvidas durante a experiência profissional, bem como as formações académicas e profissionais frequentadas.

CAPÍTULO II - EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E PROJETO A DESENVOLVER

2.1. Formação Académica

Após a conclusão do ensino secundário, a candidata optou por seguir os estudos na área do turismo, mais especificamente em Gestão Hoteleira. A formação académica da candidata iniciou-se em 1992 com a frequência do curso bacharelato em Gestão Hoteleira, na Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo, da Universidade do Algarve (UALG).

A fim de concluir a licenciatura, entre janeiro de 1997 e dezembro de 1998 frequentou o Curso de Estudos Superiores Especializados em Marketing, na mesma Instituição.

Face à necessidade permanente de atualização, e uma vez que a candidata estava no início da sua carreira profissional, entre outubro de 2003 e janeiro de 2005 frequentou o Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, na Faculdade de Economia da UALG, tendo concluído nesse período as unidades curriculares.

A comunicação é um aspeto essencial no desenvolvimento das tarefas profissionais que a candidata desempenha, pelo que entre outubro de 2005 e dezembro de 2006, a mesma frequentou e concluiu a Pós-graduação em Relações Públicas e Gestão da Comunicação, no Instituto Superior de Novas Profissões.

Estas formações académicas, complementadas com diversos cursos de formação profissional contribuíram significativamente para um desempenho mais eficaz das funções profissionais e conseqüentemente progredir em termos profissionais.

2.2. Experiência Profissional

A candidata desenvolve a sua atividade profissional desde 1 de setembro de 1998 na Administração Pública Local e ao longo destes últimos 10 anos tem desempenhado sucessivamente cargos de direção.

Há quase três anos desempenha funções de Diretora do Departamento de Cultura na Câmara Municipal de Faro, após ter sido durante mais de cinco anos Chefe de Divisão de Cultura e Turismo, nas Câmaras Municipais de Tavira e Faro. Em Tavira, durante perto de dois anos, a candidata desempenhou também funções de Coordenadora Técnica.

Entre 1 de setembro de 1998 e de 2002 a candidata desempenhou funções de técnica de turismo, tendo realizado um estágio profissional e sido integrada nos quadros técnicos da Câmara Municipal de Tavira.

As responsabilidades e tarefas desenvolvidas têm sido diversificadas e um desafio permanente, na medida em que a candidata tem trabalhado em diferentes áreas nomeadamente no desporto e na cultura e turismo. A maior parte da experiência profissional tem sido desenvolvida na Divisão de Cultura e Turismo e será com base nas atividades desta Divisão, cujos serviços estão em permanente articulação que se irá desenvolver o projeto em causa, pois também a formação curricular do Mestrado aprofundou essencialmente o turismo.

O desporto e a cultura, por se materializarem sobretudo na conceção e gestão de eventos, são bastante versáteis, requerem grande dedicação pessoal quer na fase de planeamento, quer de implementação e avaliação. Embora os eventos sejam ações globalmente semelhantes existe sempre um conjunto de fatores específicos, essencialmente externos (entidades participantes, necessidades logísticas, condições meteorológicas...), que tornam cada iniciativa uma experiência única para quem organiza e coordena.

No que se refere ao turismo, muitos dos projetos desenvolvidos numa autarquia, passam pela presença em feiras da especialidade de âmbito nacional e internacional, na elaboração de materiais promocionais, organização de ações de divulgação, preparação e atualização permanente de informação para a página de *internet* ou outros meios considerados essenciais no âmbito da comunicação. A gestão da informação a este nível exige uma permanente articulação com empresas e associações do sector turístico, bem como com os serviços de cultura, de museus e de desporto.

Fruto de uma experiência profissional desenvolvida em termos de articulação entre estas áreas multidisciplinares e simultaneamente complementares foi possível verificar a importância que tem a articulação entre a cultura e o turismo, não apenas quando nos dirigimos especialmente aos munícipes, mas também aos visitantes. As iniciativas de carácter cultural são um dos principais atrativos na captação de visitantes e, ao longo dos anos na fidelização dos mesmos. Deste modo cabe ao sector turismo desenvolver produtos turísticos a partir dos recursos culturais e naturais disponíveis no município. Além disso, cabe a este sector a tarefa de traduzir numa linguagem atrativa para o visitante a programação cultural do município. É com base nos recursos do património material e imaterial que são implementados projetos turísticos, nomeadamente visitas guiadas, exposições, feiras, guias turísticos, espetáculos, *workshops*, entre outros.

2.3. Projeto: Um Cartão Turístico Para Faro

O projeto a desenvolver no âmbito deste relatório resultará do cruzamento entre as experiências profissionais e os conhecimentos adquiridos durante a formação académica (Anexo 1). Este projeto permitirá dar a conhecer as fases pelas quais muitos projetos que se desenvolvem nas autarquias percorrem, dando especial enfoque à conceção e planeamento do conceito do cartão turístico.

Tendo a candidata terminado a parte curricular do Mestrado em 2005, a realização deste projeto representa um estímulo para rever alguns conceitos estudados, bem como para

atualizar os conhecimentos através do contacto com conceitos, abordagens e metodologias que atualmente estão em voga. Destacam-se particularmente os conceitos de experiência turística, de indústrias criativas, de turismo criativo, de *experiencescape* e de *memorabilia*.

A conceção do cartão turístico para Faro será sustentado na revisão de literatura acreditando-se que será possível implementar um cartão inovador e diferenciado, o qual desempenhará uma dupla função: por um lado assumir-se como um veículo privilegiado de comunicação e, por outro, permitir organizar a oferta turística do concelho.

CAPITULO III - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

3.1. Turismo e Destinos Turísticos

O turismo tem vindo a assumir um peso crescente nas economias de muitos países. Goeldner *et al.* (2000:6) referiram que a “indústria do turismo é um grande negócio que continuaria a crescer e que o turismo estava vivo com um crescimento dinâmico, novas atividades, novos destinos, novas tecnologias, novos mercados e mudanças rápidas.” Também Cooper *et al.* (2001) já consideravam que o turismo era a mais importante potência na economia do mundo. Tais considerações continuam atualizadas pois a União Europeia (UE) em 2012, reconheceu que o turismo deverá continuar a crescer e a contribuir para gerar empregos, sendo atualmente o terceiro maior sector (Esteves, 2012).

De acordo com dados do Turismo de Portugal (Ministério da Economia e do Emprego, 2012), este sector em 2011 representou 9% do PIB nacional e contribuiu para gerar 8% do emprego, sendo que em termos de saldo da balança turística o valor foi de 5.172 milhões de euros. As previsões do Plano Estratégico Nacional de Turismo apontam para que a Balança Turística de Portugal em 2015 atinja os 7,4 mil milhões de euros, com um crescimento de 10% ao ano (Pereira, 2013:14).

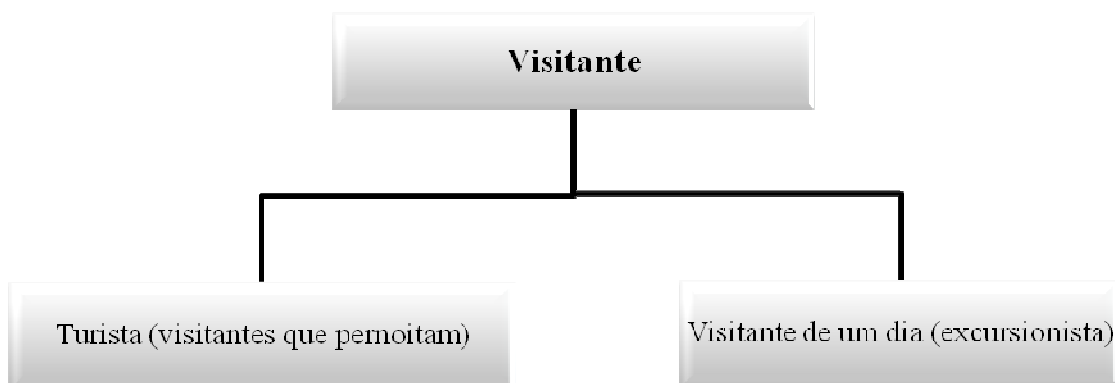
Segundo a OMT (2001:3) o turismo “compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante as suas viagens e estadas em lugares diferentes do entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, por lazer, negócios ou outros”. Goeldner *et al.* (2000) complementa a anterior definição ao considerar o turismo como uma amálgama de diversas atividades, serviços e indústrias que fornecem a experiência de viagem aos turistas.

Volo (2009:122) concentra a definição de turismo nas experiências, frisando que “os turistas não compram apenas produtos e serviços, nem tão pouco são atraídos por ambientes e lugares sofisticados. Em vez disso eles querem ter experiências.”

O lugar de experiência não é mais que o destino turístico, pois de acordo com o conceito da WTO (2007:1), um destino pode ser visto em diferentes escalas, “desde um país (ex.: Austrália), uma região (ex.: Costas Espanholas) ou ilha (ex.: Bali), a uma aldeia, vila ou cidade ou um centro (ex.: Parque central ou Disneylândia)”. Ainda de acordo com esta Organização (2007), o destino turístico consiste no espaço onde o turista permanece pelo menos uma noite, o qual é composto por produtos turísticos, o qual tem fronteiras físicas e administrativas, inclui diversos atores, que podem formar redes e contribuir para construir destinos maiores.

Nesta fase e para se poderem harmonizar conceitos, é importante clarificar dois que surgiram nas definições de turismo e de destinos turísticos, o de turista e o de visitante. O termo visitante inclui qualquer pessoa que viaja por um período não superior a 12 meses para fora do seu entorno habitual e cujo motivo principal não seja exercer uma atividade remunerada. O visitante inclui os turistas que pernoitam no local visitado e os visitantes de um dia, que por norma são designados de excursionistas (figura 3.1) (OMT, 2000). Neste sentido, excetuando em citações o termo ao longo ao trabalho é o de visitante por incluir os que pernoitam e os que apenas visitam.

Figura 3.1 Definição de visitante



Fonte: Adaptado da OMT (2000: 42)

A evolução dos destinos é uma constante. Locum Destination citado por Howie (2003:318) defende que “ontem os destinos eram edifícios, cidades e países, amanhã os destinos com sucesso serão marcas” e que os novos destinos passariam a ser locais para “experienciar”. Também Cooper *et al.* (2001) considera o destino como mais importante elemento do sistema turístico, na medida em que é neste cenário que decorrem as experiências turísticas e se desenvolve a atratividade do lugar. Esta atratividade deve ter em consideração que o visitante hoje em dia é mais experiente e informado (Howie, 2003), logo é necessário um destino ter muito mais do que inúmeros monumentos, museus ou o outro tipo de património.

Neste sentido, a atratividade necessita ser “trabalhada” e as indústrias criativas, apresentam-se como o grande trunfo dos destinos turísticos, os quais necessitam de manter um caráter distintivo (Fundação de Serralves, 2008), para que possam conquistar o estatuto de diferentes e atrativos, não por produzirem novos produtos ou serviços, mas por apontarem e desenvolverem novas vocações (Reis, 2012).

3.2. Indústrias Criativas e Turismo Criativo

De acordo com o Livro Verde intitulado “Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas” da CE (2010), estas indústrias apresentam valor económico e são um dos sectores mais dinâmicos da Europa, contribuindo com cerca de 2,6% para o PIB da UE, tendo uma elevada taxa de crescimento e criando empregos de qualidade para cerca de cinco milhões de pessoas na UE-27.

De acordo com o Estudo da Fundação de Serralves (2008) o crescimento e fomento do meio criativo nas cidades contribui para a intensificação das suas economias criativas, sendo muitas vezes o principal motor de renovação dos centros históricos. Estas indústrias são essenciais para a vitalidade e viabilidade dos centros históricos e vice-versa, na medida em que também estes lugares são os únicos cenários eficazes para proporcionarem o desenvolvimento destas atividades.

Conforme, defendido no Estudo da Fundação de Serralves (2008), o conceito de indústrias criativas, originalmente desenvolvido pelo *Department of Culture, Media and Sports (UK DCMs)*, integra diversas atividades que normalmente se apresentam com grande diversidade entre si. Mossberg (2007:60), que cita o Governo do Reino Unido, refere que estas atividades são “suportadas pela imaginação e criatividade individual, associadas à habilidade e ao talento, produzem riqueza e postos de trabalho através da geração e exploração de novos conteúdos e propriedade intelectual.”

Um dos sectores importantes no seio das indústrias criativas é o turismo pois de acordo com Mossberg (2007:60) “os turistas podem ficar em hotéis de *design*, apreciar artes performativas em teatros, ver novos filmes, fazer passeios, visitar mercados de antiquários, comprar em lojas de *design*, etc, quando visitam um destino.”

Neste sentido Mossberg (2007) cruzou as atividades que tradicionalmente integram o sector do turismo e as indústrias criativas na medida em que considera que ambos os sectores oferecem produtos turísticos potencialmente mais atrativos e que as diferentes entidades envolvidas tiram vantagens deste trabalho conjunto.

O aparecimento de um turismo criativo é deste modo um desafio em simultâneo para o destino e para os visitantes, uma vez que os destinos devem ter a capacidade criativa de transformar os recursos intangíveis em experiências criativas, devendo existir um sistema de “coprodução” entre os visitantes e os criativos (Fundação de Serralves, 2008).

Autores (Richards, 2000 e Richards e Raymond, 2000, *cit. in* Richards e Wilson, 2006:1215) consideram “o crescimento do turismo criativo, como uma extensão do turismo cultural” e os visitantes “procuram um maior envolvimento em experiências interativas, as quais podem ajudar o seu desenvolvimento pessoal.” O envolvimento dos visitantes nas atividades contribui para o seu autodesenvolvimento não se devendo ver os mesmos como simples consumidores de experiências (Pine e Gilmore, 1999).

A complementaridade entre o turismo e a cultura é vantajosa na medida em que os dois sectores podem criar produtos turísticos inovadores e viáveis (Fundação de Serralves, 2008) que valorizarão e diferenciarão um destino turístico. A relevância desta produção criativa é de acordo com Richards e Wilson (2006:1213) “atrativa porque está associada ao dinamismo e à orientação em direção ao futuro, o que é importante num clima de mudança e incerteza.”

A relevância do turismo criativo prende-se com diferentes atores (visitantes, residentes) e o local, no turismo criativo “o visitante usufrui de uma interação educativa, emocional, social e participativa com o lugar, a sua cultura e os seus residentes” (Unesco, 2006 *cit in* <http://www.creativetourismnetwork.org/cms/index.php?lang=es>)

Como já referido anteriormente, existe uma grande conexão entre o turismo cultural e criativo e muitas cidades com centros degradados e com perda de vitalidade apostaram no turismo cultural, no marketing de cidades, no aproveitamento de eventos culturais ou no aparecimento de infraestruturas culturais emblemáticas (Fundação de Serralves, 2008).

Barcelona é um dos bons exemplos de criação de projetos que integram a criatividade, a cultura, o património e a população. Desta forma, o sector criativo tem sido uma das características-chave em Barcelona, onde existe uma longa tradição de inovação e criatividade. Atualmente, Barcelona é culturalmente forte e densa, graças ao facto da cultura estar no centro do desenvolvimento urbano com políticas que visam os valores, a inovação, a criatividade e a coexistência (Latoeira, 2007). Barcelona investiu no seu património histórico, na promoção da imagem no exterior e na construção ou fortalecimento dos seus equipamentos culturais e espaços públicos. A cidade hoje em dia une conhecimento, tecnologia, cultura e turismo (Reis, S/d).

Em suma, o grande desafio que se coloca aos destinos, é acrescentar algo novo aos produtos culturais existentes e o turismo criativo deve ser visto como uma das grandes

potencialidades para os destinos se poderem diferenciar de outros e tornarem-se mais competitivos (Richards e Wilson, 2006).

3.3. Experiência Turística

3.3.1. Conceitos e Modelos Explicativos

Howie (2003), já referia há 10 anos atrás que os novos destinos passariam a ser lugares para “experienciar”, em vez de serem locais para se visitar passivamente. Esta é uma mudança real e os produtores têm que diferenciar os produtos e serviços através da sua transformação em experiências, as quais envolvam os consumidores (Pine e Gilmore, 1999) e Amin e Thrif, 2002 *cit. in* Richards e Wilson, 2006: 1210). Pine e Gilmore (1999) reforçam esta ideia referindo que o foco das empresas está na criação e gestão das experiências para os seus clientes, pois é necessário oferecer algo mais que o produto ou serviço, pois só assim se conseguem diferenciar da concorrência.

A complexidade das experiências turísticas é um incentivo ao estudo das mesmas. O’Dell (2007) também referido por Cutler e Carmichael (2010:3) considera que “as experiências são discutidas por serem subjetivas, intangíveis, contínuas e um fenómeno altamente pessoal” que não é acessível à observação de outros, a não ser de quem vive a experiência (Volo, 2009).

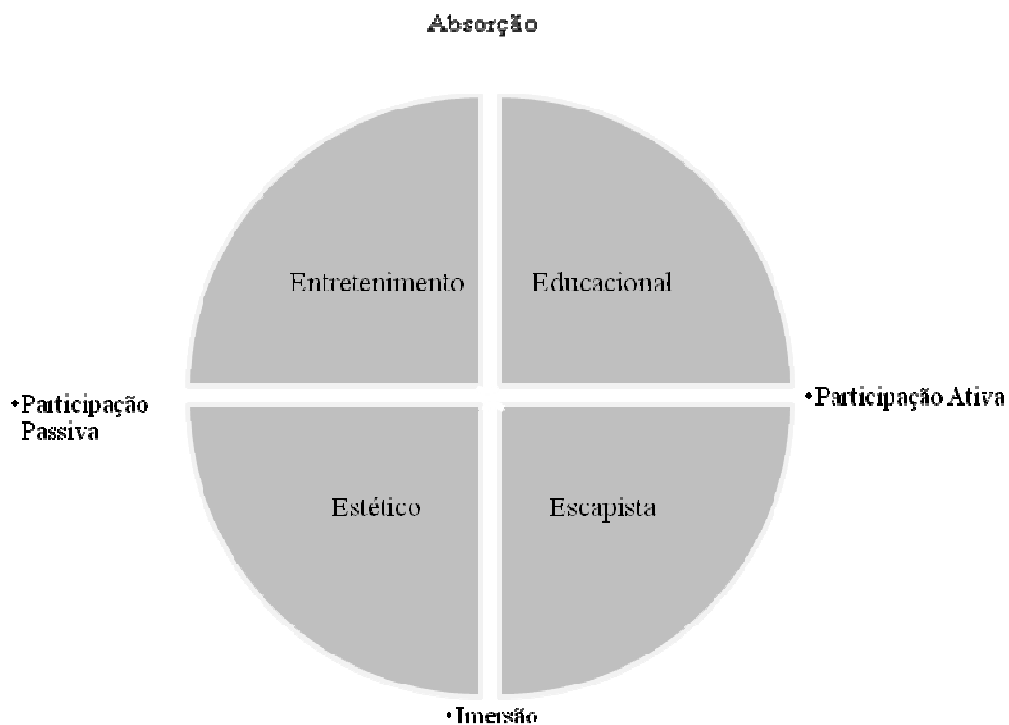
Cutler e Carmichael (2010:3) *cit.* outros autores (Cohen, 1979, 2004; Graburn, 2001; Vogt, 1976) defendem que:

“...as experiências turísticas são consideravelmente diferentes das experiências do dia-a-dia. O ato do turismo oferece experiências complexas, memórias e emoções relacionadas com os lugares (Noy, 2007) e é esta experiência do local ou sua no local que os indivíduos procuram.”

O exposto anteriormente é reforçado por Stamboulis e Skayannis, (2003) *cit.* por Cutler e Carmichael (2010:3) que referem que “os destinos são o local da experiência e os visitantes os atores da mesma”, sendo que o que pretende é a persecução da identidade e da sua autorrealização (Selstad, 2007 *cit.* por Cutler e Carmichael, 2010: 3)

Existem diferentes abordagens do conceito de experiência turística e diferentes modelos que explicam as experiências e que vão de encontro a alguns dos conceitos anteriormente referidos. Provavelmente o modelo mais popular e que tem sido alvo de diversos estudos e adaptações (Quadri-Felitti e Fiore, 2012, Oh *et al*, 2007, Park *et al.*, 2010) é o das Dimensões da Experiência de Pine e Gilmore (1999) representado na figura 3.2.

Figura 3.2. Dimensões da experiência



Fonte: Pine e Gilmore (1999:30)

Este modelo descreve as quatro etapas da progressão económica, desde a mercadoria, aos produtos, aos serviços e finalmente às experiências, sendo que a última dimensão

(escapista) requer que a empresa crie experiências memoráveis para os clientes (Quadri-Felitti e Fiore, 2012).

Entretenimento, nesta dimensão o visitante encontra-se muito envolvido com uma dada atividade, ainda que a participação seja passiva. Os visitantes neste caso estão envolvidos através de performances (Quadri Felitti e Fiore, 2012), nomeadamente quando observam as atividades (Oh *et al.*, 2007). Pine e Gilmore (1999) referem que o entretenimento é uma das mais antigas formas de experiência e uma das mais desenvolvidas e disseminadas no ambiente empresarial (ex.: visita a um museu).

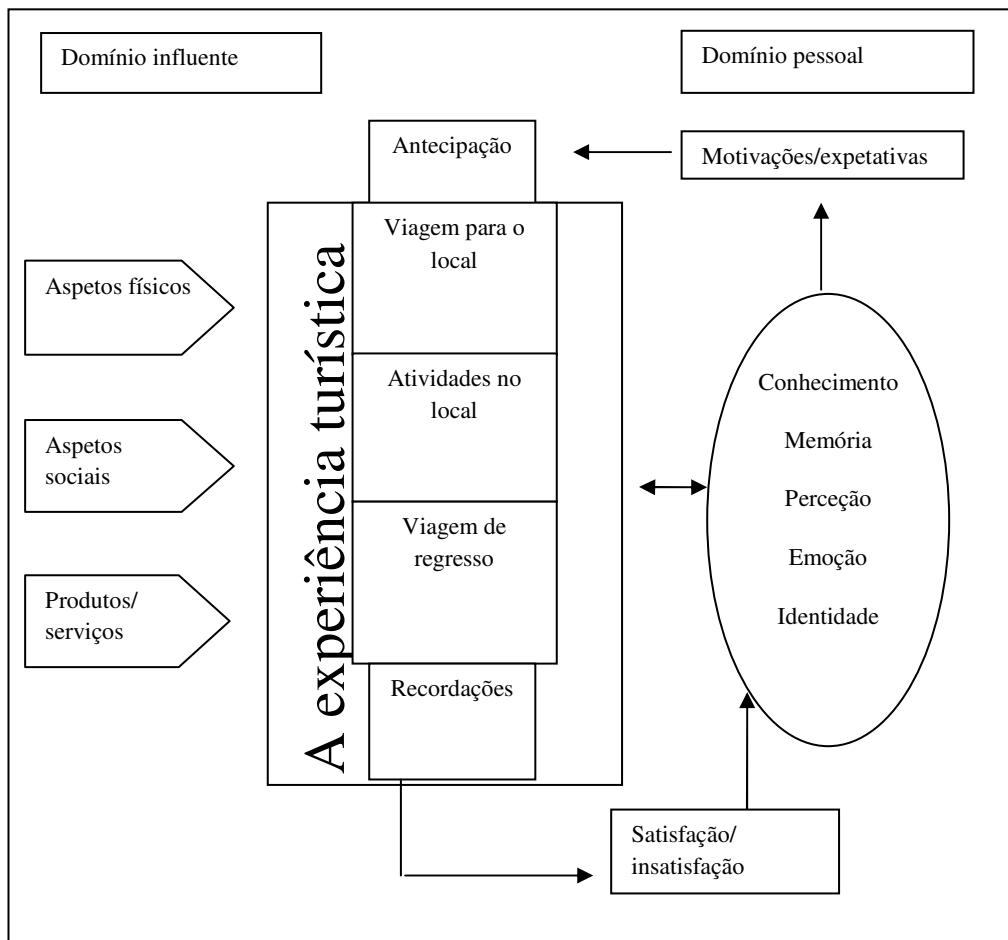
Na dimensão educacional, o visitante está muito envolvido na atividade, mas, ao contrário da anterior dimensão a sua participação na mesma é mais ativa. Os visitantes nesta dimensão aumentam os seus conhecimentos ou habilidades fruto dessa experiência de envolvimento ativo (ex.: aprender sobre vinhos através de seminários e provas de vinho) (Quadri Felitti e Fiore, 2012).

A dimensão estética, resulta de um grande envolvimento do visitante na atividade, embora a sua participação seja passiva. Neste caso os visitantes apreciam a sua estada no destino sem afetarem ou alterarem a natureza do ambiente (Quadri Felitti e Fiore, 2012; Oh *et al.*, 2007). De acordo com Quadri Felitti e Fiore (2012) os visitantes enriquecem pelo ambiente sensorial (ex.: visitar rotas de vinho).

Na dimensão escapista, existe um grande envolvimento e participação ativa por parte do visitante nas atividades. De acordo com Quadri Felitti e Fiore (2012) os visitantes são absorvidos através da participação num determinado tempo e local (ex.: participação na vindima). Pine e Gilmore (1999) acrescentam que os visitantes que participam neste tipo de experiências apenas se deslocam para participar em atividades que valham a pena ocupar o seu tempo. Este tipo de experiência é uma forma das pessoas, saírem da sua rotina do dia-a-dia regressando à rotina após experimentarem o extraordinário (Oh *et al.*, 2007).

Com o propósito de proporcionar uma melhor compreensão da experiência turística, sem ser exaustivo há que analisar outras perspetivas. É o caso do modelo de Cutler e Carmichael (2010), representado na figura 3.3 o qual identifica o complexo sistema das experiências turísticas, nomeadamente as suas influências e consequências.

Figura 3.3 Modelo conceitual das influências e consequências da experiência turística



Fonte: Cutler e Carmichael (2010:8)

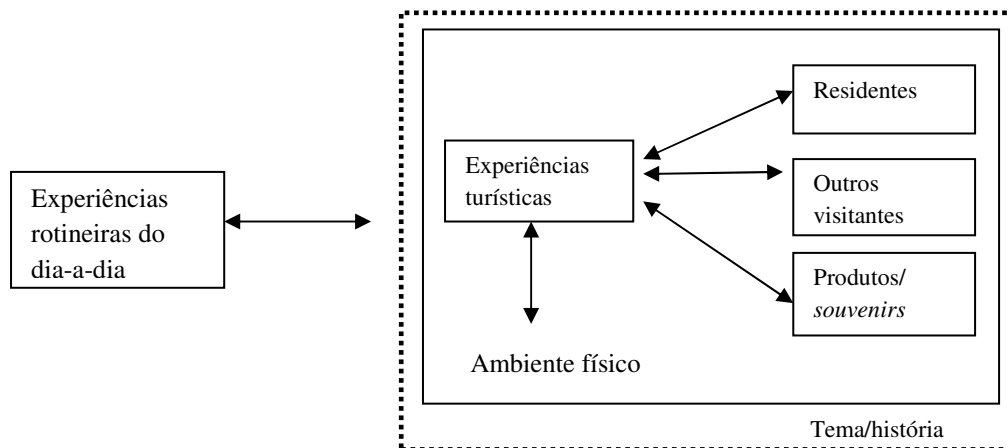
No modelo da figura 3.3, desenvolvido por Cutler e Carmichael (2010) a experiência turística é tudo o que acontece durante um acontecimento turístico (viagem para o local, atividades no local e regresso da viagem). Este modelo integra ainda a antecipação, visto que a experiência é planeada e antecipada antes da viagem, bem como as recordações, visto que quando a viagem termina, ficam as recordações, fruto da viagem e das atividades realizadas. A experiência, de acordo com este modelo, é composta pelo

domínio influente, o qual envolve elementos exteriores ao indivíduo que podem ter impacto na experiência no destino. Os elementos que compõem este domínio são os: aspetos físicos (património natural, património construído, características espaciais e geográficas), os quais envolvem o espaço e as suas características físicas e geográficas, os aspetos sociais (relações pessoais, interação com os residentes, relação com outros visitantes), os produtos e serviços que representam os fatores, como a qualidade do serviço, as atividades de lazer disponíveis e os produtos relacionados com o turismo.

Neste modelo, para além do domínio influente, existe também a influência pessoal, a qual envolve elementos intrínsecos ao indivíduo, tais como o conhecimento, a memória, a perceção, as emoções e a identidade, os quais podem afetar a satisfação ou insatisfação global com a experiência, pois dependerá da relação entre as expectativas iniciais e o resultado da experiência vivida. Estes elementos podem também ser perspetivados como consequência, os quais podem mudar e desenvolver-se através de um processo de reflexão, bem como de memórias. Os domínios pessoais sustentam as motivações e expectativas para futuras experiências, providenciando um ciclo de motivações/expectativas, experiências e resultados.

O modelo seguinte representado na figura 3.4 foi desenhado por Mossberg (2007) e identifica os fatores que influenciam a experiência do consumidor e realça a importância dos temas e histórias, como elementos estruturantes na experiência turística.

Figura 3.4 Fatores que influenciam a experiência do consumidor no contexto do turismo

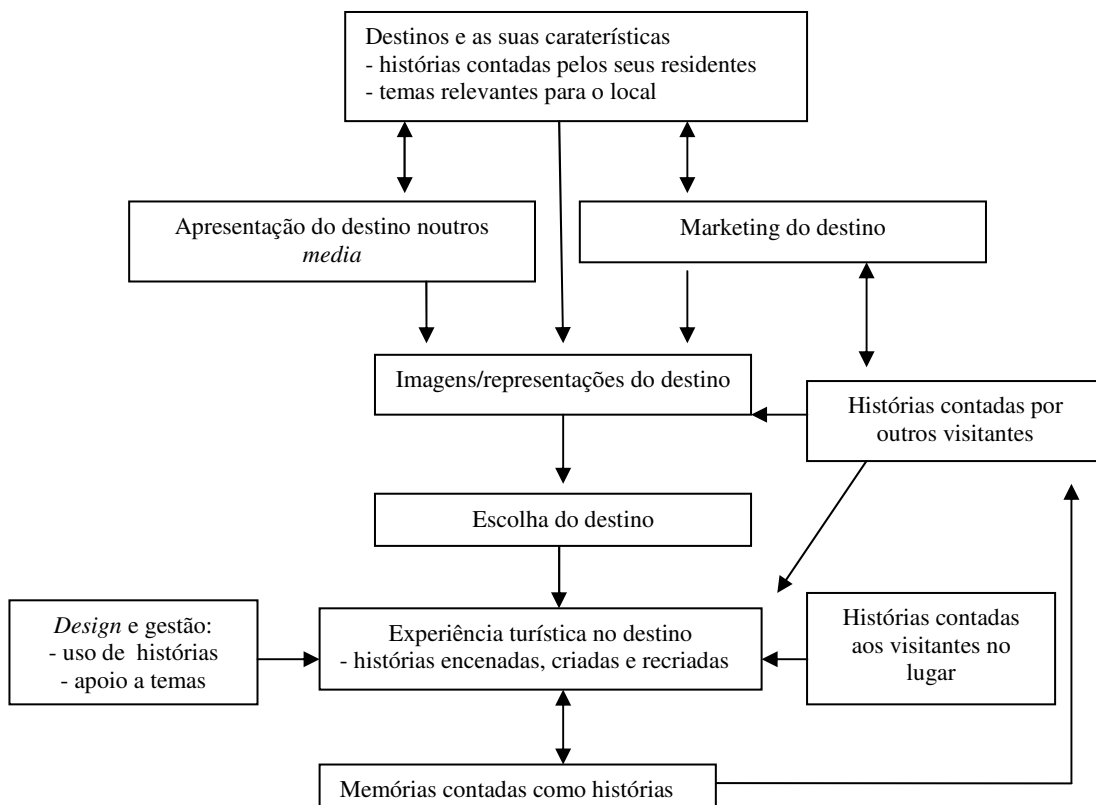


Fonte: (Adaptado de Mossberg 2007:65)

Nesta figura o pico da experiência turística é simultaneamente o suporte desta e está integrada numa estrutura como um todo. Mossberg (2007) contextualiza a experiência em termos do seu “*experienscape*”. Não importa onde ou como é o destino, o visitante será influenciado pelo ambiente físico, produtos e *memorabilia*. O visitante compreenderá os sinais visuais, as cores, os sons, o artesanato e interagirá com residentes e outros visitantes. No que se refere aos temas e histórias, as mesmas podem servir para comunicar os valores de forma compreensível e memorável, tornando a experiência única.

Moscardo (2010) também destaca a importância das histórias e temas e considera que são elementos fundamentais na compreensão das experiências turísticas. Para o efeito torna-se necessário desenvolver estruturas conceptuais integrativas para melhor compreender a natureza das experiências turísticas. O autor conceptualizou uma estrutura na qual representa o papel das histórias nas experiências (figura 3.5).

Figura 3.5 O papel das histórias nas experiências turísticas



Fonte: (Adaptado de Moscardo, 2010:51)

De acordo com Moscardo (2010) este modelo traduz a noção das histórias e temas serem centrais no destino, podendo ser decisivas na escolha deste.

O marketing, as imagens do destino, apresentados através de outros *media*, as histórias contadas por outros visitantes, e em alguns casos, as histórias e temas apresentados pelos residentes, são fontes de informação que contribuem para a imagem que os visitantes terão do destino e decisivas para a escolha deste.

Não menos importante para a memória é a possibilidade dos visitantes poderem ouvir, representar e/ou criar histórias durante as suas experiências, pois estas serão apresentadas a outros como memórias da viagem e contribuir para a escolha do destino.

Em termos conclusivos a experiência é um processo complexo que envolve diversos atores que de forma direta ou indireta participam ou contribuem para essa experiência. No que se refere às histórias, estas necessitam de um palco, o qual se caracteriza por um *experiencescape* específico onde o consumo tem lugar e com personagens (Mossberg, 2007).

3.3.2. *Experiencescape*

O'Dell (2005) citado por Mossberg (2007:62) define *experiencescape*, como “um espaço de prazer, divertimento e entretenimento, bem como um local de encontro onde diversos grupos se deslocam e entram em contacto uns com os outros.” Este conceito, de acordo com Mossberg (2007:63) tem um paralelo com o conceito de *servicescape* “o qual é um complexo misto de características ambientais em torno do serviço que influência respostas internas e comportamentos e o qual é compreendido como um espaço comercial.” Em virtude do turismo se focar no consumo turístico e não na produção de serviços no geral, e uma vez que não se limita a uma única empresa, para Mosseberg (2007) o conceito de *servicescape*, deve ser substituído pelo de

experiencescape. Para esta autora, pode-se conceber o *experiencescape* como um “conjunto de produtos de *inputs* das organizações e visitantes”, sendo que:

“...no turismo é extremamente relevante considerar o processo de construção do espaço como é feito pelo turista e não apenas como um componente do ambiente, mas também como um cocriador. O termo “*scape*” é muitas vezes assumido por estar ligado às categorias do visual, *sightseeing* e admiração (MacCannell, 1976) e como ignorando os sentidos do corpo (Urry, 2002; Quan & Wang, 2004). Contudo, existem autores (Urry: e outros autores) que sugerem que o turismo deve envolver vários sentidos, como audição, olfato (Dann & Jacobsen, 2002), paladar (Hjalager & Richards, 2002), tato (Mossberg, 2007: 63)”

A utilização dos cinco sentidos como pilares em torno dos quais se concebe e desenvolvem percursos turísticos numa cidade, tem como exemplo ilustrativo o caso da cidade de São Paulo. A empresa SPTuris, São Paulo Turismo, com o objetivo de promover o lado sensorial aprazível da cidade criou um mapa das sensações onde, a cada elemento identificado no mapa corresponde algum ou alguns dos cinco sentidos.

Cada sentido constitui o tema em torno do qual se desenvolveu o percurso turístico e a respetiva oferta produtos e serviços.

De acordo com as informações constantes na página da *internet* (<http://www.mapadassensacoes.com.br/mapadassensacoes>), complementadas com outras prestadas por *e-mail* pela Coordenadora de Projetos Turísticos - Cidade de São Paulo, Raquel Vettori, permitem verificar que este foi um projeto que passou por diversas etapas até o mapa ser disponibilizado aos visitantes e contribuir para os visitantes terem experiências memoráveis.

O trabalho prévio à elaboração do mapa começou com a realização de uma pesquisa que contou com a participação de mais de 2,5 mil pessoas (residentes e visitantes), os quais indicaram os locais que mais lhe agradavam na perspectiva de cada um dos cinco sentidos e o porquê. A pesquisa foi feita através de uma página de *internet* que foi criada para este efeito, bem como nos postos de informação turística e no terminal de embarque do Aeroporto Internacional de Guarulhos. Após selecionados os 100 lugares mais votados, alguns visitantes foram levados aos 20 locais mais recomendados e, após a visita, entrevistados e submetidos a um “detetor de mentiras” cujo *software* foi adaptado para o projeto. Este *software* ao invés de revelar se o visitante estava a dizer verdade ou mentira, indicava o quanto estava emocionada(o) ao relatar a sua experiência (muito emocionado, emocionado, indiferente, etc...). Os trechos mais emocionados foram selecionados e juntamente com os 100 locais eleitos inseridos no mapa das sensações (<http://www.mapadassensacoes.com.br/mapadassensacoes>).

Com base nos cinco sentidos, a empresa procurou capturar, quantificar e espacializar as várias sensações experimentadas pelos turistas na cidade. O mapa continua em permanente interatividade com os visitantes, pois os mesmos continuam a poder dar sugestões, a partilharem experiências e a sugerirem locais, através da página de *internet*, continuando a existir um grande envolvimento, mesmo depois da viagem e das experiências terem lugar. Atualmente, a página de *internet* conta com mais de 142 atrativos que surgiram posteriormente ao lançamento do mesmo, quer por sugestão de visitantes, quer após algumas pesquisas efetuadas.

O Presidente da SPTuris, Caio Luiz de Carvalho, aquando da apresentação deste projeto, referia que este mapa:

“vai lançar um olhar mais humano e mais emotivo sobre a cidade, que tem fama de ser muito dura. O turista não quer apenas visitar um destino, ele quer senti-lo. E São Paulo tem que mostrar esse seu lado da emoção.”

Em termos conclusivos, existe um conjunto de elementos essenciais na experiência, sendo o palco e o espaço onde a mesma tem lugar essenciais. Mossberg (2007:71) conclui também que:

“...a experiência tem lugar dentro do *experiencescape* e não importa se o destino é como Arnike, uma experiência fabril ou uma visita a um destino participantes independente; o turista será influenciado pelo ambiente físico, produtos e *souvenirs*”, os quais de acordo com Swanson (2004), referido em Mossberg (2007:69), “servirão como forma tangível de captação ou suspensão no tempo, caso contrário é uma experiência intangível.”

3.3.3. *Memorabilia*

De acordo com Ferdinand e Williams (2010:202) “o turismo *memorabilia* ou de *souvenirs* cobre uma larga variedade de objetos comprados pelos visitantes no destino” e que envolve bilhões de dólares em todo o mundo (Pine e Gilmore, 1999).

O turismo *memorabilia*, pode também ser visto como parte do turismo de compras, o qual tem sido reconhecido como um dos mais importantes aspetos do turismo (Law e Au, 2000 *cit. in* Ferdinand e Williams, 2010:202). A importância deste tipo de turismo é comprovada por Timothy (2005), *cit. in* (Ferdinand e Williams, 2010:202) para quem este tipo de turismo pode ser um importante fator para a realização da viagem ou de acordo Oh *et al.* (1995), *cit. in* pelos mesmos autores (2010: 204) um “*factor-pull*” de um destino específico e importante para a imagem do destino (Tosun *et al.*,2007 *cit. in* Ferdinand e Williams, 2010:205).

Este tipo de experiência é relevante na medida em que os visitantes muitas vezes gastam mais dinheiro nas compras, do que no resto da viagem, nomeadamente nas refeições, alojamento e atividades (Jansen-Verbeke,1991 *cit. in* Ferdinand e Williams, 2010: 202), chegando mesmo a verificar-se que caso a atividade de compras não se concretiza a

experiência de viagem pode não ficar completa (Hudman e Hawinks, 1989; Keowin, 1989 *cit. in* Ferdinand e Williams, 2010:204).

De acordo com Gordon's (1986 *cit. por* Ferdinand e Williams, 2010: 203, 207), no regresso do destino os *memorabilia* podem servir como recordações pictóricas ou simbólicas, marcas que comemoram um determinado momento, representações do ambiente local ou artesanato de um lugar particular ou cultura, sendo que de acordo com o autor existem cinco categorias de *memorabilia*:

- Imagens pictóricas, que podem ser enviadas ou guardadas pelo visitante (ex: postais e fotografias)
- Pedacos de rochas, obtidos a partir da natureza (ex: conchas, rochas, seixos..)
- Artesanato simbólico, manufaturado, que evoca um código ou mensagem sobre um local;
- Marcas – itens inscritos com palavras que identificam num determinado local ou tempo;
- Produtos locais, como roupa ou comida feita a partir de materiais endógenos;

Memorabilia serve como recordações de experiências com pessoas, locais e eventos à parte da rotina do dia-a-dia sendo que a procura de *memorabilia* autênticos pode transformar-se numa atividade frenética para alguns visitantes, levando-os a efetuarem gastos pouco usuais (Gordon,1986, Littrel *et al.*1993 *cit.* Ferdinand e Williams,2010).

De acordo com Ferdinand e Williams (2010:207) referindo diversos autores, a compra de *memorabilia* pode satisfazer os desejos dos visitantes de “novidade” (Lee *et al.*,2009),”autenticidade” (Littrel *et al.*,1993), “coleccionismo” (Squire,1994), “*status* social” e ainda a “inveja de outros” (Pine e Gilmore,1999).”

A compra de *memorabilia* é deste modo importante para a memória de quem as compra, sendo que as mesmas são os objetos tangíveis das suas experiências, as quais eles querem recordar (Pine e Gilmore, 1999).

A memória representa, deste modo no contexto da indústria do turismo a mais importante fonte de informação que o visitante utilizará na tomada de decisão sobre o regresso a um destino (Braun-La Tour *et al.*, 2006, *cit. in* Wright, 2010:117), sendo deste modo primordial o visitante ter experiências memoráveis.

CAPITULO IV - CASOS DE ESTUDO

Sendo que o RAP, visa a criação de um cartão turístico é essencial conhecer ainda que não de forma exaustiva, alguns cartões existentes em Portugal e Espanha. Assim, será feita uma caracterização das tipologias, bem como produtos e serviços incluídos.

Um cartão turístico é um produto que permite, dentro de um período limitado de tempo, entradas livres ou com descontos na oferta cultural e de lazer de uma cidade ou zona turística, e oferecendo descontos importantes em diferentes estabelecimentos como hotéis, restaurantes, bares, espetáculos, lojas, entre outros. O cartão, por norma, tem associado um guia completo, onde se encontrará informação sobre os parceiros, propostas e eventos em torno dos quais se estruturam as visitas.

Azevedo (2011: 57) refere que na “ótica da procura, o cartão turístico pode ser sinónimo para os seus utilizadores, de uma visita organizada, economia de dinheiro e tempo, e a possibilidade de aprofundar os conhecimentos sobre o destino, através da visita a um maior número de atrações.”

4.1. Cartões de Turismo em Portugal

Em Portugal, atualmente estão em vigor seis cartões (anexo2) dirigidos aos visitantes nas cidades de Lisboa, Porto, Braga, Vila de Óbidos, bem como na Ilha da Madeira e na Região Centro.

Seguidamente descrever-se-ão sucintamente os aspetos mais relevantes de caracterização de cada um dos cartões turísticos identificados, tendo para tal sido consultadas as respetivas páginas de *internet* e complementada a informação com telefonemas.

Lisboa Card

O Lisboa Card é gerido pela Associação de Turismo de Lisboa. Este cartão possibilita a visita a diversos espaços culturais gratuitamente ou com desconto, oferecendo ainda descontos no comércio. A sua utilização é ilimitada em transportes públicos e o âmbito do mesmo ultrapassa os limites do concelho de Lisboa. O cartão tem seis modalidades (24, 48 e 72 horas para adultos e crianças). Para além do Lisboa Card, são também comercializados dois subprodutos, o Restaurante Card e o *Shopping Card*. Em termos operacionais são efetuados acordos com diferentes prestadores de serviços: aqueles que oferecem gratuidade recebem uma percentagem sobre as vendas dos cartões e aos que apenas fazem descontos é oferecida a oportunidade de se divulgarem no guia que é produzido. Os cartões são unicamente vendidos nos Postos de Informação Turística e na página de *internet* (<http://www.askmelisboa.com/>).

Figura 4.1 Lisboa Card



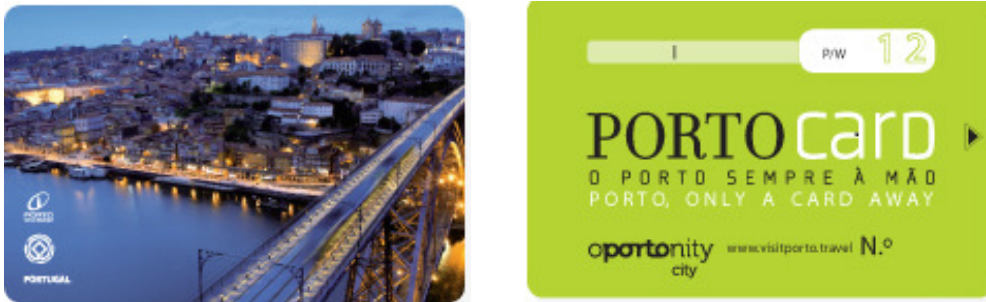
Fonte: <http://www.askmelisboa.com/>

Porto Card

O Porto Card é gerido pela Câmara Municipal do Porto e está disponível nos Postos de Turismo da Autarquia, numa loja do Aeroporto, em hotéis, quiosques e restaurantes. Estes parceiros usufruem de uma margem de venda sobre o preço do cartão. Atualmente o cartão tem quatro modalidades, sendo que uma delas não inclui transportes (pedonal). As outras três modalidades (um dia, dois e três dias) incluem o acesso a transportes tendo associado um cartão-passe para utilização ilimitada em transportes públicos, durante a validade do cartão turístico. Este cartão possibilita a visita a diversos espaços

culturais gratuitamente ou com desconto e contempla descontos no comércio, restaurantes, visitas turísticas, entre outras facilidades (<http://www.portoturismo.pt/Visitar/Paginas/PortoCard/PortoCard.aspx>).

Figura 4.2 Porto Card

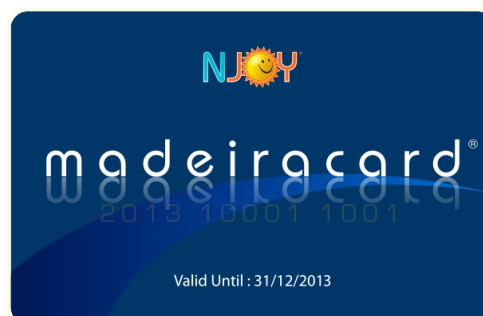


Fonte: <http://www.portoturismo.pt/Visitar/Paginas/PortoCard/PortoCard.aspx>

Madeira Card

O Madeira Card apresenta-se como o único cartão nacional que é gerido por uma empresa privada, a Plentyjoy – Marketing e é válido até ao final do corrente ano (2013). O cartão é de utilização ilimitada oferece descontos em restaurantes, bares, visitas, atrações turísticas, espetáculos e museus e é válido para o seu utilizador, bem como os seus convidados (<http://madeiracard.com/>).

Figura 4.3 Madeira Card

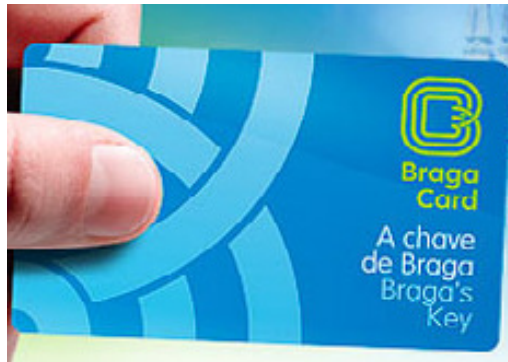


Fonte: <http://madeiracard.com/>

Braga Card

O Braga Card é gerido pela Câmara Municipal de Braga tem apenas uma modalidade de 24 horas, sendo vendido no Posto de Turismo e em entidades aderentes. Este cartão inclui gratuidades e descontos em museus, alojamento, espaços arqueológicos e empresas turísticas. Neste caso não inclui transportes públicos (http://www.cm-braga.pt/wps/portal/publico!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os_gAN0evQE8zH09TEzPnMBMTUx8DKADKR2LKB3vC5fHr9vPIz03VL8iNKAcAx3RYIw!!/dl3/d3/L3dDb0EvUU5RTGtBISEvWUZSdndBISEvN19QRkFKUUK2TEk1NDZDVjQ0VDQ2MDAwMDAwMA!!/).

Figura 4.4 Braga Card



Fonte: (http://www.cm-braga.pt/wps/portal/publico!/ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os_gAN0evQE8zH09TEzPnMBMTUx8DKADKR2LKB3vC5fHr9vPIz03VL8iNKAcAx3RYIw!!/dl3/d3/L3dDb0EvUU5RTGtBISEvWUZSdndBISEvN19QRkFKUUK2TEk1NDZDVjQ0VDQ2MDAwMDAwMA!!/)

Centro Card

O Centro Card é gerido pela Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal e resulta de uma parceria entre os municípios dos distritos de Coimbra, Aveiro, Viseu e Castelo Branco. O Centro Card tem três modalidades (*uno*, *duo* e *plus*) sendo todas elas válidas por seis meses. O cartão oferece acesso gratuito e descontos em diversos produtos e serviços turísticos e não inclui transportes. O uso do cartão é ilimitado durante a sua validade. Quanto à venda do mesmo é feita na rede de Postos de Turismo da Região Centro (http://www.turismodocentro.pt/pt/centro_card_.28/saiba_mais_.36.html).

Figura 4.5 Cartões do Centro Card



Fonte: http://www.turismodocentro.pt/pt/centro_card_.28/saiba_mais_.36.html

Via verde para a cultura – Óbidos

O cartão de Óbidos denominado Via Verde para a Cultura é gerido pela empresa municipal Óbidos *Patrimonium* e tem a duração de um ano. Permite ao utilizador o livre acesso a todos os espaços culturais do município, concertos ou iniciativas de carácter cultural, oferecendo desconto em determinados espetáculos, comércio, restaurantes e unidades de alojamento. A venda é efetuada no Posto de Turismo local, na Óbidos *Gift Shop* e na página de internet (<http://www.cm-obidos.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=434bf3f8-adc4-4a02-b2a8-d7675ee43280>).

Figura 4.6 Via verde para a cultura - Óbidos



Fonte: <http://www.cm-obidos.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=434bf3f8-adc4-4a02-b2a8-d7675ee43280>

4.2. Cartões de Turismo em Espanha

Não pretendendo ser exaustiva quer no levantamento quer na análise foram identificados três cartões turísticos (anexo 3) em Espanha sendo que cada um representa três situações diferentes em termos de gestão: o Sevilha Card, gerido por uma empresa, o Valência Tourist Card gerido por uma Fundação e por fim o Málaga Card, gerido por um conjunto de entidades.

Para a caracterização dos aspetos mais relevantes de cada um dos cartões turísticos identificados, foram consultadas as respetivas páginas de *internet* e complementada a informação com um *e-mail* no caso do Valencia Tourist Card.

Sevilha Card

Este cartão comercializado pela empresa Neoturismo, apresenta quatro modalidades (24, 48, 72 e 120 horas) que podem ser adquiridas nos postos de turismo e através da página de *internet* da empresa. Os cartões incluem entradas gratuitas e com descontos em museus e monumentos, bem como descontos em restaurantes, lojas, empresas de serviços turísticos, entre outras. (<http://www.neoturismo.com/es/tarjetas>).

Figura 4.7 Sevilha Card



Fonte: <http://www.neoturismo.com/es/tarjetas>

Valencia Tourist Card

Este cartão é promovido pela Fundação Privada Turismo Valencia e inclui seis modalidades (três individuais e três de família, de 24, 48 e 72 horas cada). Conforme pesquisa efetuada trata-se de uma empresa que vende não só cartões mas também outro tipo de serviços turísticos (entradas em atrações turísticas e espetáculos, visitas guiadas...). O cartão inclui descontos e gratuidades em museus, “lugares de interesse”, lojas, animação noturna e turística, restauração e bebidas e transportes. O cartão pode ser adquirido em hotéis, postos de turismo, operadores turísticos, quiosques e na página de *internet* (<http://www.valenciatouristcard.com>).

Figura 4.8 Valencia Tourist Card

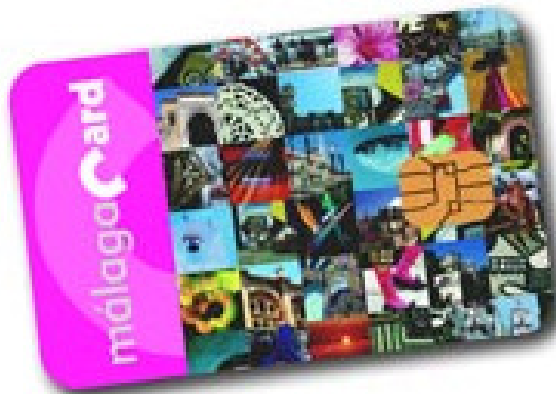


Fonte: <http://www.valenciatouristcard.com>

Malaga Card

O Malaga card é um projeto diferente dos anteriormente descritos uma vez que é desenvolvido por um conjunto de entidades nomeadamente a Junta de Andaluzia, o Centro histórico de Málaga e a Câmara Municipal de Málaga. O cartão tem apenas uma modalidade, sem que seja referido no *site* (<http://www.malagacard.com/info.html>) a sua duração. Os portadores deste cartão beneficiam de descontos ou gratuidades em museus, monumentos, transportes, autocarro turístico e nos centros associados existentes no centro histórico. A comercialização é feita em agências de viagem, vários pontos em Málaga, os quais não estão especificados no *site*, e na página de *internet* (<http://www.malagacard.com/info.html>).

Figura 4.9 Malaga Card



Fonte: <http://www.malagacard.com/info.html>

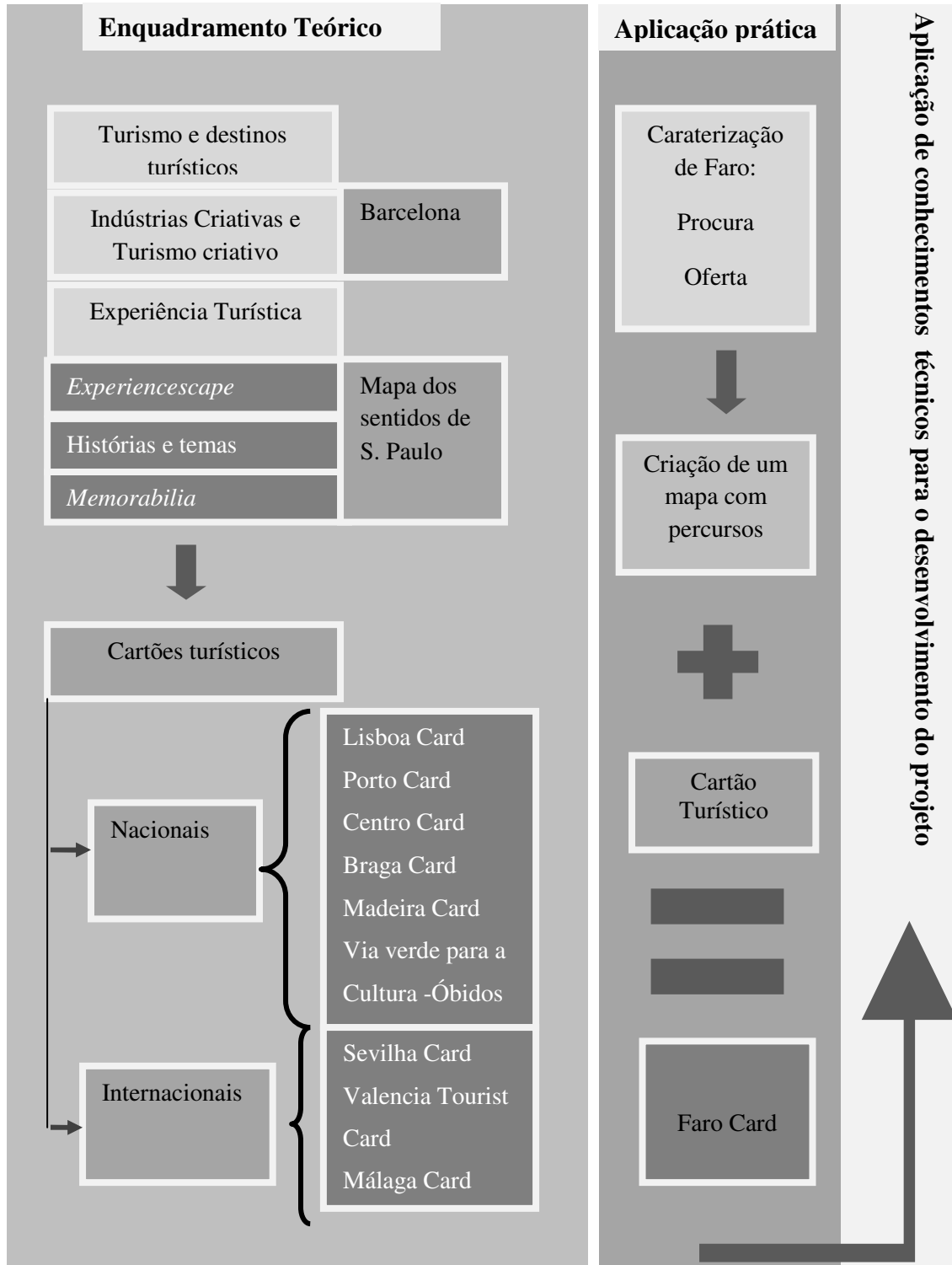
Os cartões existentes em Portugal e Espanha são semelhantes, tendo todos eles como fim único proporcionar descontos ou gratuidades a quem os adquire. Nenhum dos casos analisados, inclui percursos associados conforme previsto no projeto do RAP e que poderá vir a ser uma mais-valia.

CAPÍTULO V - O CASO DE FARO

Faro é o concelho sobre o qual se irá aplicar o caso e se desenvolverá a componente prática do RAP. Neste capítulo será caracterizada a procura com base em dados estatísticos do INE e estudos realizados sobre o perfil dos visitantes e sobre os seus hábitos de consumos culturais. A oferta turística será caracterizada quer com base nos dados disponíveis do INE, quer com a informação existente no Departamento de Cultura.

A figura 5.1. representa de forma sintética a ligação entre o enquadramento teórico tratado nos capítulos III e IV e a componente prática desenvolvida no presente capítulo, permitindo perceber a importância que a primeira terá para a concretização do projeto.

Figura 5.1. Dos conceitos à prática



Fonte: Elaboração própria

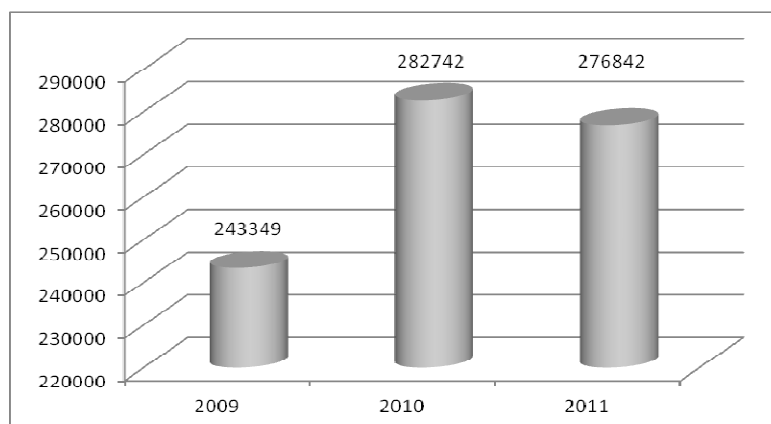
5.1. Caracterização da Procura Turística

A caracterização da procura é essencial para se poder adequar a oferta às necessidades, desejos e gostos dos consumidores (Lendrevie *et al.*, 1996), daí a importância de antes de se conceber o Cartão Turístico conhecer a procura turística no concelho de Faro.

Ainda que as estatísticas oficiais do INE sobre a procura turística no concelho de Faro, apenas nos forneçam informações relativamente ao número de hóspedes, dormidas e os seus países de residência, as mesmas fornecem-nos informações importantes para o RAP e que os estudos académicos consultados não possuem.

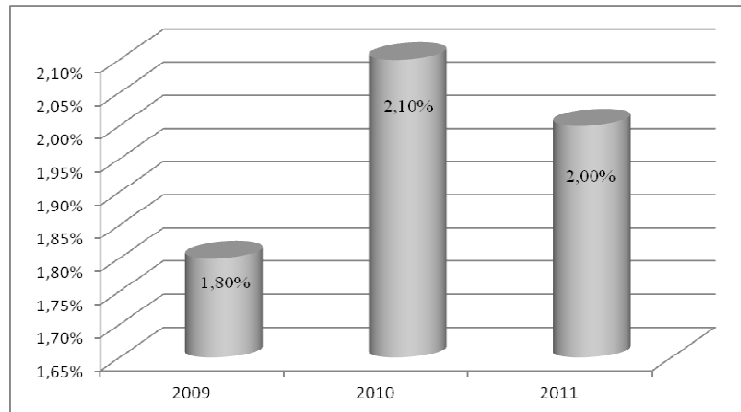
As dormidas no concelho de Faro, de acordo com os dados disponíveis do INE oscilaram entre as 243.349 e as 282.742 dormidas (figura 5.2), representando um peso muito reduzido no total das dormidas da região do Algarve (figura 5.3). Em termos de dormidas as nacionalidades dos turistas no concelho de Faro são na maioria portugueses, britânicos, espanhóis, franceses e alemães. De acordo com a mesma fonte a estada média no concelho nos três anos em análise ronda as duas noites, menos de metade do que ocorre no Algarve, cuja estada média é de cerca de cinco noites.

Figura 5.2 Evolução das dormidas em Faro (2009-2011)



Fonte: INE (2010, 2011, 2012)

Figura 5.3 Peso das dormidas em Faro em relação às dormidas no Algarve (2009-2011)



Fonte: INE (2010,2011,2012)

Com o intuito de alargar o conhecimento sobre a procura turística em Faro utilizou-se complementarmente informação proveniente de estudos académicos entretanto desenvolvidos, nomeadamente por Ferreira (2003) e o estudo sobre Consumos Culturais dos Turistas no Algarve do Centro de Investigação de Desenvolvimento e Economia Regional – CIDER (2007).

No seu estudo Ferreira (2003) define o perfil dos visitantes do Centro Histórico de Faro, com uma média de idades situadas nos 35 anos, os quais estavam acompanhados no momento da inquirição de cônjuge (43%), familiares (24%), amigos (18%), familiares e amigos (9%). Apenas 7% visitaram o Centro Histórico de Faro sozinhos. A maioria dos visitantes eram licenciados (62%) e provinham sobretudo da Alemanha (36%), Reino Unido (26%), Portugal (17%) e Espanha (5%). Cerca de 55% dos inquiridos estavam alojados no concelho de Faro e perto de um terço em concelhos vizinhos que distam a cerca de 30 minutos de Faro (Loulé, Olhão, Albufeira e Tavira).

Os transportes mais utilizados para chegarem à cidade foram o carro alugado (48%), o autocarro-transporte público (18%) e o carro próprio (17%). A decisão de visitar a cidade, foi maioritariamente (60%) tomada antes de sair do país de residência e as três principais fontes utilizadas para planear a visita ao Centro Histórico, foram os guias e roteiros (59%), a informação disponível nos Postos de Turismo (31%) e a recomendação de amigos e familiares (28%). A oportunidade para passear (72%),

conhecer a história e cultura da cidade nomeadamente a visita a monumentos (71%) e fazer compras (50%) foram os três principais motivos da visita. As três principais atividades culturais que os visitantes afirmaram desejarem usufruir durante a visita a este centro histórico foram a gastronomia (75%), a visita a monumentos (73%) e a museus (65%).

Para a maioria (81%) esta foi a primeira visita a Faro, sendo que 75% dos inquiridos manifestaram intenção de regressar e 95% de recomendar esta experiência a amigos e familiares.

De acordo com as opiniões dos inquiridos, para 94% dos visitantes esta visita contribuiu para o enriquecimento da estadia no Algarve. Ao ser-lhes solicitado para classificarem a experiência numa escala entre um e cinco, 36% dos inquiridos atribuíram a pontuação máxima (cinco) e 31% a pontuação imediatamente a seguir (quatro).

Como forma de complementar a informação obtida, foi analisado o estudo sobre os consumos culturais elaborado pelo CIDER (2007), pois ainda que o mesmo não incida especificamente sobre Faro na verdade fornece informação relevante sobre a importância da cultura na experiência turística no Algarve e as expectativas que o visitante tem sobre o produto cultural que a região oferece.

No âmbito deste estudo realizado no Aeroporto de Faro, a média de idades dos inquiridos é de 38 anos, a maioria são casados (60%), com formação de nível superior (41%), pós-graduados (24%) e de nacionalidade inglesa (47%) e irlandesa (21%). Cerca de 70% visitavam o Algarve acompanhados sobretudo pelo cônjuge e filhos (34%) ou integrados em grupos (amigos e/ou familiares) (18%). O hotel, a casa arrendada e a casa própria foram os espaços onde a maioria dos turistas ficaram alojados (38%, 22% e 15%, respetivamente).

Perto de 64% dos inquiridos respondeu que a “oferta Cultural” no Algarve foi *maioritariamente importante ou muito importante* no momento da decisão de passar

férias neste destino. Cerca de 48% considera que esta experiência turística contribuiu de forma mediana para o seu enriquecimento cultural e apenas 22% referiu que contribuiu *muito*.

No que se refere ao consumo de “produtos de natureza cultural” por parte dos inquiridos, verificou-se que 69% frequentaram mercados públicos, 58% visitaram parques temáticos, 56% igrejas e castelos e 51% centros históricos. Ao nível de eventos culturais os turistas frequentaram sobretudo festas tradicionais (57%), atividades desportivas (46%), espetáculos de música moderna e dança (45%). De um modo geral o nível de satisfação dos inquiridos é positivo no que se refere à experiência de consumo de produtos culturais. Os níveis superiores (*satisfeito/muito satisfeito*) estão associados à visitas aos mercados públicos (72%), aos castelos (71%), às igrejas (70%), aos parques temáticos (69%) e aos centros históricos (65%). O grau de satisfação com os eventos culturais foi mais elevado (*satisfeito/muito satisfeito*) em relação às festas tradicionais, música moderna, dança e feiras, com percentagens que variam entre os 52% e os 64%.

As fontes de informação que mais contribuíram para que os inquiridos tivessem conhecimento das iniciativas ou atrações culturais disponíveis no Algarve, foram a *internet* (73%), a recomendação de amigos e familiares (71%), os cartazes (66%) e as brochuras no hotel (60%).

No âmbito deste estudo foi ainda avaliado o grau de satisfação com atributos do Algarve¹. A hospitalidade do destino (78%), a preservação do património (64%) e preservação do ambiente (61%) foram atributos em relação aos quais os turistas manifestaram maior satisfação.

Cerca de 75% dos turistas afirmaram que tencionam regressar e 86% mostraram intenção de recomendar uma visita ao Algarve a familiares e amigos.

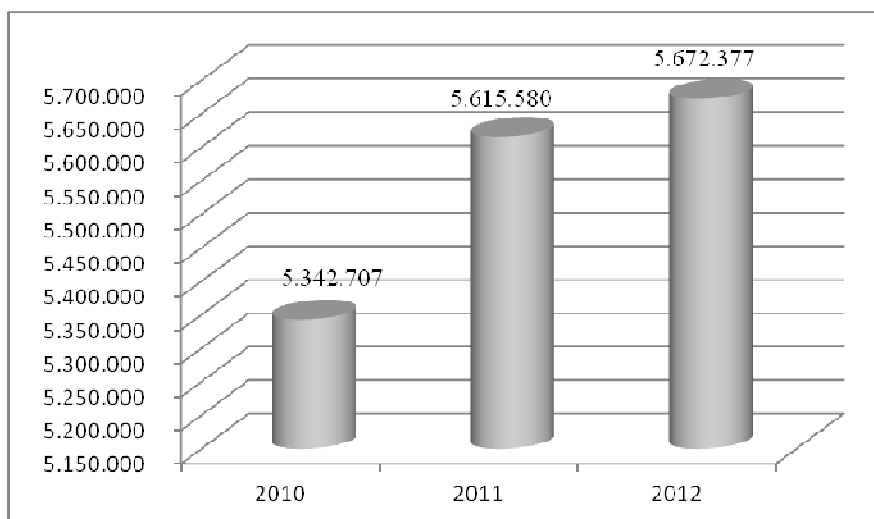
¹ Preservação do património, preservação do ambiente, planeamento do território, comunicação de eventos culturais, oferta cultural, hospitalidade do destino, outro atributo do Algarve (ondas, praias, hotel).

Como traço comum aos dois estudos salienta-se o interesse dos turistas por questões culturais o que demonstra o papel da cultura enquanto fonte de recursos com base nos quais poderão ser desenvolvidos produtos turísticos complementares ao sol e praia, contribuindo para diferenciar o destino turístico e para aumentar a satisfação dos turistas.

5.2. Caracterização da Oferta Turística

O concelho de Faro, com uma área de 202,55km² e 64.560 habitantes (Censos 2011) localiza-se numa posição central na Região do Algarve. No seu território está instalada a principal infraestrutura de entrada de turistas, o Aeroporto Internacional de Faro, que no ano de 2012 recebeu 5.672.377 passageiros (http://webresources.ana.pt/BI/Estatisticas/Tráfego_Aeroportuário.pdf). De realçar também que os últimos três anos registaram sempre crescimento no número de passageiros (figura 5.4), ainda que em menor percentagem de ano para ano.

Figura 5.4. Número de passageiros no Aeroporto de Faro (2010-2012)



Fonte: ANA (2010,2011,2012)

Para além do Aeroporto, que coloca a região a cerca de três horas e 30 minutos de avião dos principais países europeus, Faro, localiza-se a cerca de uma hora da Andaluzia

(através da A22) e a menos de três horas de Lisboa (através da A2). As principais cidades da região são servidas pela linha ferroviária longitudinal do Algarve, podendo ser esta uma opção para uma maior mobilidade na região. A linha regional está ligada à Rede Ferroviária Nacional, aproximando a cidade de Faro a Lisboa em três horas e ao Porto em cinco horas.

Em termos geográficos, Faro é composto por duas áreas distintas, o litoral, onde está inserido o Parque Natural da Ria Formosa e o barrocal caracterizado por encostas e vales.

O concelho tem património cultural diversificado com museus, muralhas, sítio arqueológico, igrejas e outro património religioso (<http://www.cm-faro.pt/menu/473/o-que-fazer-e-visitar.aspx>), património imaterial (folclore, tradições, festas, entre outros) e património natural (<http://www.cm-faro.pt/menu/483/praias.aspx>, <http://www.cm-faro.pt/menu/473/o-que-fazer-e-visitar.aspx>).

De acordo com os dados mais recentes publicados pelo INE, em 2011 existiam 22 empreendimentos turísticos em Faro os quais receberam 14.732 hóspedes e 276.842 dormidas. Visto que os dados estatísticos disponíveis, apenas se referem a 2011, algumas pensões foram entretanto reconvertidas em hotéis ou alojamentos locais e as informações relativas a esta última tipologia, não são contabilizadas pelo INE, a candidata recorreu à base de dados existente no Departamento de Cultura da Câmara Municipal de Faro que complementa a informação do INE e contabiliza 12 hotéis e pousadas e 45 alojamentos locais, que totalizam mais de 1700 camas no concelho. Também existe uma diversificada oferta em termos de restauração (<http://www.cm-faro.pt/menu/478/onde-comer.aspx>) e bebidas (<http://cms.cm-faro.pt//upload files/client id 1/website id 1/bares.pdf>). Esta última tipologia de oferta, a par com a programação da autarquia (<http://www.cm-faro.pt/menu/480/faro-com-vida.aspx>), do Teatro das Figuras e de outras salas de espetáculos, contribuem para a diversidade de animação noturna ao longo do ano.

A oferta cultural é diversificada, contudo necessita ser dinamizada de forma a torná-la mais atrativa. No que concerne à oferta do património natural, a mesma é dinamizada

por empresas de animação turística. Também o barrocal nomeadamente as freguesias de Estoi e Santa Bárbara de Nexe pelas suas características ímpares em termos de património construído e imaterial têm potencial para serem dinamizadas, em especial algumas tradições e eventos em determinadas alturas do ano.

5.3. Um Cartão Turístico para Faro

Com base na revisão de literatura, com o objetivo de criar um produto diferenciador e considerando que a criatividade e as experiências turísticas são hoje em dia conceitos-chave no processo de conceção de produtos turísticos desenhados na ótica do marketing pretende-se desenvolver um cartão turístico para o concelho de Faro.

5.3.1. Objetivos

Este projeto tem como objetivos:

- **Promover o destino turístico:**
 - Incentivar a deslocação e visita dos utilizadores aos principais locais de interesse do concelho;
 - Proporcionar experiências turísticas memoráveis;
 - Organizar a oferta turística;
 - Dar a conhecer os diferentes produtos/serviços turísticos.
- **Dinamizar o desenvolvimento económico do concelho:**
 - Incentivar o consumo através de incentivos e conseqüentemente o aumento dos proveitos dos agentes económicos;
 - Promover o consumo não só no litoral, mas em especial nas zonas mais periféricas ou menos divulgadas, através de experiências turísticas memoráveis.

Neste sentido pretende-se que este cartão, para além de oferecer incentivos permita, a quem o utilizar oferecer cenários onde os visitantes possam viver experiências memoráveis. Para tal o cartão terá associado um mapa com a sugestão de percursos temáticos através dos quais é possível usufruir do destino e, em simultâneo, conhecer uma oferta estruturada ao nível de serviços (visitas guiadas, atividades na ria, passeios, espetáculos, gastronomia) e produtos no comércio tradicional. Desta feita espera-se contribuir para estimular o consumo sobretudo com a aquisição de lembranças típicas da região e elucidativas das experiências vividas.

5.3.2. Identificação de Percursos Temáticos

Este projeto permite estruturar a oferta turística do concelho, oferecendo-lhe coerência através do desenho de percursos temáticos os quais resultam da adaptação dos atualmente implementados pelo Departamento de Cultura inspirados nos cinco sentidos e aqui designados como “cinco percursos cinco sentidos” (anexo 4), os quais se encontram estruturados do seguinte modo:

Percurso “Sonoridades de Faro” (Audição)

Percurso “Toques de magia pela Cidade Velha” (Tato)

Percurso “Um olhar sobre uma aldeia típica Algarvia - Estoi” (Visão)

Percurso “O perfume mediterrânico - Santa Bárbara de Nexe” (Olfato)

Percurso “Os sabores da Ria Formosa” (Paladar)

Com o propósito de facilitar a identificação dos percursos e a leitura do mapa associado, optou-se por associar a cada sentido uma cor específica de acordo com a informação contida na tabela 5.1. De referir que estas cores são apenas indicativas uma vez que o respetivo estudo de cor será da responsabilidade do Serviço de Atendimento e Relações Públicas da Câmara Municipal de Faro.

Tabela 5.1. Correspondência de cores e sentidos

Tato	Olfato	Visão	Audição	Paladar

Fonte: Elaborada pela própria

Para cada percurso será elaborado um mapa com a identificação das principais atrações, associando os respetivo(s) sentido(s), conforme ilustrado no mapa da figura 5.5. Uma vez aprovado o projeto por parte do executivo o trabalho gráfico será executado pelo Serviço de Atendimento e Relações Públicas da CMF.

Figura 5.5 Mapa do percurso “Sonoridades de Faro”



Legenda: P –Partida / C – Chegada

Fonte: Mapa do Google, adaptado pela própria

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade Profissional

Ao longo de cada percurso, em cada local identificado estará colocado um dístico com um breve texto de enquadramento e identificados os sentidos despertados pelo espaço/monumento.

Sendo que o(s) sentido(s) agora identificados apenas refletem a opinião da candidata considera-se essencial validar cada proposta convidando para o efeito um conjunto de pessoas (figura 5.6), as quais poderão ter outra(s) opiniões sobre os sentidos que os percursos, eventos ou estabelecimentos despertam.

Figura 5.6 Proposta de entidades envolvidas na seleção dos cinco sentidos



Fonte: Elaborada pela própria / Fotos: Arquivo da CMF

Este Cartão Turístico destina-se aos visitantes de Faro (turistas e excursionistas), sendo que no que se refere aos excursionistas estes poderão estar alojados ou residirem nos concelhos limítrofes ou nas regiões próximas.

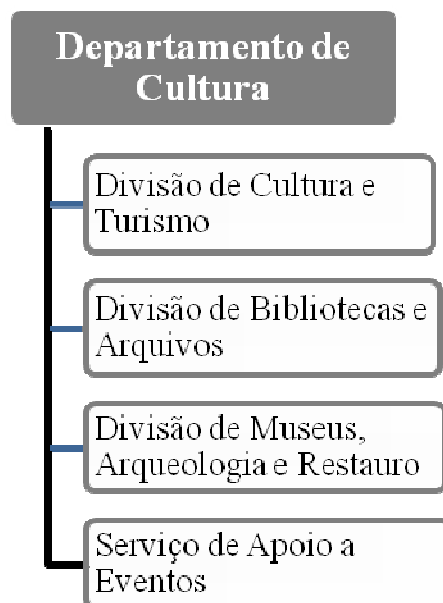
Após a conceção do Cartão Turístico e com o objetivo de elucidar sobre a aplicação do mesmo numa autarquia serão explanadas, no ponto seguinte, as fases que se seguem em termos de aprovação interna.

5.3.3. Processo de Aprovação Interna

A investigação elaborada ao longo deste projeto foi fundamental para a conceção do cartão turístico para Faro e a experiência profissional da candidata será uma mais-valia nesta fase onde se procurará explanar os procedimentos internos que antecedem a venda do cartão turístico, sem esquecer que durante a comercialização é essencial pôr em prática um processo contínuo de monitorização do projeto procedendo, sempre que se verifique pertinente, a ajustamentos necessários.

O Cartão Turístico será gerido ao nível do Departamento de Cultura, o qual é constituído por três Divisões e um Serviço (figura 5.7).

Figura 5.7. Organograma do Departamento de Cultura



Fonte: Elaborado pela própria

No caso deste projeto estarão envolvidas duas Divisões que terão funções distintas. A Divisão de Museus, Arqueologia e Restauro que, tendo em consideração a formação dos seus técnicos, preparará a informação de âmbito patrimonial e histórica necessária aos percursos e colaborará na organização das visitas pelos percursos conforme previsto na figura 5.6 da página 43. A Divisão de Cultura e Turismo, por sua vez, ficará responsável

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade Profissional

por coordenar todas as tarefas necessárias inerentes a este processo até à colocação do Cartão Turístico à venda, e posteriormente, no acompanhamento das vendas e na monitorização do projeto.

Em termos de calendarização, o projeto terá a duração de um ano, sendo que se prevê que o lançamento coincida com a Bolsa de Turismo de Lisboa, certame onde a Câmara Municipal de Faro habitualmente participa. As iniciativas que têm lugar nesta Feira têm uma ampla cobertura por parte da comunicação social pelo que será uma oportunidade para divulgar o projeto a nível nacional.

Tabela 5.2. Calendarização do projeto

Etapas da implementação do projeto	jan/fev.	mar. a set.	out. a dez.	jan n+1	fev n+1. a fev n+2	abril a n+1...
1 Aprovação das normas de utilização e gestão do cartão turístico						
2 Apresentação do projeto a potenciais interessados e receção fichas de adesão						
3 Validação da informação (percursos e sentidos)						
4 Criação da imagem e conceção gráfica dos materiais						
5 Aquisição dos serviços de impressão						
6 Aprovação dos preços de venda						
7 Lançamento e comercialização do cartão Turístico						
8 Monitorização						

Fonte: Elaborado pela própria

Para melhor se elucidar o leitor sobre o funcionamento de uma autarquia no que diz respeito ao desenvolvimento de um projeto desta natureza, foi desenhado um fluxograma (figura 5.8, página 50) onde estão identificadas as fases pelo qual passará o Cartão Turístico na Câmara Municipal de Faro, desde a elaboração das normas até à comercialização, não esquecendo a monitorização continua que se considera imprescindível para a tomada de decisões futuras.

Numa autarquia a primeira fase conducente à implementação de um projeto desta natureza corresponde à apresentação do próprio e das respetivas normas de utilização e

gestão do Cartão Turístico, bem como à elaboração das fichas que lhe estão e associadas e restantes documentos adstritos.

Após preparação das normas que regem a utilização e gestão do cartão e que constam do anexo 5, esta documentação segue para o(a) Vereador(a) do Pelouro que remeterá para aprovação em Reunião de Câmara cuja minuta de proposta se encontra no anexo 6.

Após aprovação, a segunda fase, conforme consta na figura 5.8 da página 50, corresponde à divulgação das normas junto de diferentes entidades, nomeadamente através da apresentação pública do projeto a empresários e respetivas Associações, por forma a a cativarem a sua adesão ao projeto. Em simultâneo com a apresentação serão também enviadas as normas para estas entidades e empresas.

Os estabelecimentos/entidades interessados em integrar esta iniciativa, preencherão a ficha de adesão, que faz parte das Normas de Utilização e Gestão do Cartão Turístico e que será analisada na Divisão de Cultura e Turismo para posteriormente se celebrar o acordo entre as partes (anexo 5).

É também durante esta fase que se procederá à validação dos percursos e sentidos, através da organização de visitas temáticas e participação em algumas iniciativas de caráter cultural.

No seguimento da receção da informação e tratamento desta, passa-se à fase três que corresponde à “*criação da imagem gráfica*” do Cartão Turístico e dos respetivos materiais, bem como à definição das quantidades e características (dimensões, tipo de material) do material a produzir.

Neste primeiro ano o material será produzido em duas línguas, português e inglês, na medida em que o mercado do Reino Unido é um dos referidos em termos de procura e, por outro lado, o mercado alemão também com significado em Faro em termos de visitantes de um modo geral compreende a língua inglesa. Consoante a aceitação deste projeto durante o primeiro ano, ponderar-se-à na segunda edição a tradução da

informação para espanhol e francês, mercados que também têm algum peso em termos de dormidas e de visitas em Faro.

Na fase quatro dá-se início aos procedimentos para aquisição do material, passando-se à análise dos custos envolvidos e à elaboração do caderno de encargos e pedido de cabimento. Neste caso, assume-se que os custos de impressão dos materiais serão superiores a 5.000€ e inferiores a 75.000€, pelo que nos termos da alínea a), do n.º 1 do artigo 20º do Código de Contratação Pública (CCP), aprovado pelo Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de Janeiro, com a redação introduzida através do Decreto-Lei n.º 278/2009, de 2 de Outubro, optar-se-á pelo Ajuste Direto, sendo que o procedimento decorrerá na plataforma eletrónica da Construlink.²

Após conclusão do processo de adjudicação, passa-se à quarta fase, a qual corresponde à aprovação do Preço de Venda do Cartão Turístico. Para definição do preço e correspondente definição das modalidades de cartão devem ser ponderados os elementos que constam da figura 5.9.

Um dos elementos a considerar para o cálculo do preço de venda são os custos do Cartão Turístico, os quais devem ter em linha de conta para além dos custos de impressão de todo o material, o custo com os recursos humanos envolvidos, bem como os custos administrativos (por norma acresce 20% aos custos totais).

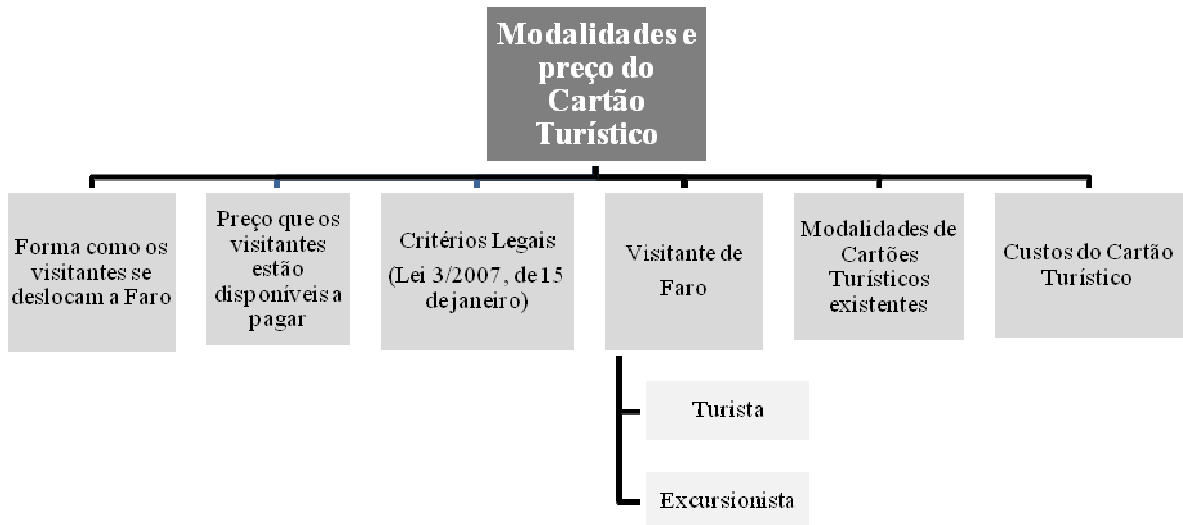
De realçar também que a definição dos preços numa autarquia está enquadrada legalmente e que um aspeto a ter em consideração é o estipulado pelo artigo 16.º, da Lei n.º 2/2007, de 15 de Janeiro:

“Os preços e demais instrumentos de remuneração a fixar pelos municípios relativos aos serviços prestados e aos bens fornecidos em

² Etapas genérica no procedimento de Ajuste Direto: Introdução do caderno de encargos, convite a diversas entidades; aprovação do procedimento, abertura das propostas enviadas, análise das mesmas e elaboração de relatório, onde é proposta a empresa a adjudicar o serviço, compromisso da verba envolvida com a adjudicação, autorização da adjudicação e adjudicação.

gestão direta pelas unidades orgânicas municipais ou pelos serviços municipalizados não devem ser inferiores aos custos direta e indiretamente suportados com a prestação desses serviços e com o fornecimento desses bens.”

Figura 5.9 Elementos para a definição das modalidades e preço do Cartão Turístico



Fonte: Elaborado pela própria

Após calculados os preços, os mesmos serão colocados à consideração do Vereador(a) do Pelouro que os remeterá para aprovação em Reunião de Câmara, conforme proposta do anexo 7.

Após impressão dos materiais, tem lugar o lançamento do Cartão Turístico e a sua distribuição pelos revendedores, a qual será acompanhada por uma formação sobre os procedimentos a ter durante a comercialização deste produto, bem como sobre os percursos temáticos identificados.

Também no mês de fevereiro deverão ser colocados os *mupis*, *outdoors* e *vinis*, bem como os dísticos nos monumentos e espaços selecionados, e a informação *on-line* na página de *internet*.

A comercialização do cartão será efetuada nos Museus Municipal e Regional de Faro e noutros locais devidamente assinalados, nomeadamente unidades de alojamento, com os quais a autarquia estabeleça o acordo que consta do esboço das Normas de Utilização e Gestão do Cartão Turístico (anexo 5).

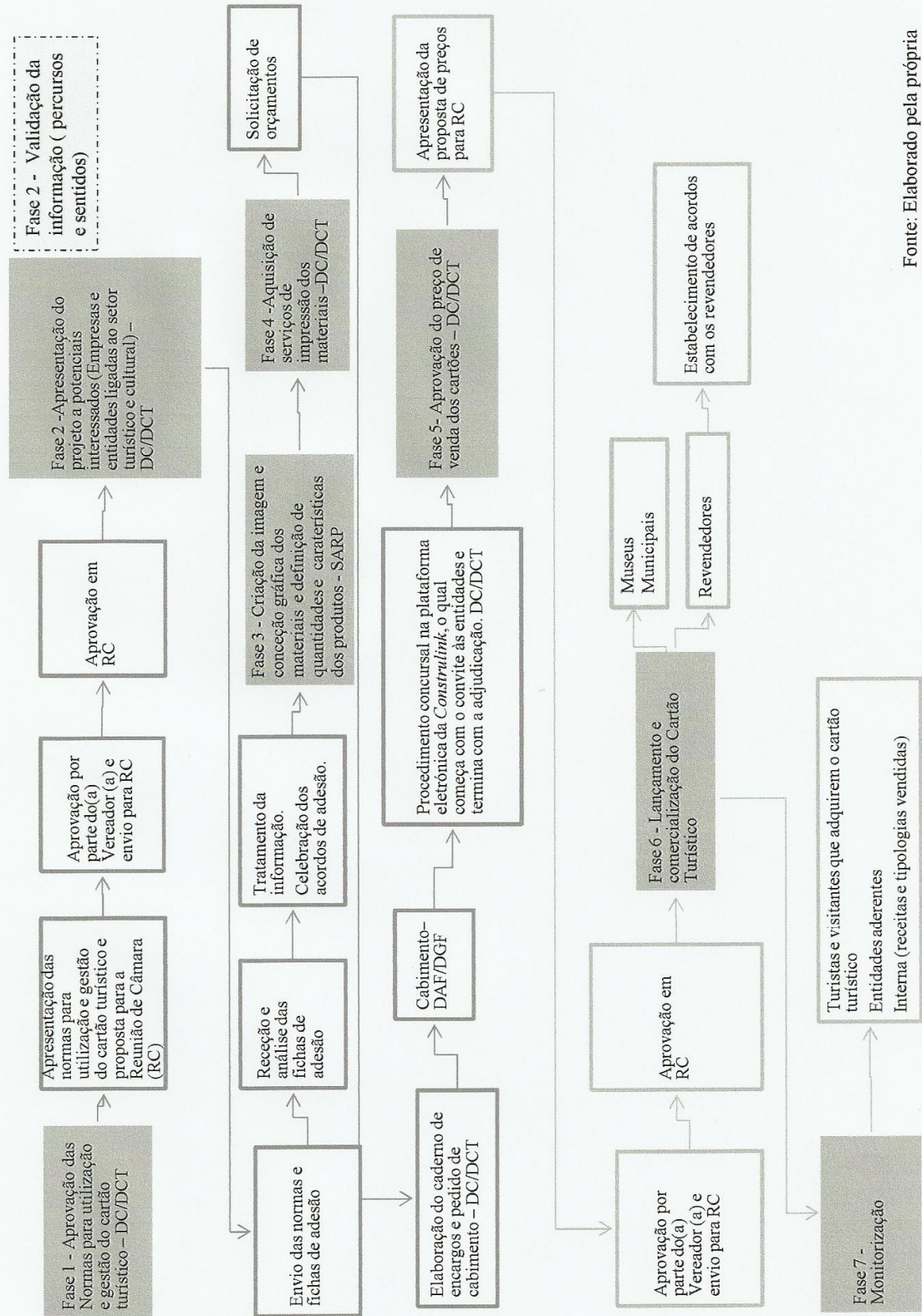
A entrega da receita dos cartões colocados à consignação nos estabelecimentos será feita mensalmente cabendo ao funcionário adstrito à Divisão de Cultura e Turismo proceder à verificação, recolha das fichas de aquisição e das verbas.

A última fase do projeto é a monitorização, pois importa aferir quais os resultados atingidos em termos de vendas, bem como ao nível da satisfação dos utilizadores e entidades aderentes.

A metodologia a aplicar no processo de monitorização variará entre o envio de inquéritos *on-line* para os visitantes, a entrevista direta junto dos estabelecimentos/entidades aderentes e a avaliação do número de cartões vendidos, receita obtida, reclamações e sugestões recolhidas.

Através da monitorização poder-se-ão detetar eventuais problemas, dificuldades sentidas e introduzir correções conducentes à melhoria do produto, ajustando-o às necessidades e expectativas dos utilizadores e dos aderentes e dar continuidade ao projeto.

Figura 5.8 Fluxograma de fases de implementação do cartão



Fonte: Elaborado pela própria

Capítulo VI - Curriculum Vitae

A sociedade atual impõe padrões de competitividade muito elevados, a diversos níveis, imagem, comunicação e conhecimento. O nosso sucesso profissional e pessoal dependerá do reconhecimento das nossas aptidões, competências e habilidades, as quais são indispensáveis para nos diferenciarmos e posicionarmos no contexto social e profissional em que estamos inseridos (Medeiros *et al.*, 2010).

O Curriculum Vitae (CV) é uma expressão latina que significa curso da vida, e que muitas das vezes é o cartão-de-visita para apresentarmos as competências e aptidões, seja quando nos estamos a candidatar a uma oferta de emprego ou quando essa informação pode ser crucial na apresentação de um trabalho como é o caso de um Relatório de Atividade Profissional.

O CV pode ser escrito de forma funcional ou cronológico inverso (Jornal de Notícias e Diário de Notícias, 2012) mas sempre adaptado às circunstâncias para o qual o mesmo se destina.

Atualmente está muito em voga o CV modelo Europeu (Europass CV), aprovado pelo Parlamento Europeu e Conselho da União Europeia através da Decisão 2241/2004/CE. Este CV veio normalizar a apresentação dos currículos e contribuir para a transparência nas qualificações e competências facilitando a mobilidade na Europa.

Assim, os objetivos deste modelo são:

- Ajudar os cidadãos a transmitirem as suas competências e qualificações de um modo eficaz, facilitando o seu acesso à formação ou ao mercado de trabalho;
- Ajudar as entidades empregadoras a compreenderem as competências e as qualificações adquiridas pelo seu titular;
- Ajudar as autoridades dos sectores da Educação e Formação a definirem e a transmitirem o conteúdo dos respetivos currículos.

Pelas razões expostas foi o escolhido pela candidata para integrar no RAP, o modelo Europeu por permitir apresentar de forma clara e exaustiva informações sobre as suas qualificações e competências.

Ainda que o modelo Europeu recomende que o CV não tenha mais de duas páginas, neste caso e face à necessidade da candidata detalhar a sua experiência profissional, o mesmo será mais extenso e apresentado, por ordem cronológica inversa.

Para o presente Relatório é importante destacar os principais projetos acompanhados e desenvolvidos pela candidata ao longo da sua carreira profissional, bem como as formações académicas e profissionais frequentadas, as quais contribuíram para um melhor desempenho ao longo da carreira profissional.



Experiência profissional

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades

Desde 15 de Março de 2010

Diretora do Departamento de Cultura

Projetos da Divisão de Cultura e Turismo acompanhados:

a) Coordenação da agenda cultural mensal:

Tarefas executadas:

- Receção, compilação da informação por temas (música, dança, exposições, desporto, atividades, livros,...) e envio para a empresa gráfica.
- Abertura de procedimento concursal para impressão da agenda cultural.
- Distribuição *on-line* e por correio da agenda cultural.

b) Coordenação da preparação de duas edições da formação para rececionistas e profissionais de turismo, em colaboração com a Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve (EHTA):

Tarefas executadas:

- Elaboração do programa de formação.
- Contacto com as entidades envolvidas durante a formação e articulação das visitas.
- Divulgação da iniciativa, junto de unidades hoteleiras, empresas de animação turística, guias turísticas, associações empresariais.
- Preparação de materiais a entregar na formação.
- Receção das inscrições e coordenação com a Escola de Hotelaria e Turismo do Algarve.
- Acompanhamento da formação.

c) Coordenação da informação turística para colocação no site do Município e manutenção da informação.

Tarefas executadas:

- Atualização das bases de dados do turismo (hotéis, restaurantes, bares, rent-a-car, empresas de animação turística, agências de viagem), com base nas informações disponíveis por Associações (AHISA, AHETA, ANFARO, ANTRAL, APAVT), pesquisa bibliográfica no âmbito do património cultural e natural.
- Preparação de textos.
- Criação de percursos turísticos.

d) Coordenação, gestão e acompanhamento de projetos culturais desenvolvidos pela câmara, nomeadamente o carnaval (2011, 2012), festival de charolas (2011, 2012, 2013), programação do Verão (feira do livro, espetáculos de diferentes disciplinas artísticas) (2010 a 2012), concertos de natal (2010 a 2012), passagem de ano (2010 a 2012), Festival Adentro (2011, 2012), Passeio noturno (2011), feiras de artesanato e de antiguidades, velharias e colecionismo, desde 2012.

Tarefas executadas:

- Para algumas destas iniciativas, nomeadamente para as charolas, carnaval e feiras, foram criadas normas, as quais foram aprovadas em reunião de Câmara.
- Envio de convites a entidades ou pessoas, conforme os casos, para participarem, rececionar as candidaturas, analisar e propor a sua participação ou não. No caso das charolas e carnaval, elaborar propostas para os apoios financeiros, os quais deverão ser submetidos para aprovação em Reunião de Câmara.
- Análise da(s) proposta(s) de espetáculo(s) que são enviadas e estabelecimento de contactos com produtores artísticos a solicitar orçamentos para a programação de verão, 25 de Abril, Passagem de ano, concertos de Natal, passeio noturno, Festival Adentro. Após análise das propostas são abertos os procedimentos concursais para contratação dos serviços.
- Verificar as necessidades logísticas e abrir procedimentos concursais para aquisição dos serviços ou produtos sempre que necessário (som, luzes, águas, sanitários, segurança, confetis, taxas – SPA e Direitos

Conexos, stands, entre outros). Sempre que o apoio possa ser prestado internamente, o mesmo é solicitado ao SAE.

- Proceder à divulgação das iniciativas (solicitar internamente ao SARP a criação da imagem e impressão dos materiais, elaborar nota de imprensa, divulgar na página de internet e na rede social Facebook).
 - Coordenação dos eventos durante a realização dos mesmos.
- e) Coordenação das comemorações do Dia Mundial de Turismo, através da elaboração de um passaporte turístico que proporciona descontos e gratuidades em serviços e produtos turísticos e comerciais.

Tarefas executadas:

- Reunião com potenciais participantes (unidades hoteleiras, associações empresariais, empresas de animação turística, entidades públicas e privadas que gerem espaços que recebem habitualmente turistas).
 - Envio das fichas de inscrição, receção da informação e compilação da mesma.
 - Abertura do procedimento concursal para a impressão dos materiais.
 - Divulgação da iniciativa, em unidades hoteleiras, parceiros, postos de turismo e museus.
- f) Coordenação do programa cultural no âmbito das Comemorações do Dia de Portugal e das Comunidades, em 2010:
- Receção ao Presidente da República no dia 9 de junho:
 - Atuação de diversos grupos (alunos das Escolas João de Deus do Algarve, durante a homenagem ao pedagogo João de Deus. acordeonistas, durante o percurso entre o Arco da Vila e a Câmara Municipal de Faro. Versus Tuna, após a Sessão solene de Boas-vindas na Câmara. duo de violinos, durante o cocktail da Sessão de cumprimentos do Corpo Diplomático. Viviane no Palco da Doca, após os concertos das Bandas de Música da Armada. Exército e Força Aérea).
 - Dia 10 de junho:
 - Atuação de vários grupos musicais em diferentes momentos das comemorações.

- Coordenação do apoio logístico necessário à exposição do Museu da Presidência da República “Fotógrafos e Fotografia – Retratos de Presidentes” a qual teve lugar na Sala de exposições da Diocese do Algarve, bem como, durante o lançamento do livro “Os Dias de Portugal – Discursos de João Benárd da Costa”, o qual teve lugar na Capela do Museu Municipal.

Tarefas executadas:

- Abertura de procedimentos concursais para aquisição dos espetáculos e dos momentos de animação, do apoio logístico e licenças de SPA.
- Coordenação das atividades que decorreram durante estas Comemorações e respetivos apoios, com as diferentes entidades envolvidas e com outras entidades que realizaram atividades nestas datas ou nas que antecederam ou precederam a iniciativa.

g) Acompanhamento do projeto Movimenta-te, entre abril de 2010 e novembro 2012, no âmbito do Algarve Central, o qual envolveu cinco municípios (Faro, Loulé, Olhão, São Brás de Alportel e Tavira) e o Teatro Municipal de Faro. O projeto visava a apresentação de um conjunto de espetáculos no âmbito da música, teatro, dança nos concelhos envolvidos, sendo que alguns projetos envolviam a comunidade local.

Tarefas executadas:

- Abertura de procedimentos de contratação pública de diretor artístico, produtor artístico e dos materiais de divulgação.
- Preparação das reuniões de coordenação do projeto e conferência de imprensa para apresentação do projeto.

h) Acompanhamento dos pedidos de apoio financeiro e logístico feito pelas Associações sem fins lucrativos:

Tarefas executadas:

- Receção e análise dos pedidos.
- No caso dos pedidos de apoio financeiro, é solicitado o cabimento e elaborada a proposta para aprovação do apoio em reunião de câmara.
- Envio do pedido de apoio logístico para os respetivos serviços.
- Coordenação dos apoios e comunicação às entidades.

Projetos da Divisão de Museus, Arqueologia e Restauro acompanhados:

i) Coordenação das tarefas a desenvolver no âmbito das exposições desenvolvidas pela Divisão de Museus, Arqueologia e Restauro no Museu Municipal, Museu Regional e Galeria Trem, onde se destacam:

- Exposição “Algarve, Visionário, Excêntrico e Utópico, a qual decorreu entre junho de 2010 e fevereiro de 2011. Esta exposição esteve inserida no âmbito da iniciativa da Rede de Museus do Algarve, “Algarve do Reino à Região”, cujo objetivo foi contar a história da Região durante os últimos 1000 anos. No caso de Faro, as exposições contaram com trabalhos de artistas algarvios ou residentes no Algarve, do século XX e tiveram lugar nos Museus Municipal e Regional e na Galeria Trem.
- Outras exposições realizadas na Galeria Trem:
 - É perigoso olhar para dentro, de 3 de dezembro de 2012 a 2 de fevereiro de 2013 (exposição no âmbito de um protocolo de colaboração com a Universidade do Algarve – Curso de Artes Visuais).
 - Politically Excited, de 21 de setembro a 2 dezembro de 2012 (exposição no âmbito de um protocolo de colaboração com a Universidade do Algarve – Curso de Artes Visuais).
 - Casa-Carrossel, de Fátima Mendonça, de 16 de junho a 9 de setembro de 2012.
 - O anel do nibelungo, de Pedro Leal Filipe, de 7 de maio a 19 de junho de 2011.
 - O Princípio da Luz - Fotografia na Coleção EDP (Francisco Tropa – Farol, Eduardo Gageiro - Período 1955 – 1980), de 9 de julho a 31 de outubro de 2011.
 - Asseca, Pedro Leitão, de 20 novembro de 2011 a 26 de fevereiro de 2012.
 - Caos, de Natália Gromicho, de 10 de março a 3 de junho de 2012.

- Outras exposições temporárias no Museu Municipal:
 - O Natal é quando o Homem quiser! - Coleção de presépios de Dorília Agostinho, de 16 de dezembro de 2012 a 12 janeiro 2014.
 - Carlos Augusto Lyster Franco – O Franco dos carvões, de 27 de outubro de 2012 a 30 de junho de 2013.
 - Exposição sobre o Parlamentarismo e a história do Palácio de São Bento, de 4 de outubro a 4 de novembro de 2012.
 - Faro ao gosto de Avelar e ao traço de Fabri – exposição comemorativa do bicentenário do Arco de Vila (1812-2012), de 4 de agosto de 2012 a 20 janeiro 2013.
 - 9 Reis, 9 Estudos - Esculturas de Villares Pires, de 3 de março a 17 de junho de 2012.
 - Cantai Ó Povos! Foi-nos dado um Salvador (Os Presépios do Palácio de Estoi e do Seminário de Faro), de 3 de dezembro de 2011 a 8 de janeiro de 2012.
 - Rosário da Silva – Homenagem ao Artista Fareense, de 8 de setembro de 2011 a 18 de março de 2012.
 - 7decadasUP, exposição sobre os que não viram calçada tornar asfalto, de 24 de setembro a 31 de dezembro de 2011.
 - 30 anos Concentração Motard, de 2 julho a 11 setembro 2011.
 - O Silêncio das Cegonhas, exposição fotográfica de Pedro Inácio e Carlos Inácio, de 26 de Março a 12 junho 2011.
- Outras exposições temporárias no Museu Regional:
 - Comemoração dos 50 anos do Museu Regional do Algarve: Carlos Porfírio e Hélder de Azevedo, os artistas-etnógrafos», de 7 de setembro de 2012 a 30 de agosto de 2013 (Exposição no âmbito da Rede de Museus do Algarve).
 - Para grandes males, grandes remédios – A medicina popular no concelho de Faro, de 31 de março a 17 de agosto de 2012.

- Centenário da Institucionalização do Turismo em Portugal , entre 16 de maio e 31 de dezembro de 2011.
- «O Brinquedo de plástico em Portugal - da confeção à coleção ...», de José Humanes, de 25 de fevereiro a 6 de maio de 2011.

Tarefas executadas:

- Coordenação das diferentes etapas a desenvolver antes e durante a exposição, nomeadamente:
- Investigação histórica, antropológica em algumas exposições
- Elaboração do projeto museográfico.
- Verificação das necessidades em termos de materiais/peças, e solicitar as mesmas quando necessário.
- Solicitação de cotação de seguros para transporte e manutenção das peças durante a exposição.
- Solicitação de apoio para transporte das peças quando necessário.
- Elaboração dos procedimentos concursais para aquisição de serviços diversos, nomeadamente impressão de telas, *mupis*, imagens ou outros materiais necessários para a concretização da exposição.
- Elaboração de projeto de dinamização do serviço educativo em torno de muitas das exposições.
- Realização de seminários, conferências de acordo com as temáticas de algumas exposições, em especial as que têm maior duração e tiveram por base uma investigação prévia.
- Divulgação das iniciativas (produção da imagem, envio de nota de imprensa, divulgação na página de internet e na *mailling list*).

Projetos da Divisão de Bibliotecas e Arquivos acompanhados:

j) Elaboração do regulamento do Arquivo Municipal e do plano de arquivo

Tarefas executadas:

- Elaboração do regulamento (em curso).
- Elaboração do plano de arquivo e realização de sessões de esclarecimento.

k) Projeto cinema entre linhas (formações, concurso), financiado pela Fundação Caloust Gulbenkien:

Tarefas executadas:

- Elaboração normas para concurso
- Elaboração de procedimentos concursais para contratação de serviços de formação e de aquisição de prémios para concurso.
- Divulgação das iniciativas na página de *internet*, comunicação social, escolas e *Facebook*.

Acompanhamento do Serviço de Apoio a Eventos

l) Coordenação do Serviço de Apoio a Eventos:

Tarefas executadas:

- Análise dos pedidos de apoio logístico.
- Distribuição dos pedidos pelos funcionários.
- Gestão de equipamentos

Projetos transversais acompanhados no Departamento de Cultura:

m) Acompanhamento na elaboração de diversas normas no âmbito da gestão de espaços (Teatro Lethes, Galeria Trem, Cinema Ossónoba), organização de iniciativas, como concursos de contos, desenhos e na gestão de serviços, nomeadamente, normas de cedência, utilização e segurança de equipamento do Município de Faro.

Tarefas executadas:

- Elaboração das normas e das propostas para reunião de câmara.
- Divulgação das normas na página de internet e junto dos diferentes públicos a quem as mesmas se dirigem.

n) Acompanhamento e participação em diversas comissões e conselhos municipais:

- Conselho Municipal de Turismo (a).
- Fórum Cultural (a).

- Comissão de Consultiva para a Edição (a).
- Comissão de análise das exposições na Galeria Trem (a)
- Comissão de Toponímia (b).
- Conselho Consultivo do Teatro Municipal de Faro (b).

Tarefas executadas:

(a)

- Envio de convocatórias.
- Preparação da documentação a entregar e debater na Comissão.
- Elaboração da ata da reunião.

(b)

- Preparação e análise de propostas.

O acompanhamento das atividades desenvolvidas nas Divisões, bibliotecas e arquivo e de museus, arqueologia e restauro, a qual é feita em colaboração com as respetivas chefias.

Nome e morada do empregador	Câmara Municipal de Faro – Largo da Sé, 8004-001 Faro
Tipo de empresa ou sector	Administração Pública Local
Datas	De 1 de março de 2010 a 14 de março de 2010
Função ou cargo ocupado	Chefe de Divisão de Cultura
Principais atividades e responsabilidades	Face ao curto período de tempo, tratou-se de um período em que procedeu ao conhecimento dos procedimentos internos e dos projetos em curso.
Nome e morada do empregador	Câmara Municipal de Faro – Largo da Sé, 8004-001 Faro
Tipo de empresa ou sector	Administração Pública Local
Datas	De 9 de agosto de 2004 a 28 de fevereiro de 2010
Função ou cargo ocupado	Chefe de Divisão de Cultura e Turismo
Principais atividades e responsabilidades	<u>Projetos do serviço de cultura acompanhados:</u> a) <u>Programação cultural: Verão em Tavira (2005 a 2009), onde se incluem as feiras do livro, artesanato, antiguidades, disco e <i>vinil</i>, concertos, teatro, artes performativas, projeto, “Cenas na Rua”, marchas e santos populares</u>

(2005 a 2009), carnaval (2005 a 2009), Festival de Charolas (2005 a2010), Feira da Serra (2005 a 2009), passagem de ano (de 2007 a 2009), concertos de natal (2005 a 2009) projeto música nas igrejas (2008 a 2009).

Tarefas executadas:

- Para algumas destas iniciativas, nomeadamente para as charolas, carnaval e feiras, foram criadas normas, as quais foram aprovadas em reunião de Câmara.
- Verificação das necessidades logísticas e abertura de procedimentos concursais para aquisição dos serviços ou produtos sempre que necessário (som, luzes, águas, sanitários, aluguer de stands, segurança, entre outros).
- Divulgação das iniciativas (produção da imagem, envio de nota de imprensa, divulgação na página de internet e na mailling list).
- No caso do projeto “Verão em Tavira” foi necessário proceder-se à abertura de procedimentos para a elaboração da imagem e impressão do material de divulgação.
- Coordenação dos eventos durante a realização dos mesmos.

b) Acompanhamento dos pedidos de apoio financeiro e logístico feito pelas Associações Culturais sem fins lucrativos:

Tarefas executadas:

- Receção e análise dos pedidos.
- No caso dos pedidos de apoio financeiro, foi solicitado o cabimento e elaborada a proposta para aprovação do apoio em reunião de câmara.
- Envio do pedido de apoio logístico para os respetivos serviços
- Coordenação dos apoios e comunicação às entidades.

Projetos do serviço de turismo acompanhados:

c) Acompanhamento e gestão do PITER - Programas Integrados Turísticos de Natureza Estruturante e Base Regional.

Tarefas executadas:

- Preparação dos conteúdos informativos para os percursos e folhetos.

- Elaboração dos procedimentos concursais para criação de uma nova imagem, uma nova página de *internet*, audioguias com percursos, folhetos, mapas, *mupis* e *outdoors*, bem como para a impressão e tradução dos mesmos.

d) Organização de Festivais gastronómicos (Mar 2005 a 2009, Serra 2005 a 2010):

Tarefas executadas:

- Criação de normas.
- Convite a potenciais participantes.
- Análise das inscrições e tratamento da informação.
- Visita técnica aos estabelecimentos, com vista a verificar as condições de higiene e segurança alimentar.
- Contratação pública para aquisição dos serviços necessários para a promoção dos mesmos (folheto, cartazes, *mupis*, anúncios na comunicação social).
- Divulgação das iniciativas (produção da imagem, envio de nota de imprensa, divulgação na página de *internet*).
- Preparação de inquéritos a aplicar durante o festival, tratamento e análise dos resultados.

e) Participação em feiras de turismo nacionais (Bolsa de Turismo de Lisboa, Algarve Convida- Lisboa e Porto, Expoturis-Porto)

Tarefas executadas:

- Contratação dos serviços de transporte, aluguer de espaço, aquisição de brindes.
- Solicitação de material de divulgação das entidades de turismo local (unidades de alojamento, restaurantes, empresas de animação).
- Prestação de informações aos visitantes.

f) Elaboração de diversos materiais de divulgação guia gastronómico e rota do artesanato:

Tarefas executadas:

- Pesquisa de informação para introduzir nos materiais de divulgação.
- Contratação pública para aquisição dos serviços de *design* e impressão dos materiais de divulgação.

Projetos do serviço de biblioteca acompanhados:

g) Acompanhamento da abertura dos procedimentos relativos à abertura da Biblioteca Municipal:

Tarefas executadas:

- Abertura dos procedimentos concursais de ajustes diretos para aquisição de livros, materiais didáticos, concursos públicos internacionais para a aquisição de mobiliário e equipamento de som.

h) Acompanhamento das atividades diárias desenvolvidas na biblioteca, arquivo, turismo e cultura.

Nome e morada do empregador

Tipo de empresa ou sector

Datas

Função ou cargo ocupado

Principais atividades e responsabilidades

Câmara Municipal de Tavira – Praça da República, 8800 -951Tavira

Administração Pública Local

De 2 de setembro de 2002 a 8 de agosto de 2004

Coordenadora Técnica

Projetos do Serviço de Cultura acompanhados:

- a) Programação cultural da câmara: (Verão em Tavira, (2003 e 2004, onde se incluem as feiras do livro, artesanato, antiguidades, disco e vinil, concertos, teatro, artes performativas, projeto, “cenas na Rua”, marchas e santos populares (2003, 2004), carnaval (2003,2004), Festival de Charolas (2003,2004), Feira da Serra (2003, 2004).**

Tarefas executadas:

- Para algumas destas iniciativas, nomeadamente para as charolas, carnaval e feiras, foram criadas normas, as quais foram aprovadas em reunião de Câmara.

- Verificação das necessidades logísticas e abertura de procedimentos concursais para aquisição dos serviços ou produtos sempre que necessário (som, luzes, águas, sanitários, aluguer de stands, segurança, entre outros).

Divulgação das iniciativas (produção da imagem, envio de nota de imprensa, divulgação na página de *internet* e na *mailling list*).

- No caso do projeto “Verão em Tavira” foi necessário proceder-se à abertura de procedimentos para a elaboração da imagem e impressão do material de divulgação.
- Coordenação dos eventos durante a realização dos mesmos.

b) Acompanhamento dos pedidos de apoio financeiro e logístico feito pelas Associações Culturais sem fins lucrativos:

Tarefas executadas:

- Receção e análise dos pedidos.
- No caso dos pedidos de apoio financeiro, foi solicitado o cabimento e elaborada a proposta para aprovação do apoio em reunião de câmara.
- Envio do pedido de apoio logístico para os respetivos serviços.
- Coordenação dos apoios e comunicação às entidades.

Projetos do serviço de turismo acompanhados:

c) Organização de Festivais gastronómicos (Mar 2003 e 2004, Serra 2004):

Tarefas executadas:

- Criação de normas.
- Convite a potenciais participantes.
- Análise das inscrições e tratamento da informação.
- Visita técnica aos estabelecimentos, com vista a verificar as condições de higiene e segurança alimentar.
- Contratação pública para aquisição dos serviços necessários para a promoção dos mesmos (folheto, cartazes, *mupis*, anúncios na comunicação social).

- Divulgação das iniciativas (produção da imagem, envio de nota de imprensa, divulgação na página de *internet*).
 - Preparação de inquéritos a aplicar durante o festival, tratamento e análise dos resultados.
- d) Projeto “Melhor restauração”: elaboração de guia gastronómico e sessões de esclarecimento (reuniões e seminário):**

Tarefas executadas:

- Guia: Pesquisa de informação a introduzir no guia e contratação pública para aquisição dos serviços de *design* e impressão do guia.
 - Sessões de esclarecimento com estabelecimentos de restauração no sentido de sensibilizar para as questões da formação.
 - Seminário “A arte de bem receber” – envio do convite a entidades para participarem(EHTA AHISA, Qualigénese,), elaboração do programa, divulgação da iniciativa, convite aos estabelecimentos de restauração do concelho.
- e) Participação em feiras de turismo nacionais (Bolsa de Turismo de Lisboa) e internacionais (Foire expo):**

Tarefas executadas:

- Contratação dos serviços de transporte, aluguer de espaço, aquisição de brindes.
 - Solicitação de material de divulgação das entidades de turismo local (unidades de alojamento, restaurantes, empresas de animação).
 - Prestação de informações aos visitantes.
- f) Acompanhamento das atividades diárias desenvolvidas na biblioteca, arquivo, no serviço de turismo e de cultura.**

Nome e morada do empregador Câmara Municipal de Tavira - Praça da República, 8800-951 Tavira
Tipo de empresa ou sector Administração Pública Local

Datas Desde 10 de janeiro de 2000

Função ou cargo ocupado Técnica Superior (Estagiária, Técnica Superior de 2.^a e Técnica Superior de 1.^a)

Principais atividades e responsabilidades

a) Gestão do posto de informação e de venda de materiais:

Tarefas executadas:

- Aquisição de produtos (análise das propostas, escolha dos materiais e elaboração dos procedimentos concursais).
- Controlo da entrega das receitas.
- Inventário anual do material.

b) Emissão de pareceres técnicos sobre diversas solicitações que surgiam.

c) Elaboração de material de divulgação: Percursos pelo concelho

Tarefas executadas:

- Preparação da informação a introduzir nos materiais de divulgação.
- Elaboração dos procedimentos concursais para impressão do material.

d) Participação em feiras de turismo nacionais (Bolsa de Turismo de Lisboa, Expoturis-Porto) e internacionais (Foire Expo):

Tarefas executadas:

- Contratação dos serviços de transporte, aluguer de espaço, aquisição de brindes.
- Solicitação de material de divulgação das entidades de turismo local (unidades de alojamento, restaurantes, empresas de animação).
- Prestação de informações aos visitantes.

e) Recolha de informação detalhada sobre a oferta turística, no âmbito do projeto IRT – Inventário dos Recursos Turísticos, o qual foi desenvolvido pela antiga DGT -Direção Geral de Turismo:

Tarefas executadas:

- Elaboração de inquéritos com base na informação solicitada e envio dos mesmos para estabelecimentos de restauração e bebidas, unidades de alojamentos, associações culturais, empresas de animação turística, imobiliárias.

- Listagem do património cultural.
- Colocação da informação *on-line*.

f) Apoio a diversos eventos de carácter desportivo: Torneio Internacional de Andebol Feminino, Torneio Internacional de Andebol Masculino, Milha Urbana Internacional, XXVII Exposição Nacional e Pré-olímpica de Columbofilia, 5.º Encontro desportivo Algarve-Andaluzia.

Tarefas executadas:

- Divulgação: produção de cartazes, elaboração de notas de imprensa e envio da informação para a agenda cultural.
- Preparação dos procedimentos de contratação pública para aquisição dos serviços e produtos necessários (lembranças, alojamento, refeições, *stands*, entre outros).

g) Organização de formação para jovens desempregados do IEFP

Tarefas executadas:

- Preparação de conteúdos para a formação.
- Articulação da formação com o IEFP.
- Acompanhamento dos estágios.

h) Acompanhamento da atividade dos clubes:

Tarefas executadas:

- Gestão dos pedidos de apoio logísticos (transporte, som, mesas, cadeiras, *stands*...).
- Preparação das propostas de apoio financeiro.

i) Acompanhamento do projeto de OTLs – Ocupação dos Tempos Livres, do IPJ - Instituto Português da Juventude, que permitiu a abertura de igrejas.

Tarefas executadas:

- Preparação de informação básica sobre o espaço para os participantes informarem.
- Gestão dos jovens participantes no projeto e controlo da sua presença.

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade Profissional

Nome e morada do empregador	Câmara Municipal de Tavira - Praça da República, 8800-951 Tavira
Tipo de empresa ou sector	Administração Pública Local
Datas	De 10 de fevereiro a 31 de maio de 2000
Função ou cargo ocupado	Secretária do Gabinete de Apoio Pessoal ao Vereador (desporto, turismo e pescas)
Principais atividades e responsabilidades	a) <u>Apoio administrativo:</u> Tarefas executadas: <ul style="list-style-type: none">○ Resposta a pedidos de apoio.○ Elaboração de informações e propostas para Reunião de Câmara.○ Elaboração de mapas semanais de com a prática desportiva.○ Preparação da informação para a agenda cultural.
Nome e morada do empregador	Câmara Municipal de Tavira - Praça da República, 8800-951 Tavira
Tipo de empresa ou sector	Administração Pública Local
Datas	De 1 de Junho de 1999 a 10 de janeiro de 2000
Função ou cargo ocupado	Técnica de Turismo – Prestação de serviços
Principais atividades e responsabilidades	a) <u>Emissão de pareceres técnicos sobre diversas solicitações que surgiam.</u> b) <u>Organização e apoio a diversas iniciativas desportivas de âmbito nacional e internacional:</u> Tarefas executadas: <ul style="list-style-type: none">○ Divulgação: produção de cartazes, elaboração de notas de imprensa e envio da informação para a agenda cultural.c) Preparação dos procedimentos de contratação pública para aquisição dos serviços e produtos necessários (lembranças, alojamento, refeições, <i>stands</i>, entre outros).d) <u>Acompanhamento da atividade dos clubes:</u> Tarefas executadas:<ul style="list-style-type: none">○ Gestão dos pedidos de apoio logísticos (transporte, som, mesas, cadeiras, <i>stands</i>...).○ Preparação das propostas de apoio financeiro Elaboração de mapas de utilização de espaços desportivos.

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade Profissional

Nome e morada do empregador	Câmara Municipal de Tavira - Praça da República, 8800-951 Tavira
Tipo de empresa ou sector	Administração Pública Local
Datas	De 1 de setembro de 1998 a 31 maio de 1999
Função ou cargo ocupado	Estágio Profissional de Turismo
Principais atividades e responsabilidades	<p>a) <u>Participação em feiras turísticas e comerciais, de âmbito internacional (Foire Expo):</u></p> <p>Tarefas executadas</p> <ul style="list-style-type: none">○ Contratação dos serviços de transporte, aluguer de espaço, aquisição de brindes.○ Solicitação de material de divulgação das entidades de turismo local (unidades de alojamento, restaurantes, empresas de animação).○ Prestação de informações aos visitantes. <p>b) <u>Atualização das bases de dados do património e unidades de alojamento:</u></p> <p>Tarefas executadas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Verificação da informação existente e pesquisa de nova informação.○ Envio de ofícios com inquéritos de caracterização das unidades de alojamento.○ Tratamento da informação. <p>c) <u>Acompanhamento do processo de abertura das piscinas municipais, o qual culminou em dezembro de 1999:</u></p> <p>Tarefas executadas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Criação do regulamento para utilização do espaço.○ Abertura de procedimentos concursal para exploração da prática da natação e do bar. <p>e) <u>Acompanhamento da atividade dos clubes:</u></p> <p>Tarefas executadas:</p> <ul style="list-style-type: none">○ Preparação das propostas de apoio financeiro.

- Gestão dos pedidos de apoio logísticos (transporte, som, mesas, cadeiras, *stands*...).
- Elaboração de mapas de utilização de espaços desportivos.

f) Organização e apoio a diversas iniciativas desportivas de âmbito nacional e internacional:

Tarefas executadas:

- Divulgação: produção de cartazes, elaboração de notas de imprensa e envio da informação para a agenda cultural.
- Preparação dos procedimentos de contratação pública para aquisição dos serviços e produtos necessários (lembranças, alojamento, refeições, *stands*, entre outros).

Nome e morada do empregador
Tipo de empresa ou sector

Câmara Municipal de Tavira - Praça da República, 8800-951 Tavira
Administração Pública Local

Formação académica e profissional

Datas De outubro de 2005 a dezembro de 2006

Designação da qualificação atribuída

Pós-graduação em Relações Públicas e Gestão da Comunicação, tendo obtido a média de 15 valores.

Principais disciplinas/competências profissionais

Disciplinas: Fundamentos das Relações Públicas e da Gestão da Comunicação, Opinião Pública e Públicos, Sistemas de Conhecimento e comunicação, Estratégia e Planeamento em comunicação, *Media Relations e Public Speaking*, Comunicação Interna, Comunicação Financeira e Relações com Investidores, Comunicação de Crise, Grupos de Pressão e *Lobbying*, Novas Tecnologias da Comunicação, Patrocínio e Mecenato, Eventos Institucionais.
Projeto final (*atelier*): “ Imagem da Grande Área Metropolitana do Algarve”, 18 valores

Nome e tipo da organização de ensino ou formação

Instituto Superior de Novas Profissões

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade Profissional

	Datas	De outubro de 2003 a janeiro de 2005
Designação da qualificação atribuída		Frequência do mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo (componente curricular finalizada, com média de 14 valores).
Principais disciplinas/competências profissionais		Disciplinas: Economia do Turismo, Comportamento do Consumidor e Procura Turística, Gestão Turística em Áreas Costeiras, Gestão de Serviços em Turismo, Marketing de Áreas Destino, Gestão Estratégica e Qualidade em Turismo, Metodologias de Investigação, Planeamento e Projeto em Turismo, Avaliação e Gestão de Projetos Turísticos e Política e Estratégia de Áreas Destino.
Nome e tipo da organização de ensino ou formação		Faculdade de Economia da Universidade do Algarve
	Datas	De janeiro 1997 a dezembro de 1998
Designação da qualificação atribuída		Curso de Estudos Superiores Especializados (CESE) em Marketing, tendo concluído com a média final de 14 valores. Através da conclusão deste curso a candidata obteve o grau de licenciada em Marketing.
Principais disciplinas/competências profissionais		Disciplinas: Estratégia e Políticas de Gestão, Políticas Económicas e Monetárias, Psicossociologia das Organizações, Marketing de Serviços, Métodos de Investigação nas Organizações e Análise de Mercados, Planeamento e Estratégia de Marketing, Política do Preço e do Produto, Política de Promoção e distribuição, Sistemas de Informação de Marketing, Simulação em Marketing, Turismo e Desenvolvimento, Marketing Turístico e Economia do Turismo. Projeto de final do Curso de Estudos Superiores Especializados em Marketing - "O Perfil do Turista que Visita Tavira - Julho/Agosto 1998", 14 valores.
Nome e tipo da organização de ensino ou formação		Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve
	Datas	De outubro de 1992 a dezembro de 1995
Designação da qualificação atribuída		Bacharelato de Gestão Hoteleira, tendo concluído com a média final de 14 valores.

Um Cartão Turístico para o Concelho de Faro- Relatório de Atividade Profissional

Principais disciplinas/competências profissionais	<p>Disciplinas: Gestão dos Recursos Humanos, Marketing, Direito, Gestão Orçamental, Sociologia dos Tempos Livres, Técnica Hoteleira I e II, Economia do Turismo, Análise Financeira, Técnicas de Comunicação I e II, Ordenamento e Planeamento regional, Análise e Avaliação de Projetos, Operações Turísticas, Animação, Manutenção, Gastronomia e Vinhos, Legislação do Turismo, Relações Públicas, Estatística, Contabilidade Geral Hoteleira, Inglês Técnico, Informática, Princípios Gerais de Turismo, Introdução à Gestão Hoteleira e Estágios.</p> <p>Projeto de final do bacharelato de Gestão Hoteleira - "A procura e a oferta turística no Concelho de Tavira"</p>																																				
Nome e tipo da organização de ensino ou formação	Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve																																				
Outra(s) língua(s)																																					
Auto-avaliação																																					
Nível europeu (*)																																					
Alemão																																					
Francesa																																					
Inglês																																					
Espanhol																																					
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2">Compreensão</th> <th colspan="2">Conversaão</th> <th colspan="2">Escrita</th> </tr> <tr> <th>Compreensão oral</th> <th>Leitura</th> <th>Interacção oral</th> <th>Produção oral</th> <th colspan="2"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A1</td> <td>A1</td> <td>A1</td> <td>A1</td> <td colspan="2">A1</td> </tr> <tr> <td>B1</td> <td>B1</td> <td>A2</td> <td>A2</td> <td colspan="2">A2</td> </tr> <tr> <td>B2</td> <td>C1</td> <td>B2</td> <td>B2</td> <td colspan="2">B2</td> </tr> <tr> <td>C2</td> <td>C2</td> <td>C2</td> <td>C2</td> <td colspan="2">C1</td> </tr> </tbody> </table>	Compreensão		Conversaão		Escrita		Compreensão oral	Leitura	Interacção oral	Produção oral			A1	A1	A1	A1	A1		B1	B1	A2	A2	A2		B2	C1	B2	B2	B2		C2	C2	C2	C2	C1	
Compreensão		Conversaão		Escrita																																	
Compreensão oral	Leitura	Interacção oral	Produção oral																																		
A1	A1	A1	A1	A1																																	
B1	B1	A2	A2	A2																																	
B2	C1	B2	B2	B2																																	
C2	C2	C2	C2	C1																																	
	(*) Nível do Quadro Europeu Comum de Referência (CECR)																																				
Aptidões e competências de organização	<p>Curso de Gestão Pública na Administração Local, organizado pelo Centro de Estudos e Formação Autárquica (CEFA), com duração de 212 horas (classificação final de 16 valores).</p> <p>Formação em Requisitos de Gestão da Qualidade, organizado pela XZ Consultores e com duração de 8 horas.</p> <p>Seminário “Empreendimentos Turísticos – Legislação e aplicação”, organizado pelo CEFA e com a duração de 7 horas.</p> <p>Curso de Jornalismo de Cultura, organizado pelo CENJOR e com duração de 30 horas.</p> <p>Curso Complementar de Inglês (consolidação), organizado pelo Agrupamento Vertical das Escolas D. Paio Peres Correia e com duração de 50 horas.</p> <p>Seminários “O Mais ou o Menos – O Espaço Público de Cultura nas Autarquias Locais, organizados pelo CEFA e Fundação de Serralves, nos</p>																																				

dias 8 e 9 de maio, 2 e 3 de junho, 7 e 8 de julho, 11 e 12 de setembro, 13 e 14 de outubro de 2008.

Curso de Formação de Liderança e Gestão de Equipas, organizado pela Avalforma e com duração de 30 horas.

Seminário de Alta Direção, ministrado pelo Instituto Nacional de Administração (INA), com duração de 40 horas.

Curso “Papel social dos museus e intervenção comunitária”, realizado pela Rede Portuguesa de Museus (RPM), com duração de 24 horas.

Curso de Formação Profissional “Criar, Organizar, Coordenar e Orientar Equipas de Trabalho”, organizado pelo CEFA, com duração de 30 horas

Curso de Inglês intensivo para economia e gestão, ministrado pela Faculdade de Economia da Universidade do Algarve, com duração de 12 horas.

Ação de Formação “Código do Procedimento Administrativo”, organizado pela ANJE, com duração de 30 horas.

Curso de Alemão grau I do nível elementar, organizado pela CIAL entre janeiro e junho de 2002, no qual obtive aproveitamento.

Ação de formação “Planeamento, Instalação e Gestão de Actividades Turísticas”, organizado pelo Instituto Nacional de Formação Turística, com duração de 37h30 m.

Curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores, organizado pelo Instituto de Emprego e Formação Profissional, com duração de 102 horas.

Ação de formação Gestão de Marketing, organizado pela Escola Tecnológica das Pedras Ornamentais, com duração de 30 horas.

Aptidões e competências informáticas

Curso de Análise Avançada de Dados: aplicações em S.P.S.S. 14.0, numa coorganização da Universidade do Algarve, Faculdade de Economia, Universidade de Salamanca e CEAP e com duração de 24 horas.

Carta de condução

Sim

Informação adicional	<p>Textos e trabalhos:</p> <p>Colaboração no artigo científico “<i>Porque Viajam os alunos de Pós-graduação da FEUALG?</i>” (2005) publicado na Revista Turismo & Desenvolvimento.</p> <p><i>Emigração</i> (2006)., texto publicado no livro Mémoire(s) de Portugais Tavira-Perpignan .</p> <p>Publicação do artigo <i>El turismo en el Algarbe (Portugal)</i>” (2008) Anuario de investigaciones de los miembros de la Asociación de Profesores de Geografía e Historia de Bachillerato de Andalucía – HESPÉRIDES, Volume XVI.</p>
Anexos	<p>Anexo 8- Termo de Posse como Diretora de Departamento a partir de 2/11/2010 (2 folhas).</p> <p>Anexo 9- Termo de Posse como Diretora de Departamento em 15/3/2010 (Regime de substituição) (2 folhas)..</p> <p>Anexo 10- Termo de Posse como Chefe de Divisão de Cultura em 1/3/2010 (Regime de substituição).</p> <p>Anexo 11 - Termo de Posse como Chefe de Divisão de Cultura e Turismo com efeitos a partir de 6/8/2004 (2 folhas).</p> <p>Anexo 12 – Renovação de Comissão de Serviço - Aviso n.º 12 597, de 11/7/2007 .</p> <p>Anexo 13- Despacho de Coordenação Interna nos Serviços da Divisão de Cultura e Turismo, de 14/8/2004 (5 folhas)</p> <p>Anexo 14- Termo de Aceitação de Nomeação, Técnica Superior de 1.ª classe, em 11/12/2001.</p> <p>Anexo 15- Termo de Aceitação de Nomeação, Técnica Superior de 2.ª classe, em 26/7/2004.</p> <p>Anexo16- Estágio para ingresso na carreira técnica superior - Aviso de nomeação de 6/1/2000.</p> <p>Anexo 17- Exoneração do cargo de Secretária do Gabinete de Apoio Pessoal ao Vereador e Reinício do estágio de técnico superior– aviso de 27/7/2000.</p> <p>Anexo 18- Nomeação de Secretária do Gabinete de Apoio Pessoal ao Vereador – aviso de 11/3/2000.</p> <p>Anexo 19 – Contrato Administrativo (3 folhas)</p> <p>Anexo 20- Contrato de Formação- Estágio, em 1/9/1998 (5 folhas).</p> <p>Anexo 21 - Certificado de Pós-graduação em Relações Públicas e Gestão da Comunicação.</p> <p>Anexo 22 – Certidão de habilitações Mestrado Gestão e Desenvolvimento em Turismo (parte Curricular).</p> <p>Anexo 23 – Certidões de conclusão, de aprovação no Projeto e de habilitações do CESE em Marketing.</p> <p>Anexo 24 – Certidões de conclusão e de habilitações do Bacharelato em Gestão Hoteleira.</p> <p>Anexo 25 – Certificado do Curso de Gestão Pública na Administração Local (2 folhas).</p> <p>Anexo 26 – Certificado da Formação em Requisitos de Gestão da Qualidade (2 folhas).</p> <p>Anexo 27 – Certificado do Seminário “Empreendimentos Turísticos – Legislação e aplicação”.</p> <p>Anexo 28 – Certificado do Curso de Jornalismo de Cultura (2 folhas).</p> <p>Anexo 29 – Certificado do Curso Complementar de Inglês – consolidação (3 folhas).</p> <p>Anexo 30 – Certificado de participação nos Seminários “O Mais ou o Menos – O Espaço Público de Cultura nas Autarquias Locais”.</p> <p>Anexo 31 – Certificado do Curso de Formação de “Liderança e Gestão de Equipas” (2 folhas).</p> <p>Anexo 32 – Certificado do Seminário de Alta Direção.</p> <p>Anexo 33 – Certificado do Curso “Papel Social dos museus e intervenção comunitária”.</p> <p>Anexo 34 – Certificado do Curso de Formação Profissional “Criar, Organizar, Coordenar e Orientar Equipas de Trabalho”.</p> <p>Anexo 35 – Certificado do Curso de Inglês intensivo para economia e gestão.</p> <p>Anexo 36 - Certificado da Acção de Formação “Código do Procedimento Administrativo” (2 folhas).</p>

- Anexo 37 – Certificado do Curso de Alemão grau I do nível elementar.
- Anexo 38 - Certificado da Acção de formação “Planeamento, Instalação e Gestão de Actividades Turísticas”.
- Anexo 39 – Certificado do Curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores.
- Anexo 40 – Certificado da Acção de Formação Gestão de Marketing.
- Anexo 41 – Certificado do Curso de Análise Avançada de Dados: aplicação em SPSS 14.0.
- Anexo 42 – Colaboração no Artigo científico “Porque Viajam os alunos de Pós-graduação da FEUALG?”(2005) .
- Anexo 43 - Texto: Emigração, publicado no livro Mémoire(s) de Portugais Tavira- Perpignan (2006) .
- Anexo 44 - Publicação do artigo El turismo en el Algarbe (Portugal) (2007).

CONCLUSÃO

Nesta última etapa do RAP importa fazer uma reflexão crítica ao trabalho desenvolvido, verificando-se se o objetivo inicial foi concretizado, de que forma a revisão de literatura, a análise de casos e a experiência profissional contribuíram para a concretização do mesmo.

Devido ao facto da candidata exercer funções de Diretora de Departamento na CMF e estar em desenvolvimento a conceção de um Cartão Turístico para Faro optou-se por desenvolver o RAP com base neste projeto. Um aspeto essencial e incentivador para a conceção deste cartão residiu no facto dos estudos analisados no RAP, o de Ferreira (2003) focalizado para o visitante do Centro histórico de Faro e o do CIDER (2007) sobre os hábitos de consumo culturais dos Turistas no Algarve, comprovarem que os aspetos culturais têm importância para os visitantes de Faro e do Algarve.

1- O Cartão Turístico

No decurso deste trabalho, nomeadamente da análise da informação decorrente da caracterização de outros cartões turísticos, chegou-se à conclusão de que os mesmos são bastante semelhantes e focalizados em incentivos financeiros. De um modo geral dedicam pouca atenção ao desenho de percursos não tendo sido possível identificar qualquer intenção de integrar o conceito de experiência turística na conceção deste produto.

Verificada a importância dos elementos culturais, a conceção de um Cartão Turístico aliado a percursos temáticos que incluem as principais atrações culturais e naturais do concelho.

Sendo as experiências, a criatividade e a inovação hoje em dia fatores considerados conceitos chave e fatores diferenciadores no âmbito do processo de desenvolvimento de produtos turísticos, aliou-se aos percursos temáticos os cinco sentidos tendo-se utilizado como modelo de referência o caso da cidade de São Paulo. Designado como o mapa das sensações de São Paulo, este *case study* representou o principal pilar na conceção deste Cartão Turístico e o fator decisivo diferenciação deste em relação aos restantes cartões analisados.

Acredita-se que este Cartão Turístico reúna todas as condições para ir de encontro às expectativas dos visitantes, aliando atividades culturais, natureza, compras e restauração no sentido de se proporcionar ao visitante experiências memoráveis, as quais podem ser fatores determinantes na sua satisfação com impacto nas intenções de regresso e de recomendação.

Este cartão e mapa dos sentidos associado permitirão usufruir de experiências várias ao longo de cada percurso temático, os quais podem ser facilmente enquadráveis no modelo das “Dimensões da Experiência” (Pine e Gilmore, 1999) e deste modo ir de encontro a diferentes motivações de visita. As quatro dimensões podem ser identificadas nos cinco percursos temáticos elaborados. Por exemplo, a dimensão Escapista pode estar presente numa atividade náutica na Ria, como é o caso da pesca ou do *birdwatching*, o Entretenimento numa visita aos Museus, a Estética numa visita a Santa Bárbara de Nexe e a dimensão Educacional, na ida ao Centro de Ciência Viva do Algarve, onde é possível aliar a visita ao conhecimento.

2- Experiência Profissional

Relativamente ao propósito de articular a conceção do cartão com a experiência profissional e académica da candidata, o mesmo foi possível, sendo que a componente académica foi mais útil no enquadramento teórico deste Relatório e a experiência

profissional na explanação dos procedimentos internos necessários à implementação do projeto na autarquia.

Esta articulação pode-se considerar que foi um desafio ultrapassado e profícuo, pois nem sempre é dedicada a devida atenção por parte dos profissionais à necessária articulação entre o quadro concetual de natureza mais científica e académica e a execução de um trabalho prático. Além disso, o projeto em causa estava já a ser objeto de reflexão interna no seio do departamento. De um modo geral os trabalhos desenvolvidos numa autarquia têm subjacentes conceitos, mas estes acabam por ser abordados de forma mais superficial devido à multiplicidade de tarefas de carácter essencialmente prático em que cada Técnico está envolvido.

A experiência da candidata em termos de procedimentos administrativos desenvolvidos nos diferentes projetos em que esteve envolvida ao longo da sua carreira profissional foi fundamental no desenho do fluxograma sobre as diferentes fases que percorre um projeto desta natureza, através do qual se pretende ilustrar a complexidade de etapas e percursos que um projeto desta natureza segue no seio da administração autárquica. O enquadramento legal em vigor prevê quer as etapas quer os intervenientes o que impacta diretamente a calendarização do projeto.

Um aspeto importante em termos de experiência reside no facto da candidata coordenar o trabalho de pesquisa e atualização da oferta existente no concelho o qual consta do separador Turismo da página de *internet* da CMF.

Com este trabalho, perspectiva-se a concretização de um projeto criado de raiz e multidisciplinar, envolvendo diferentes serviços da CMF e atores externos, o que representa um desafio em termos de gestão. Deste modo a concretização deste projeto é um estímulo e um continuo processo de aprendizagem para a instituição e para a candidata que, como Diretora do Departamento de Cultura, assumirá a coordenação do mesmo.

Certamente que as fases que se seguirão até à colocação do Cartão Turístico para venda e até mesmo ao nível da monitorização, serão também um excelente processo de aprendizagem para todos os envolvidos, na medida em que o sucesso do mesmo depende do grau de envolvimento dos diversos atores (Serviços da CMF, comerciantes, entidades públicas e privadas gestoras de atrações turísticas, empresas do sector turístico) expresso quer na adesão quer posteriormente na implementação do projeto.

Este será um projeto que para a candidata representa um desafio que certamente valorizará o seu CV e, acima de tudo, contribuirá para que a sua carreira seja mais valorizada, pois a maioria das tarefas desenvolvidas ao longo destes cerca de 15 anos de experiência são bastante rotineiras.

Em termos de experiência profissional, o projeto mais semelhante desenvolvido pela candidata foi a organização das iniciativas do Dia Mundial do Turismo que envolvem alguns parceiros e incentivos. Contudo em termos de motivação o projeto desenvolvido e onde mais a candidata pode aprender e desenvolver a capacidade criativa foi a concretização do PITER (*Vide CV*), o qual permitiu a concretização de um conjunto de materiais em torno do turismo cultural.

Este projeto é o culminar de mais uma etapa curricular que, pela primeira vez, permitiu à candidata cruzar os conhecimentos decorrentes da sua experiência profissional num projeto que para a conceção do qual contribuiu largamente os conhecimentos adquiridos ao nível académico.

. Espera-se pois, que este projeto possa contribuir de forma significativa para a candidata continuar a progredir na sua carreira profissional.

3 - Limitações e Linhas de Investigação Futura

Na elaboração do presente RAP, deparou-se a candidata com algumas limitações no âmbito da investigação e do trabalho desenvolvido, nomeadamente:

- O facto de não existirem estudos recentes sobre o perfil de quem visita Faro, o que poderia dar-nos pistas mais exatas sobre as necessidades e expetativas de quem nos visita, adequando deste modo de forma mais precisa o Cartão Turístico.
- Os contactos estabelecidos com as entidades responsáveis pela conceção e gestão dos Cartões atualmente em vigor em Portugal nem sempre foram suficientemente profícuos.
- A inexistência de estudos académicos sobre o Mapa das Sensações de São Paulo, nomeadamente o grau de satisfação, as expetativas e o perfil dos seus utilizadores.
- O elevado envolvimento da candidata nas iniciativas que organiza e acompanha na CMF, muitas delas aos fim-de-semana ou fora do horário habitual do serviço, contribuíram para reduzir a disponibilidade temporal para a execução deste RAP.

Em termos de investigações futuras e propostas que possam colmatar algumas limitações identificadas propõe-se:

- Elaboração de um Estudo de Monitorização do Projeto em colaboração com a Universidade do Algarve.
- Envolvimento da Universidade do Algarve no desenvolvimento de outros produtos turísticos em torno do cartão turístico, nomeadamente guias turísticos e na implementação dos percursos turísticos.
- Sendo a temática das experiências bastante diversificada, e constituindo este estudo apenas uma breve abordagem ao tema sugere-se que estas matérias possam vir a ser mais aprofundadas e desenvolvidas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANA Aeroportos de Portugal (2010) *Anuário de Tráfego ANA de 2010* [on-line], disponível através do site:
http://webresources.ana.pt/Relatorios/Relatorios_de_Trafego/ANUARIO/index1.html, [último acesso: 15 de outubro 2012].
- ANA Aeroportos de Portugal (2011) *Anuário de Tráfego ANA de 2011* [on-line], disponível através do site:
http://www.ana.pt/SiteCollectionDocuments/Negocios_Empresas/Sobre_Aeroportos/Relatorio%20Anual%20ANA_2011.pdf, [último acesso: 15 de outubro 2012].
- ANA Aeroportos de Portugal (2012) *Estatísticas Mensais de Tráfego - 2012* [on-line], disponível através do site:
http://webresources.ana.pt/BI/Estatisticas/Tráfego_Aeroportuário.pdf, [último acesso: 06 de janeiro 2013].
- Azevedo, A. M. B. de (2011), *Cartões de cidade e a experiência turística nos destinos Urbanos*, [on-line] Dissertação de candidatura ao grau de Mestre em Turismo não publicada, Faculdade de Letras da Universidade do Porto, disponível através do site:
<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/57043/2/TESEMESANAMARIAAZEVEDO000141749.pdf>, [último acesso: 20 de outubro 2012].
- Centro de Investigação de Desenvolvimento e Economia Regional (2007), *Consumos Culturais dos Turistas no Algarve*, Faro.
- Comissão Europeia (2010), *Livro Verde “Realizar o potencial das indústrias culturais e criativas”*, [on-line]. Bruxelas, Comissão Europeia, Abril 2010, disponível através do site:
http://ec.europa.eu/culture/documents/greenpaper_creative_industries_pt.pdf
[último acesso: 26 de janeiro 2013].
- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill S., Gilbert D., Sheperd, R. (2001), *Turismo – princípios e práticas*, 2.^a Edição; Bookman, Porto Alegre.

- Cutler, S. Q. e Carmichael, B. A. (2010) The Dimensions of the Tourist Experience, in Morgan, Michael, Lugosi, Peter e Ritchie, J.R.Brent (eds), *The Tourism and Leisure Experience: consumer and Managerial Perspectives*, Bristol, Channel View Publications, 3-27.
- Esteves, T. da C.(2012) Turismo é o 3.º maior sector económico da UE, *Publituris*, [on-line], 17/10/2012, disponível através do site:
<http://www.publituris.pt/2012/10/17/turismo-e-o-3o-maior-sector-economico-da-ue/> [último acesso: 10 novembro 2012].
- Ferdinand, N. e Williams, N. L. (2010), Tourism Memorabilia and the Tourism Experience, in Morgan, Michael, Lugosi, Peter e Ritchie, J.R.Brent (eds), *The Tourism and Leisure Experience: consumer and Managerial Perspectives*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 202-217.
- Ferreira, A. M. A. P. (2003) *O turismo como propiciador da regeneração dos centros históricos. O Caso de Faro*, [on-line] Dissertação de Doutoramento no ramo de turismo, disponível através do site:
http://biblioteca.sinbad.ua.pt/teses/2007000162_ [último acesso 20 novembro 2012].
- Fundação de Serralves (2008) *Estudo Macroeconómico – Desenvolvimento de um cluster de indústrias criativas na região norte*, Fundação Serralves, [on-line], Porto, disponível através do site em:
<http://www.serralves.pt/fotos/editor2/PDFs/N%20Criativo%20Relatorio%20Final.pdf>), [último acesso: 15 novembro 2012].
- Goeldner, C., R., Ritchie, J.R.B. e McIntosh, R.W. (2000) *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 8.ª edição, New York, John Wiley & Sons, Inc..
- Howie, F. (2003) *Managing the Tourist Destination*, 2.ª Edição, London, Continuum.
- Instituto Nacional de Estatística (2012) *Anuário Estatístico da Região do Algarve de 2011*, Lisboa, INE.
- Instituto Nacional de Estatística (2011) *Anuário Estatístico da Região do Algarve de 2010*, Lisboa, INE.
- Instituto Nacional de Estatística (2010) *Anuário Estatístico da Região do Algarve de 2009*, Lisboa, INE.

- Latoeira, C. (2007) *Indústrias Criativas: Mapeamento, Organização e Estudos de Caso*, [on-line], *Prospetiva e Planeamento*, Vol 14, Departamento de Prospetiva e Planeamento e Relações Internacionais, disponível através do site:
http://www.dpp.pt/Lists/Pesquisa%20Avanada/Attachments/3121/prosp_plan_14.pdf, [último acesso: 10/10/2012]
- Lendrevie, J., Lindon, D., Dionísio, P. e Rodrigues, V. (1996) *Mercator – Teoria e Prática do Marketing*, 6.ª edição, Lisboa, Publicações Dom Quixote.
- Medeiros, A., Bandeira, G., Santos, J., Bicho, L., Nunes, N. e Soares, N. (2010) *Marketing Pessoal – És um Produto de Sucesso?*, Alfragide, Texto Editora.
- Ministério da Economia e do Emprego (2012) *Apresentação Portugal a Crescer – Turismo*, disponível através do site:
http://www.pofc.qren.pt/ResourcesUser/2012/Agenda/PortugalCrescer/4Jul_PP_T_TP.pdf, [último acesso: 10 de dezembro 2012].
- Moscardo, G. (2010) *The Shaping of Tourism Experience: The Importance of Stories and Themes*, in Morgan, M., Lugosi, P. e Ritchie, J.R.B. (eds), *The Tourism and Leisure Experience: consumer and Managerial Perspectives*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 43-58.
- Mossberg, L. (2007) *A Marketing Approach to the Tourist Experience*, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, Routledge, Vol. 7, n.º 1, 59-74.
- Oh, H., Fiore, A. M. e Jeoung, M. (2007) *Measuring experience economy concepts: Tourism applications*, *Journal of Travel Research*, Vol. 46, 119-132.
- Organização Mundial de Turismo (2001) *Introdução ao Turismo*, São Paulo, Roca.
- Pereira, A. T. (2013) *Patrões do Turismo participam na monitorização do Plano Estratégico*, [on-line], *Jornal de Negócios*, 11/01/2013, disponível através do site:
http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo_lazer//detalhe/patroes_do_turismo_participam_na_monitorizacao_do_plano_estrategico.html, [último acesso: 14 de janeiro 2013].
- Pine, B. J. II e Gilmore, J. H. (1999) *The Experience Economy – Work is theatre & every business a stage*, Boston, Harvard Business School Press.

- Quadri-Felitti, D. e Fiore, A. M. (2012) Experience economy constructs as a Framework for understanding wine tourism, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 18(1), pp.3-15.
- Reis, A. C. F. (2012) Cidades criativas transformações de dentro para fora, [on-line] *Revista E*, disponível através do site:
<http://garimposesolucoes.com.br/imprensa/>, [último acesso: 03/1/2013].
- Reis, A. C. F. (s/data) *Cidades criativas, turismo cultural, regeneração urbana* [on-line], disponível através do site:
<http://www.redbcm.com.br/arquivos/cidadescriativas/ana-carla-fonseca-cidades-criativas.pdf> [último acesso: 05 dezembro 2012].
- Richards, G. e Wilson, J. (2006) Developing creativity in tourism experiences: A solution to a serial reproduction of culture?, *Tourism Management*, Vol. 27, pp. 1209-1223.
- Volo, S. (2009) Conceptualizing Experience: a Tourist Based Approach, *Journal of Marketing and Management*, 18:2-3, 111-126.
- World Tourism Organization (2007) *A Practical Guide to Tourism Destination Management*, Madrid, World Tourism Organization.
- Walls A. R., Okumus, F., Wang, Y.R., Kwun, D. J., (2011) An epistemological view consumer experiences, *International Journal of Hospitality Management*, vol. 30, 10-21.
- Wright, R. K. (2010) “Been there, Done That”: Embracing our Post-Trip Experiential Recollections through the Social Construction and Subjective Consumption of Personal Narratives, in in Morgan, M., Lugosi, P. e Ritchie, J.R.B. (eds), *The Tourism and Leisure Experience: consumer and Managerial Perspectives*, Bristol, Buffalo, Toronto, Channel View Publications, 117-135.

Sites consultados:

Câmara Municipal de Faro (2012), disponível através do site:

<http://www.cm-faro.pt/default.aspx>. [último acesso: 15 de janeiro 2013].

Câmara Municipal de Óbidos (2012), disponível através do site:

<http://www.cm-obidos.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=3557dceb-42ad-479d-8386-93c5d58dede2>, [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Creative Tourism Network (2013), disponível através do site:

<http://www.creativetourismnetwork.org/cms/index.php?lang=es>, [último acesso: 25 de janeiro de 2013].

Europass (2013), disponível através do site:

<http://europass.cedefop.europa.eu/pt/home>, [último acesso: 29 de janeiro 2013].

Madeira Card (2012), disponível através do site:

<http://madeiracard.com/index.php>, [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Málaga Card (2012) disponível através do site:

<http://www.malagacard.com/info.html>, [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Município de Braga (2012), disponível através do site:

http://www.cm-braga.pt/wps/portal/publico/!ut/p/c5/04_SB8K8xLLM9M SzPy8xBz9CP0os3iDQHdnQyNvA0t3Qx8zA0TIPdgc1MjQ19nc6B8pFl8gJuj V6CnmY-nqYmZc5iJSbCnARSOo9sk2JA43X4e-bmp-gW5oRHLjjoqKAFNeV7A!/dl3/d3/L2dJOSEvUUt3QS9ZQnZ3LzZfUEZBSIFJNkxJNTQ2Q1Y0NFQ0NjAwMDAwMDA!/ [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Município do Porto (2012), disponível através do site:

<http://www.portoturismo.pt/Visitar/Paginas/PortoCard/PortoCard.aspx> [último acesso: 5 de janeiro de 2013].

Sevilla Card (2012), disponível através do site:

<http://www.sevillacard.es/es/inicio>, [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Mapa das sensações (2012), disponível através do site:

<http://mapadassensacoes.com.br/mapadassensacoes/> [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Turismo Centro de Portugal (2012), disponível através do site:

http://www.turismodocentro.pt/pt/centro_card_.28/saiba_mais_.36.html [último acesso: 5 de janeiro de 2013].

Turismo de Lisboa (2012), disponível através do site:

<http://www.visitlisboa.com/LisboaCard.aspx>, [último acesso: 5 de janeiro de 2013].

Valencia Tourist Card (2012), disponível através do site:

<http://www.valenciatouristcard.com/es/que-es>, [último acesso: 5 de janeiro 2013].

Legislação consultada:




Decreto-Lei n.º 18/2008, de 29 de Janeiro alterado e republicado pelo Decreto-Lei n.º 278/2009, de 2 de Outubro, *Diário da República n.º 192 – I Série*, Ministério das Obras Públicas, Transportes e Comunicações, Lisboa.



Lei n.º 2/2007, de 15 de Janeiro, *Diário da República n.º 10 – I Série*, Assembleia da República, Lisboa.


Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada e republicada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de Janeiro, *Diário da República n.º 9 - I Série A*, Assembleia da República, Lisboa.

ANEXOS

Cargo	Entida de	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
Experiencia profesional																									
Directora do Departamento de Cultura	CMF																						Desde 15/3/2010		
Chefe de Divisão de Cultura e Turismo	CMF																							De 1/3 a 14/3	
Chefe de Divisão de Cultura e Turismo	CMT																							De 9/8/2004 a 28/02/2010	
Coordenadora Técnica	CMT												De 2/9/2002 a 8/8/2004												
Técnica Superior	CMT											De 10/1/2000 a 1/9/2002													
Secretária de apoio Técnica de Turismo - Prestação de Serviços	CMT																								
	CMT																								
Estágio Profissional	CMT																								
Formação Académica																									
Pós-Graduação em relações Públicas e Gestão da Comunicação	ISNP																								De outubro 2005 a dezembro 2006
Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo (Unidades curriculares)	UALG																								De outubro de 2003 a janeiro de 2005
Curso de Estudos Especializados em Marketing	UALG																								De janeiro de 1997 a dezembro de
Bacharelato em Gestão Hotelaria	UALG																								De outubro de 1992 a dezembro de 1995




Denominação	Entidade promotora	Modalidades e preços	Serviços incluídos (gratuitos ou com desconto)	Pontos de venda	Fonte
<p>Lisboa Card</p> 	Associação de Turismo de Lisboa	<p>Lisboa Card (Lx Card)</p> <p>24h - 18,50€ (a) / 11,50€ (b)</p> <p>48h - 31,50€ (a) / 17,50€ (b)</p> <p>72h - 39,00€ (a) / 20,50€ (b)</p> <p>72h (Restaurante Card):</p> <p>Single(1 pessoa): 6,15€</p> <p>Duplo (2 pessoas): 8,10€</p> <p>Familiar (2 adultos+ 2crianças (< 14 anos): 10,75€</p> <p>Duplo(2 pessoas), grátis com o LX Card 72 h</p> <p>Shopping Card</p> <p>Portador do 24h – 3,70€</p> <p>Portador do 72h – 5,80€</p>	<p>Transportes, museus e monumentos, lojas, restaurantes, circuitos, locais de interesse, entre outros</p>	<p>Postos de Turismo e</p> <p>www.askmelisboa.com/</p>	<p>http://www.askmelisboa.com/</p>
<p>Porto Card</p> 	Câmara Municipal do Porto	<p>1 Dia pedonal – 5,00€</p> <p>1 Dia geral – 10,50€</p> <p>2 Dias geral – 17,50€</p> <p>3 Dias geral – 21,50€</p>	<p>Transportes (quando são cartões gerais), museus e monumentos, comércio, caves do vinho do Porto, parques de diversão, restaurantes, visitas turísticas</p>	<p>Postos de Turismo, Unidades hoteleiras, agentes e operadores turísticos, estações de comboio</p>	<p>http://www.portoturismo.pt/Visitar/Paginas/PortoCard/PortoCard.aspx</p>
<p>Madeira Card</p> 	Plentyjoy-Marketing Lda.	<p>12,5€ (válido até 31 de dezembro de 2013 e válido para o possuidor do Cartão e os seus convidados, a não ser que o contrário seja especificado pelo estabelecimento afiliado)</p>	<p>Restaurantes, bares, visitas, Museus, atrações turísticas, espetáculos, comércio</p>	<p>Foi enviado mail a questionar, mas não se obteve resposta</p>	<p>http://madeiracard.com/</p>

Denominação	Entidade promotora	Modalidades e preços	Serviços incluídos (gratuitos ou com desconto)	Pontos de venda	Fonte
<p>Braga Card</p> 	<p>Câmara Municipal de Braga</p>	<p>2 dias – 5€</p>	<p>Museus, alojamento, espaços arqueológicos, empresas turísticas (visitas turísticas)</p>	<p>Posto de Turismo Municipal e entidades aderentes</p>	<p>http://www.cm-braga.pt/wps/portal/publico/!ut/p/c/5/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os_gAN0evQE8zH09TEzPnMBMTUx8DKADKR2LKB3vC5fHr9vPlz03VL8iNKAcAx3RYIw!!/dl3/d3/L3dDb0EYUU5RTGtBISEvWUZSdndIBISEvNI9QRkFKUUK2TEk1NDZDVjQ0VDQ2MDAwMDAwMA!/</p>
<p>Centro Card</p> 	<p>Entidade Regional de Turismo Centro de Portugal</p>	<p>Uno (1 pessoa) - 5 € Duo (duas pax) - 7€ Plus (2 adultos e 2 crianças até 12 anos) – 9€ Duração 6 meses</p>	<p>Alojamento, património monumental e museológico, equipamentos culturais, empresas de turismo activo, estâncias termais, enoturismo, restaurantes, entre outros.,</p>	<p>Postos de Informação Turística do Turismo do Centro de Portugal e www.turismodocentro.pt</p>	<p>http://www.turismodocentro.pt/pt/centro-card_28/saiba_mais_36.html</p>

Denominação	Entidade promotora	Modalidades e preços	Serviços incluídos (gratuitos ou com desconto)	Pontos de venda	Fonte
<p>Cartão Via Verde para a Cultura</p> 	<p>Óbidos Patrimonium. E.M.</p>	<p>40,33€ Duração de um ano</p>	<p>Livre-trânsito em todos os espaços culturais do Município; Museu Municipal; Museu Paroquial; Museu Abílio Mattos e Silva, Galerias Municipais; Entrada gratuita nos Grandes Concertos da Semana Santa, Maio Barroco - Temporada de Música Clássica; Mercado Medieval; Festival de Teatro; Espetáculos de Dança; Temporada de Cravo; Óbidos Vila Natal; Festival de Chocolate; 25% desconto nos grandes concertos; 25% desconto na temporada de ópera (bilhete individual);</p>	<p>Posto de Turismo, Óbidos Gift Shop e internet: http://www.cm-obidos.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=434bf3f8-adc4-4a02-b2a8-d7675ee43280</p>	<p>http://www.cm-obidos.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=434bf3f8-adc4-4a02-b2a8-d7675ee43280</p>

a) Adultos (pode ser acompanhado por 2 crianças até 5 anos);

b) Crianças (5-11 anos).

Denominação	Entidade promotora	Modalidades e preços	Serviços incluídos (gratuitos ou com desconto)	Pontos de venda	Fonte
<p>Sevilha Card</p> 	<p>Neoturismo</p>	<p>24h - 33€ (a) 48h - 53€ (a)/25€ (b) 72h - 71€ (a)/25€ (b) 120h - 77€ (a)/25€ (b) 5% de desconto na compra online</p>	<p>Museus e monumentos, restaurantes, visitas guiadas, lojas, flamenco, lazer, entrada na Isla mágica</p>	<p>Postos de turismo e internet: http://www.sevillacard.es/es/compra http://www.neoturismo.com/es/tarjetas</p>	<p>http://www.neoturismo.com/es/tarjetas</p>
<p>Valencia Card</p> 	<p>Fundação Turismo Valencia</p>	<p>Individual: 24h- 15€ Individual: 48h - 20€ Individual: 72h - 25€ Família 24 - 2 Adultos + 2 crianças (dos 6 aos 12 anos) - 60€ Família 48 - 2 Adultos + 2 crianças (Dos 6 aos 12 anos) - 80€ Família 72 - 2 Adultos + 2 crianças (Dos 6 aos 12 anos) - 100€ 10% desconto na compra pela Internet e 15% para grupos >30 pessoas</p>	<p>Museus e lugares de interesse, lojas, animação noturna, restaurantes e cafés, transportes, animação turística, aluguer de transportes</p>	<p>Postos de turismo, hotéis, operadores turísticos, quiosques. Internet: http://www.valenciatouristcard.com/en/buy-online http://www.turisvalencia.es/tienda</p> <p>European city cards: http://www.europeancitycards.com Atrapalo http://www.atrapalo.com Expedia http://www.expedia.com Hotel beds http://www.hotelbeds.com Valencia on-line http://www.valencia-on-line.com Neoturismo http://www.neoturismo.com Get your guide http://www.getyourguide.com/en/tours/spain-valencia/valencia-tourist-card-</p>	<p>http://www.valenciatouristcard.com</p>
<p>Málaga Card</p> 	<p>Projeto conjunto com a Junta de Andalucía, Centro histórico de Málaga, Câmara de Málaga.</p>	<p>35€ (No site não é referido a duração- enviei mail a perguntar, mas não obtive resposta)</p>	<p>Museus, Monumentos, Transportes, autocarro turístico, centros associados existentes no centro histórico.</p>	<p>Internet (atencionclientes@malagacard.com), por telefone, agências de viagem e vários pontos de venda em Málaga</p>	<p>http://www.malagacard.com/info.html</p>

Cinco Percursos Cinco Sentidos

Percurso “Sonoridades de Faro” (Audição)

(pedonal e carro)

Partida: Pontinha

No largo da Pontinha, aproveite para conhecer o **Museu Regional do Algarve**, onde poderá conhecer algumas das tradições do Algarve.

De seguida, caminhe pela Rua de Portugal até avistar o **Teatro Lethes**. A construção deste imóvel remonta ao ano de 1605 para Colégio da Companhia de Jesus. Aquando da expulsão dos jesuítas, em 1759, foi integrado no Erário Régio. Em 1843, após a implantação do Liberalismo, o edifício foi adquirido em hasta pública pelo Dr. Lázaro Doglioni. As obras de adaptação a teatro estiveram a cargo do seu sobrinho, Dr. Justino Cúmano, inaugurando em 1855. O nome Lethes significa “rio do esquecimento” e representa o uso da arte, cultura e entretenimento.

A saída do edifício vire à direita, atravesse o largo das Mouras Velhas e siga pela travessa de São Luís, na Rua Cruz das Mestras vire à esquerda, siga até encontrar o Largo do Carmo.

Aqui encontrará a **Igreja da Nossa Senhora do Carmo**, edificada em 1713 pelo Bispo D. António Pereira da Silva, que representa uma das mais importantes manifestações estéticas do património religioso e artístico da região.

No seu interior estão as imagens de São João Batista e de São José nos lados laterais do sacrário, assim como, as imagens de Santo António e de Santa Maria Madalena de Pazzi. Está também associado a este edifício uma pequena **Capela dos Ossos**.

Regresse até ao Largo da Pontinha, apanhe a viatura e siga em direção ao **Mercado Municipal**, pela Rua João de Deus, vire depois à direita na Rua Mouzinho de Albuquerque, o Mercado é em frente. Ai estacione e visite o Mercado onde poderá encontrar vendedores de fruta, legumes, flores, peixe, carne e diversos produtos tradicionais. Aproveite para descansar um pouco numa das esplanadas existentes e depois dirigir-se até ao **Cemitério Judaico**, seguindo a rua dos Bombeiros Portugueses até ao Largo de S. Luis e depois a Estrada da Penha. O cemitério situa-se no lado direito junto ao Estádio de Futebol.

Regresse ao Mercado e siga com a sua viatura, pela Rua General Teófilo Trindade, Rua Aboim Ascensão, vire à esquerda e percorra a Av. Prof. Dr. Adelino Palma Carlos ate encontrar a rotunda, à esquerda, encontrará o edifício do **Teatro Municipal de Faro**, um projeto dos Arquitetos Gonçalo Byrne e de Sophie Matias. Aproveite, para visitar este espaço e conhecer a programação cultural que o espaço oferece.

Continue em frente e encontrará a **Casa das Figuras**, edifício barroco construído no século XVIII. A sua fachada possui um frontão recortado, onde sobressaem em relevo dois dragões com faces humanas, ladeados por golfinhos.

No outro lado da estrada, tem um espaço verde, onde poderá **praticar exercício físico** nos equipamentos existentes ou visitar um dos **espaços comerciais** existentes nas proximidades.

Percurso “Toques de magia pela Cidade Velha” (Tato) (pedonal)

Partida: Rua de Santo António – norte

A rua principal do Centro Comercial a céu aberto de Faro é local mais conhecido e procurado por todos aqueles que visitam a cidade. Ponto de passagem obrigatório para compras, encontros e animação de rua. É das zonas mais movimentadas e como tal, habitualmente apelidada de “Centro da Cidade”. Aqui é possível observar o pormenor da **calçada portuguesa**, assente em todo o seu percurso. Poderá ainda sentir o **cheiro** que sai das pastelarias e cafés existentes e **deliciar-se** com a oferta de doces regionais.

É nestas artérias que se encontram as principais lojas existentes no centro da cidade.

Percorra esta rua em direção a Sul até ao **Jardim Manuel Bívar**, onde encontrará um **coreto** datado do século XIX. De salientar que é neste local, que se realizam a maioria dos eventos e espetáculos que animam as noites durante todo o ano, bem como **feiras do livro e do artesanato**, esta última aos segundos sábados de cada mês.

Ao lado do Jardim encontra-se a **Doca de Recreio** é um ponto de passagem obrigatório para quem visita a cidade e um dos locais mais procurados para passeios em família e por turistas das mais variadas nacionalidades. Ai sinta o cheiro da maresia e aproveite para descansar numa das esplanadas existentes ao longo da Doca de recreio.

Siga em direção ao Hotel Eva, ao lado encontrará o **Museu Marítimo Almirante Ramalho Ortigão** (Capitania do Porto de Faro) fundado em 1931 o qual poderá visitar as exposições patentes.

Em seguida, volte ao Jardim Manuel Bívar e continue em frente. Do lado esquerdo encontrará a **Igreja da Misericórdia** edificada em 1583, pelo Bispo D. Afonso de Castelo Branco, a qual se destaca pela sua planta de cruz grega e magníficos retábulos existentes no seu interior. “A Visitação”, “Bandeira Real” e a “Visita dos Enfermos” são algumas das obras que podem ser visitadas.

Continue em frente em direção ao conhecido **Arco da Vila** inaugurado em 1812.

Esta obra, do arquiteto Francisco Xavier Fabri, é atualmente um dos locais mais emblemáticos e de referência para quem visita a cidade de Faro, localizando-se mesmo ao lado do Posto de Turismo. A estátua em mármore que se encontra visível no cimo do Arco representa a figura de São Tomás de Aquino. Neste local avistam-se também alguns ninhos de cegonha.

Continue em frente, passe o Arco da Vila e observe o arco em ferradura **Porta Árabe** do século XI que se encontra à direita. Era a principal entrada marítima da Vila-Adentro durante a ocupação árabe, tendo a particularidade de ser o arco em ferradura mais antigo do país.

Siga em direção ao edifício dos **Paços do Concelho / Câmara Municipal de Faro**, onde poderá observar o pormenor da fachada branca constituída por um frontão triangular que comporta o brasão da cidade.

Aqui opte por virar à sua esquerda e seguir em frente rumo ao Largo D. Afonso III, onde se encontra o **Museu Municipal de Faro** – segundo museu criado no Algarve, inaugurado oficialmente ao público em 1897. Aqui poderá conhecer um pouco da história de Faro, nas diferentes exposições patentes. Este museu está instalado no antigo convento de Nossa Senhora da Assunção, cuja construção iniciou em 1519. Possui um dos primeiros exemplares da tipologia de claustros proto-renascentista Portugueses e foi um dos cinco conventos femininos existentes na diocese algarvia

À saída do Museu retorne pelo mesmo caminho até ao edifício da Câmara Municipal e vire à esquerda em direção ao Largo da Sé, onde poderá visitar a **Igreja de Santa Maria – Sé Catedral** edificada em 1251, após a reconquista cristã.

Esta foi alvo de restauro após ter sido saqueada e incendiada pelas tropas Inglesas do conde de Essex, em 1596, depois dos terramotos de 1722 e 1755. Da sua **Torre Sineira**, é possível desfrutar de uma **vista deslumbrante sobre toda a cidade**, apenas acessível por uma grande escadaria, sendo também possível visitar a Capela dos Ossos, existente mesmo ao lado do edifício. Em pleno Largo da Sé, destaca-se a presença do **Paço Episcopal**, datado do século XVI e que representa a transferência da sede do Episcopado de Silves para Faro.

Este monumento sempre serviu de residência episcopal, pelo que ainda hoje as visitas são condicionadas, sendo aconselhável marcar com alguma antecedência. Aqui estão presentes pinturas de Marcello Leopardi e uma biblioteca de estilo barroco, com especial destaque para um núcleo de azulejos rococó no seu interior. Antes de seguir caminho aproveite por desfrutar do ambiente agradável desta zona e tomar algo numa das **esplanadas** existentes na zona, depois, continue em frente junto à fachada do **Seminário Episcopal**, com as suas janelas renascentistas e descubra o **Cais das Portas do Mar**, local de partida das embarcações para as ilhas ou para agradáveis passeios turísticos. Aqui poderá também apreciar uma esplêndida vista sobre a Ria Formosa.

Se optar por seguir pela direita poderá encontrar o **Centro de Ciência Viva**, foi inaugurado em 1997 e ocupa o antigo quartel dos bombeiros, é um espaço de cultura científica e tecnológica, onde o Sol e a sua influência sobre a Terra e os seres vivos é o tema central. Neste espaço pode sentir um tremor de

terra, mexer em alguns seres vivos da ria formosa no apalpário, observar as estrelas, conhecer algumas das espécies vegetais endógenas da região do algarve. Certamente um espaço de experiência para adultos e crianças.

Se junto ao Cais das Portas do Mar optar por virar à esquerda, seguindo o passadiço junto à Ria Formosa encontrará o Largo de São Francisco e as **muralhas**.

Continue sempre em frente, perpendicularmente à fonte existente no local, até encontrar no seu lado direito a **Igreja de São Francisco**, fundada no século XVII e cujo interior se encontra revestido em talha dourada. Este edifício contém um significativo número de imagens de roca da Procissão das Cinzas e das Dores.

Ao sair da igreja, siga sempre em frente e atravesse o Largo até encontrar o **Arco do Repouso** (século XII), constituído pelas suas duas torres albarrãs que até ao século XVII desempenharam um importante papel na proteção da cidade.

O nome desta entrada está associado à conquista de Faro por D. Afonso III e pelos cavaleiros de Santiago. Terá sido por aqui que tomaram a cidade a 27 de Março de 1249.

Após apreciar o Arco, continue pela rua localizada à direita da entrada deste, até encontrar o **Palacete Belmarço**, datado do início do século XX. Este é um dos edifícios mais emblemáticos da cidade de Faro. Foi inicialmente construído para ser residência de um conceituado comerciante e no seu interior estão presentes dois painéis de azulejos que personificam monumentos, como a Torre de Belém e o Palácio da Pena.

À saída do Palacete vire à direita e siga pela Rua Alexandre Herculano sempre em frente atravessando o Jardim da Alagoa e posteriormente pela Rua Brites de Almeida até alcançar o Largo do Pé da Cruz, onde encontrará a **Ermida do Pé da Cruz** (séc. XVII). No seu interior existe um conjunto de ornamentações de estilo barroco, nomeadamente o retábulo da Capela-Mor, a talha do arco triunfal, os doze painéis pintados a óleo com cenas do Antigo Testamento e algumas imagens setecentistas.

Depois de visitar este local vire à sua esquerda e contorne o edifício onde poderá ver um monumental Passo, construído no terceiro quartel do século XVIII e situado nas traseiras da ermida.

Continue o seu percurso e vire na primeira rua à sua direita, e siga pela Rua da Polícia de Segurança Pública, sempre em frente até visualizar a entrada do **Jardim da Alameda João de Deus**. Este caracteriza-se por ser a maior área verde da cidade de Faro e como tal, um dos locais mais procurados para atividades de lazer. No topo do jardim encontrará uma interessante fachada de estilo neo-árabe,

que no passado pertencia a um Matadouro Municipal e que desde 2001 enquadra uma das fachadas do novo edifício da **Biblioteca Municipal Ramos Rosa** .

Ficou apenas como testemunha a sua fachada que serve como porta do átrio principal do edifício. Aproveite para apreciar a calma e beleza natural. Poderá ainda observar algumas espécies existentes no local e descansar numa das suas esplanadas.

Percurso “Um olhar sobre uma Aldeia típica algarvia - Estoi” (Visão)

(carro e pedonal)

Saía de Faro em direção à EN 2 rumo a Estoi.

A aldeia de Estoi possui uma área de 46,55km² e encontra-se no Barrocal, cujas encostas são cobertas de amendoeiras e alfarrobeiras. As principais atividades económicas desenvolvidas na região referem-se ao comércio, serviços, em especial atividades ligadas ao turismo e à hotelaria, construção civil, embora a agricultura ainda tenha algum peso económico.

Em Estoi, comece por visitar as **Ruínas Romanas de Milreu**, cujas primeiras escavações tiveram lugar em 1877 pelo arqueólogo Estácio da Veiga. Este espaço é um dos mais importantes sinais de presença romana no Algarve. Aqui é possível visualizar vestígios de uma antiga “vila rústica” romana assim como mosaicos e umas antigas termas existentes na época. Destacam-se ainda, as ruínas de um templo pagão que foi transformado em igreja cristã, uma das mais antigas do mundo. As Ruínas em 1910 foram classificadas como Monumento Nacional.

De seguida, siga em direção ao centro da Aldeia, onde pode estacionar nas proximidades da Igreja Matriz e começar um passeio a pé pelas estreitas, sinuosas e tradicionais ruas da aldeia.

No Largo da Liberdade, no cimo de uma escadaria monumental, visite a **Igreja Matriz de Estoi**. Este edifício, foi construído no séc. XVI, e reedificado nos sécs. XVIII e XIX, sob orientação do arquiteto italiano Francisco Xavier Fabri. A fachada é de estilo neoclássico e o seu interior é constituído por três naves. Os Retábulos dos altares datam do séc. XIX., embora a imaginária seja mais antiga, nomeadamente a imagem de São Vicente, do séc. XVII. O Baptistério apresenta uma decoração rocaillle semelhante ao estilo arquitetónico utilizado no palácio de Estoi. Faz ainda parte do seu acervo, uma custódia de prata dourada, originária da Confraria do Santíssimo Sacramento do séc. XVII.

Lateralmente à igreja encontra no Largo General Humberto Delgado, um monumento inaugurado em 1985, em **homenagem ao Poeta Emiliano da Costa**, antigo médico da aldeia, aquando das comemorações do centenário do seu nascimento. Chama-se a atenção para o soneto “Aldeia Branca”, presente no mesmo, o qual é dedicado a Estoi.

Na envolvência, é de destacar também a **Casa de Estoi**, construída no primeiro ano do séc. XX, por José Palermo de Faria Lopes e que caracteriza uma ligação entre o passado e o presente, sendo atualmente uma unidade de Alojamento Local.

Siga a pé pela Rua da Igreja em direção ao Largo de Ossónoba. Esta pequena Praça pública tem diversas árvores centenárias de copa alta e vários aspetos a observar, nomeadamente a Fonte de Estoi, que deu origem a esta localidade, atualmente enquadrada numa fonte lúdica. O **Antigo Paço Procissional**, provavelmente do Séc. XIX e que constitui um testemunho da tradicional procissão do Senhor dos Passos, também se destaca neste Largo. O mesmo acontece com o **Solar do Capitão Freire**, edifício em estilo Chão, de início do séc. XIX, cuja porta de entrada é antecedida de uma escadaria, a casa da Farmácia, onde se destacam os trabalhos em cantaria dos vãos das fachadas e em ferro fundido.

Continue o seu percurso pela Rua do Pé da Cruz, em direção à Ermida com o mesmo nome. No n.º 47 desta rua, pode ser visto um portal Manuelino, vestígio de uma habitação do séc. XVI, sendo visível um chanfro nas ombreiras e na verga do portal.

No cimo do arruamento ergue-se a **Ermida de Nossa Senhora do Pé da Cruz**, templo seiscentista constituído por uma capela- mor e nave única retangular. De realçar no interior o revestimento com azulejos de padrão do séc. XVII e a imagem da Nossa Senhora, do séc. XVIII inserida no retábulo rococó. Associada a esta ermida merece destaque a tradicional **Festa da Pinha**, antiga festa dos almocreves em honra da Nossa Senhora do Pé da Cruz e realizada anualmente nos dias 1 e 2 de Maio, romaria equestre que envolve a participação da população da freguesia e que atrai milhares de visitantes.

Volte a descer a rua e vire à direita na Rua de S. José, em direção ao **Palácio de Estoi**, o qual representa um estilo rococó único na região algarvia e pode ser integrado no conjunto dos melhores exemplares da arquitetura civil da 2.ª metade do séc. XVIII., o qual foi comprado em 1987 pela Câmara Municipal de Faro. Em 1977, foi classificado pelo Estado como Edifício de Interesse Público.

Atualmente, o Palácio é uma Pousada da Enatur que sofreu obras de adaptação e ampliação com projeto do Arq. Gonçalo Byrne e do Arq.º Paisagista João Cerejeiro, sendo a única Pousada de Portugal, integrada no segmento de Pousada histórica *design*, na região do Algarve.

Saindo do Palácio, vire à esquerda e desça as escadinhas da antiga Horta da Cega, em cujo **portal barroco** se destacam os trabalhos ornamentais de massa. Suba a rua da Presa e observe o Passadiço que interliga as duas partes da Quinta do Palácio de Estoi, com a sua estatuária ornamental. Mais à frente, encontra o antigo lavador público, fontanário e antigo bebedouro de animais que foram alvo de uma intervenção recente. Depois volte à sua direita pela Rua Furriel João Canal e desça a Rua da Barroca, toda ela em escadaria sinuosa, mas agradável de se percorrer. A meio deste percurso junto ao n.º 30 pare para ler num **painel mural** o poema que Jorge de Sena dedicou a uma cabecinha romana

das Ruínas Romanas de Estoi. A terminar este percurso, entre no Largo da Liberdade e observe o antigo **tanque comunitário**, decorado com um painel com o poema “Minha Aldeia”, de Emiliano da Costa.

Antes de partir, ou durante o percurso encontra várias **esplanadas onde poderá tomar alguma bebida ou ligeira refeição**, desfrutando do ambiente calmo e tradicional de uma aldeia típica do barrocal do Algarve.

**Percurso “O perfume mediterrânico - Santa Bárbara de Nexe” (Olfato)
(carro e pedonal)**

Saia de Faro em direção à EN2, vire em direção a Estoi/São Brás de Alportel. Siga as placas e inicie uma viagem onde pode usufruir de magníficas paisagens.

A freguesia de Santa Bárbara de Nexe situa-se em pleno barrocal algarvio. Para além de excelentes **vistas para o litoral**, a freguesia caracteriza-se pela existência de habitações e pequenos núcleos populacionais situados de forma dispersa (Agostos, Laranjeira, Benatrite, Guilhim, Bordeira, Pé do Cerro, Telheiro, Gorjões, Colmeal, Medronhal, Poço Mouro, Canal, Charneca, Goldra de Cima e Goldra de Baixo). No seu passeio em Santa Bárbara de Nexe poderá observar a **flora e fauna mediterrânica e sinta o seu perfume**. Em termos culturais, para além do património edificado é reconhecida a sua oferta ao nível das atividades nas áreas da **música de acordeão** e do trabalho artístico em pedra. Foi nesta freguesia que o acordeonista José Ferreiro Pai compôs o corridinho “Alma Algarvia”. Bordeira caracterizou-se pela produção artesanal de acordeões, existindo atualmente ainda um exemplar do acordeonista José Ferreiro Pai e que faz parte do espólio do Museu Municipal de Faro. Em algumas coletividades, é possível aos fins-de-semana assistir ao longo do ano, a diversos **espetáculos no âmbito do folclore e acordeão ou das charolas no mês janeiro**.

Partida: Da Igreja Matriz de Santa Bárbara de Nexe

Após visitar o interior da igreja **Matriz de Santa Bárbara de Nexe** cuja origem remonta à época Medieval, siga à direita pela Rua Recova até à Rua Pires Laranjeira. Percorra o núcleo urbano antigo de Santa Bárbara de Nexe apreciando as características do casario.

Regresse à Rua da Recova e siga a direção norte, poderá optar entre o caminho rural “caminho Marufo”, disfrutando de um percurso mais agradável e sem trânsito, em alternativa à Rua de São Brás.

No cimo da Estrada dos Gorjões, encontrará o **Poço das Silveiras** e o seu largo. Existem referências sobre esta infraestrutura hidráulica desde 1728, tendo sido intervencionada por diversas vezes.

O espaço público que o envolve, recentemente intervencionado, é o local ideal para descansar, tomar uma bebida ou refeição ligeira e apreciar as vistas que tanto caracterizam a freguesia de Santa Bárbara de Nexe. Aqui poderá avistar o mar, na linha do horizonte e a paisagem do barrocal Algarvio, com as espécies arbóreas que a distinguem (amendoeira, azinheira e a alfarrobeira, entre outras). Durante o mês de janeiro e fevereiro estas paisagens estarão enriquecidas com as amendoeiras floridas.

Siga a Estrada do Canal, apreciando as vistas do percurso até ao caminho do canal, à sua esquerda. Siga, até encontrar um caminho de terra, à sua direita. O **Poço da Mó** localiza-se mesmo no meio deste caminho e os registos da sua existência datam do séc. XVIII. Na sua história há relatos de várias intervenções, encontrando-se à data em razoável estado de conservação, pintado de cor branca e com as ferragens de cor azul.

Virando à esquerda, encontrará o **Poço do Canal** infraestrutura hidráulica que abastecia de água a localidade rural do Sítio do Canal, cujas habitações ainda hoje mantem as características fundamentais da arquitetura civil rural.

Em direção a Sul, ao encontrar o cruzamento com o Caminho Galego, vire à direita e percorra esse caminho ladeado por muros de pedra até encontrar a **Quinta da Nora**, propriedade privada. O edifício tem origem no séc. IX e sofreu intervenções no séc. XX. Trata-se de um edifício com interesse arquitetónico, integrado numa propriedade rural onde se desenvolvia agricultura de sequeiro, tradicional no algarve.

Percurso “Os sabores da Ria Formosa” (Paladar) (barco e pedonal)

Parta do Cais das Portas do Mar, localizado na Rua Comandante Francisco Manuel, e visite algumas das ilhas que delimitam a Ria Formosa: Culatra, Farol, Deserta ou Ilha de Faro, todas elas certificadas com Bandeira azul (2010). Este cais dispõe de carreiras fluviais regulares e de outras empresas que efetuam **passeios na Ria e nas ilhas**.

Os percursos pelas Ilhas são um completo despertar dos cinco sentidos, começando pelos **cheiros** (Ria e flora) e os **sons** (Ria e fauna), o **sentir** das águas tépidas e a areia fina. As **vistas** sobre a ria desde o nascer até ao pôr-do-sol, são únicas. Ao longo de qualquer das visitas às ilhas não perca a oportunidade de **saborear** o que de melhor a Ria lhe oferece e que pode encontrar em muitos dos estabelecimentos de restauração e bebidas existentes.

Se optar por um passeio até à **Ilha de Faro**, encontrará oferta de alojamento e **restauração**, sendo a única ilha do concelho com acesso terrestre, dada a existência de uma ponte. A praia, para além de galardoada pela bandeira Azul está classificada como “**Praia Acessível**”. No extremo nascente da ilha, junto à Barra de São Luís, poderá usufruir de uma praia selvagem sem vigilância, de **beleza invulgar, chamada praia da Barrinha**, cujo acesso pedonal é feito por um passadiço de madeira.

A Ilha de Faro é ainda um local com boas condições para a prática desportiva de modalidades náuticas. Para tal o **Centro Náutico** desempenha um papel importante no contexto da formação e recreação do espírito desportivo para quem procura atividades náuticas e desportivas ao ar livre.

Poderá optar pelo percurso de barco até à **Ilha do Farol**, dura entre 30 a 40 minutos. É um destino bastante procurado e apazível durante a época balnear, quer pela qualidade da praia, pela sua **gastronomia local**, quer pelo **enquadramento ambiental**. Na ilha existe ainda o Farol, do cimo do qual se avista parte da Ria Formosa, Faro e Olhão.

Por outro lado, se preferir visitar uma ilha um pouco mais calma, visite a **Ilha da Culatra** (30-40 a partir do Cais Comercial), encontra-se inserida num dos **núcleos populacionais** da Ria Formosa, caracterizando-se pela existência de um elevado número de habitações de pescadores locais e um acentuado registo de procura de turistas durante o Verão.

Antes de seguir para a praia, aproveite para descanar e deliciar-se com a gastronomia local, à base de peixe e marisco.

O acesso à **praia** é feito por um **passadiço** de madeira que atravessa o aglomerado urbano. A praia com um amplo **areal** convida a passeios à beira mar e à **observação da flora** dos campos dunares e das **espécies de aves** existentes, as **águas são cálidas** e tranquilas.

Durante o período da primeira Grande Guerra Mundial, em 1918, começou a ser construído na ilha um **Centro de Aviação Naval**, vocacionado para luta anti-submarina, que ainda hoje é possível observar.

Pode ainda optar por visitar a **Ilha Deserta**, e **usufruir do silêncio e do sossego**. O cordão dunar mantém preservada a sua **vegetação original**. Também a **fauna** se encontra protegida, sobretudo aves: borrelhos, garajaus, andorinhas do mar, gaivinas ou chiretas. A partir do porto de embarque é possível fazer um percurso de natureza sobre um **passadiço** de madeira.

Muitas são as empresas ligadas à náutica que poderão proporcionar visitas e experiências nestes espaços (*birdwatching*, pesca, atividades náuticas,...)

Fonte: Percursos adaptados dos existentes *on-line* na página de *internet* da Câmara: <http://www.cm-faro.pt/menu/473/o-que-fazer-e-visitar.aspx>



Esboço

Normas de Utilização e Gestão do Cartão Turístico – Faro Card

Faro, 25 de janeiro de 2013



Lista de documentos adstritos à Normas

Ficha de Adesão.....	113
Acordo de Adesão.....	117
Ficha de Alteração.....	119
Acordo para Venda dos cartões.....	124
Guia de recebimento.....	125
Ficha de caracterização do visitante.....	126



Normas de utilização e gestão do Cartão Turístico – Faro Card

Nota justificativa

O Município de Faro está inserido numa região turística e com um conjunto de infra-estruturas culturais, recreativas, turísticas, de âmbito público e privado. Neste sentido a Câmara Municipal através de um cartão turístico, pretende promover o concelho como destino turístico, incentivando e facilitando a deslocação e visita dos utilizadores pelos principais locais de interesse do concelho, dar a conhecer os diferentes produtos/serviços turísticos contribuir para que os turistas possam ter experiências turísticas memoráveis, dinamizar o desenvolvimento económico do concelho, através incentivo ao consumo.

Assim, no uso do poder regulamentar conferido às autarquias locais pelo artigo 241.º da Constituição da República Portuguesa, e nos termos da alínea a) do n.º 7 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada e republicada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de janeiro, é elaborado as presentes normas de utilização e gestão do Cartão Turístico Municipal.

Artigo 1.º

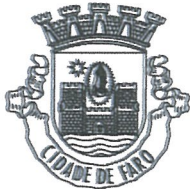
Objectivo

Com o objectivo de promover o concelho de Faro como destino turístico, incentivar a dinamização da economia local é criado no concelho de Faro o Cartão Turístico – Faro Card, cujas normas de gestão e utilização são descritas neste documento.

Artigo 2.º

Âmbito

O Cartão Turístico – Faro Card é uma iniciativa acompanhada no Departamento de Cultura da Câmara Municipal de Faro, que contribui para proporcionar experiências memoráveis aos visitantes do concelho de Faro.



Artigo 3.º

Entidades aderentes

Podem associar-se ao cartão turístico todas as pessoas coletivas públicas e privadas, bem como, empresários em nome individual que desenvolvam atividades na área turística ou comercial no concelho de Faro, e que aceitem as presentes normas;

Artigo 4.º

Processo de adesão das entidades aderentes

1 - Todos os estabelecimentos/entidades referidos no artigo anterior podem constituir-se como estabelecimento aderente, mediante a realização do processo abaixo descrito:

- a) Os interessados em aderir a este projeto devem preencher a ficha de adesão, a qual faz parte destas normas e que será disponibilizada na página de *internet* e na Divisão de Cultura e Turismo da Câmara Municipal;
- b) A adesão por parte dos interessados é formalizada através da assinatura do respetivo acordo de adesão com a Câmara Municipal, cuja minuta faz parte destas normas. No acordo de adesão constam as regalias concedidas pelo fornecedor do produto/serviço turístico e as respetivas condições de utilização usufruto, bem como a divulgação dada pela entidade gestora do cartão;
- c) O acordo de adesão é válido desde a sua assinatura até ao último dia de duração do guia turístico, sendo renovado automaticamente salvo denúncia de alguma das partes, com uma antecedência mínima de 120 dias.
- d) Em caso dos estabelecimentos/entidades pretenderem alterar os incentivos, a mesma apenas poderá ser feita no final de cada ano, devendo para tal preencher a ficha de alteração e assinar novamente contrato, com uma antecedência de mínima de 120 dias.
- e) Os estabelecimentos/entidades aderentes comprometem-se a cumprir o acordo durante a vigência do mesmo, devendo em caso de encerramento/falência comunicar à entidade gestora do cartão, logo que possível.



Artigo 5.º

Direitos e obrigações dos estabelecimentos/entidades aderentes

- 1 - Os estabelecimentos/entidades aderentes podem optar por disponibilizar aos portadores do cartão turístico pelo menos um dos incentivos abaixo especificados:
 - a) Descontos específicos num serviço, produto ou artigo específico;
 - b) Desconto num conjunto ou tipo global de serviços, produtos ou artigos;
 - c) Outras facilidades, atendendo à especificidade dos seus serviços ou produtos, o estabelecimento.
- 2- A entidade aderente não terá que pagar qualquer importância à Câmara Municipal de Faro;
- 3 - Os estabelecimentos/entidades aderentes devem estar identificados com um dístico autocolante, disponibilizado pelos serviços da Câmara Municipal, em local visível do exterior.
- 4 - Os estabelecimentos/entidades aderentes, bem como os benefícios e facilidades que proporcionam aos portadores do cartão turístico, constarão do mapa dos percursos temáticos;
- 5 - Os estabelecimentos/entidades aderentes são alvo de uma estratégia de divulgação ao nível da página de *internet* da Câmara Municipal que lhes conferirá o reconhecimento pela colaboração nesta iniciativa.
- 6- Os estabelecimentos/entidades aderentes, podem solicitar aos utilizadores, a apresentação dos cartões de identificação.

Artigo 6.º

Venda do cartão

- 1 - O cartão turístico pode ser adquirido nos Museus Municipais e noutros locais devidamente assinalados, que estabeleçam acordo com a autarquia. Para as entidades



externas (revendedores) será feito um desconto sobre o preço de venda ao público, o qual será estabelecido quando forem aprovados os preços de venda;

2 – Com os revendedores será estabelecido um acordo para venda de cartões, cuja minuta faz parte destas normas;

3- A entrega das receitas dos revendedores será feita mensalmente, até aos primeiros cinco dias úteis de cada mês, mediante a qual será entregue uma guia de recebimento ao revendedor, conforme minuta em anexo e após entrega da verba na tesouraria, a guia de receita;

4 – Aquando da compra do cartão pelo utilizador será preenchida uma ficha de caracterização do visitante, cuja minuta faz parte destas normas;

5 - Na compra do cartão será entregue um mapa com percursos temáticos contendo toda a informação relativa aos incentivos.

Artigo 7.º

Dúvidas e omissões

A Câmara Municipal de Faro deverá resolver, mediante deliberação, todas as dúvidas e omissões resultantes da interpretação e aplicação do presente regulamento.

Artigo 8.º

Omissões

As situações omissas no presente normativo serão decididas através de despacho do Presidente da Câmara Municipal de Faro.

Artigo 10.º

Entrada em vigor

Estas normas entram em vigor, no dia útil imediatamente a seguir à aprovação em Reunião de Câmara.



Cartão Turístico – Faro Card

Minuta de Ficha de Adesão

Identificação comercial do estabelecimento aderente:

Nome do estabelecimento/entidade: _____

NIF _____

Morada do estabelecimento: _____

Nome do responsável: _____

Dados a divulgar:

Nome do estabelecimento (a constar no guia*): _____

Morada (a constar no guia*): _____

* caso seja a mesma da identificação e morada do estabelecimento não é necessário preencher

Tel. _____ E-mail: _____

Fax: _____ Pág. Web: _____

(Para além do nome e morada, poderão apenas ser colocados duas das informações acima indicadas no guia, sendo que deverão indicar, com um X no quadrado)



Proposta de adesão:

Descontos e facilidades a proporcionar pelo estabelecimento aos portadores do cartão turístico:

Tipo 1> Descontos específicos:

Poderá efetuar descontos num **serviço, produto ou artigo específico**, (por ex: massagem terapêutica, passeio de barco, *birdwatching*, artigo de vestuário específico, vinhos, entradas, refeição, dormida...):

1. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

2. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

3. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

4. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

Tipo 2> Descontos globais:

Poderá efetuar desconto num **conjunto ou tipo global de serviços, produtos ou artigos**, (por ex: em todas (por ex: massagem terapêutica, passeio de barco, *birdwatching*, artigo de vestuário específico, vinhos, entradas, refeição, dormida...):



1. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

2. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

3. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

4. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ % Notas: _____

Tipo 3> Outras facilidades propostas para os portadores do cartão turístico:

Atendendo à especificidade dos seus serviços ou produtos, o estabelecimento podem ainda apresentar, outras propostas de facilidades a proporcionar aos portadores:



Notas:

Após avaliação e aprovação por parte dos serviços da Câmara Municipal, esta proposta de adesão constituirá a base do **acordo de adesão** a estabelecer entre a autarquia e o estabelecimento.

Li e aceito as normas de utilização e gestão do cartão turístico, aprovadas em reunião de câmara de ____/____/____.

Faro, _____ (data)

(nome do estabelecimento),

(nome do responsável)



Acordo de Adesão N.º ____/____

Cartão Turístico – Faro Card

Nos termos da alínea b) do n.º 1 do artigo 4.º das Normas de Gestão e Utilização do Cartão Turístico, aprovadas em reunião de Câmara Municipal de (data) _____, estabelece-se o presente Acordo de Adesão, entre o Município de Faro, Número de Identificação Fiscal n.º 506 579 425, com morada no Largo da Sé, 8004-001 Faro, representada neste ato pelo Presidente da Câmara, _____

_____ e _____
_____ (nome da entidade), Número de Identificação Fiscal _____, com a morada em _____

_____, neste ato representado(a) por,

_____, na condição de _____, e portador de BI/ cartão de cidadão n.º _____, o(a) qual acorda aderir a este projecto de promoção, comprometendo-se a conceder aos titulares do cartão turístico os benefícios, em forma de descontos ou facilidades, de acordo com a ficha de adesão, que se anexa e faz parte deste acordo.

Mais se estabelece que a entidade aderente se compromete a cumprir o estabelecido nas alíneas c), d) e e) do n.º 1 do artigo 4.º das Normas de Gestão e Utilização do Cartão Turístico, bem como colocar o dístico identificativo, conforme n.º 3, do artigo 7.º das mesmas normas.



O Município de Faro compromete-se a divulgar o estabelecimento/entidade aderente, de acordo com os números 4 e 5, do artigo 5.º das Normas de Gestão e Utilização do Cartão Turístico.

Paços do Município de Faro, ____ / ____ / _____

O(a) responsável pelo

O Presidente da Câmara

estabelecimento aderente

Municipal



Cartão Turístico – Faro Card

Ficha de Alteração

Acordo de Adesão n.º _____, de ____/____/____

Nome do Estabelecimento/Entidade _____

A preencher em caso de actualização de dados:

Pessoa Responsável: _____

Morada: _____

Tel. _____ E-mail: _____

Fax: _____ Pág. Web: _____

(Para além do nome e morada, poderão apenas ser colocados duas das informações acima indicadas no guia turístico, sendo que deverão indicar, com um X no quadrado)

Esta nova proposta de adesão substitui na íntegra a anexa ao acordo _____.

Tipo 1> Descontos específicos:

Poderá efetuar descontos num **serviço, produto ou artigo específico**, (por ex: massagem terapêutica, passeio de barco, *birdwatching*, artigo de vestuário específico, vinhos, entradas, refeição, dormida...):

Alteração:



	Anulação (colocar um X)	Manutenção (colocar um X)	Alteração (identificação da alteração)
1. Serviço/produto/ artigo			
2. Serviço/produto/ artigo			
3. Serviço/produto/ artigo			
4. Serviço/produto/ artigo			

Nova proposta:

1. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: _____ **% Notas:** _____

2. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: _____ **% Notas:** _____

3. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: _____ **% Notas:** _____

4. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: _____ **% Notas:** _____



Tipo 2> Descontos globais:

Poderá efetuar desconto num conjunto ou tipo global de serviços, produtos ou artigos, (massagem terapêutica, passeios de barco, artigos de vestuário específico, vinhos, entradas, refeição, dormida....):

Alteração:

	Anulação (colocar um X)	Manutenção (colocar um X)	Alteração (identificação da alteração)
1. Serviço/produto/ artigo			
2. Serviço/produto/ artigo			
3. Serviço/produto/ artigo			
4. Serviço/produto/ artigo			

Nova proposta:

1. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ **% Notas:** _____

2. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ **% Notas:** _____

3. Serviço/produto/ artigo: _____



Desconto: ____ **% Notas:** _____

4. Serviço/produto/ artigo: _____

Desconto: ____ **% Notas:** _____

Tipo 3> Outras facilidades propostas para os portadores do cartão turístico:

Atendendo à especificidade dos seus serviços ou produtos, o estabelecimento podem ainda apresentar, outras propostas de facilidades a proporcionar aos portadores:

Alteração:

Nova proposta:

Notas:

Após avaliação e aprovação por parte dos serviços da Câmara Municipal, esta proposta de adesão constituirá a base do **acordo de adesão** a estabelecer entre a autarquia e o estabelecimento.



Câmara Municipal de Faro

Li e aceito as normas de utilização e gestão do cartão turístico, aprovadas em reunião de câmara de ____ / ____ / ____.

Faro, _____ (data)

(nome do estabelecimento),

(nome do responsável)



Acordo para venda de cartões

Em, _____ (data), o Município de Faro, número de identificação fiscal 506 579 425 através do funcionário _____

_____ (nome), entregou
no(a) _____ (nome do
estabelecimento ou entidade), ao funcionário _____
_____ (nome), _____ (n.º de
cartões), cartões turísticos (_____ individuais, _____ duplos, _____ familiares,
_____ grupo), com os seguintes números:

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

Mais se estabelece que:

O Município de Faro fará um desconto de ____% sobre o preço de venda dos cartões;

A entrega da receita por parte da (entidade/estabelecimento) _____

será feita mensalmente, até aos primeiros cinco dias úteis de cada mês.

O funcionário do
Município de Faro

O funcionário do
estabelecimento/entidade

(Nome)

(Nome)



Guia de recebimento

Em, _____ (data), o Município de Faro, Número de Identificação Fiscal 506 579 425 através do funcionário _____ (nome), recebeu do(a) _____ (nome do estabelecimento ou entidade), através do funcionário _____ (nome), _____ € (_____) (valor por extenso), correspondente à venda de _____ n.º de cartões (_____ modalidade, _____ modalidade, _____ modalidade _____.....) com os seguintes números:

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

O funcionário do
Município de Faro

O funcionário do
estabelecimento/entidade

(Nome)

(Nome)



CARTÃO N.º: _____

Local de venda: _____

Modalidade:

(A preencher pelo funcionário)

CARTÃO TURÍSTICO - FICHA DO ADQUIRENTE

Dados Pessoais:

Nome: _____

Tel.: _____ E-mail: _____

Morada: _____

Pais de residência: _____

No caso de Portugal, identificar o concelho: _____

Faro , ___ de _____ 20 ___

O/a comprador

Autorizo, que o Município de Faro e as entidades aderentes utilizem os meus dados para fins de campanhas de divulgação e para a realização de questionários.

**Proposta nº /20.../ CM****Aprovação de Normas de Utilização e Gestão do Cartão Turístico –
Faro Card**

Considerando que:

- O turismo apresenta-se como é sector essencial para a economia local;
- Face à atual situação económica, importa estabelecer parcerias que promovam o consumo e em simultâneo possam proporcionar experiências memoráveis aos visitantes de Faro;
- A articulação entre entidades públicas e privadas é fundamental para a prossecução dos objetivos de dinamização do sector;
- O presente projeto pode ser uma mais-valia para este destino turístico;

Tenho a honra de propor, que a Câmara Municipal delibere:

A Câmara Municipal, atendendo ao disposto na alínea a) do n.º 7 do artigo 64.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, alterada e republicada pela Lei n.º 5-A/2002, de 11 de janeiro, delibere aprovar as Normas de Utilização e Gestão do Cartão Turístico – Faro Card, em anexo.

Paços do Concelho, de de

O/A Vereador (a)

(Nome)

Largo da Sé,
8004-001 Faro, PortugalTel. 289 870 870
Fax. 289 802 326geral@cm-faro.pt
www.cm-faro.pt
Nif: 506 579 425**Vereador(a)**

Largo da Sé
8004-001 Faro, PortugalTel.:
Fax:
Mail:.....

**Proposta nº /20...../ CM****Preço de venda dos Cartões Turísticos – Faro Card**

Considerando:

- As Normas de Utilização e Gestão do Cartão Turístico – Faro Card aprovadas em Reunião de Câmara de (data);
- Que foram contabilizados os custos com o projeto, conforme tabela em anexo;
- Prevê-se que o cartão turístico entre em vigor em (data);
- Os preços a fixar pelos Municípios relativos aos serviços prestados e bens fornecidos em gestão direta pelas unidades orgânicas municipais não devem ser inferiores aos custos direta e indiretamente suportados com a prestação desses serviços, nos termos da lei n.º 2/2007 de 15 de Janeiro, art.º 16, ponto 1.

Tenho a honra de propor, que a Câmara Municipal delibere:

- 1- Ao abrigo dos fundamentos e normativos legais acima citados, aprovar os seguintes preços, com IVA incluído, constantes no quadro abaixo:

Modalidade de cartão	Preço de Venda ao Público



VEREADOR(A)(nome)

2- Aprovar um desconto de ___% sobre os preços de venda para os revendedores dos cartões.

Paços do Concelho, de de 20.....

O/A Vereador(a)

(Nome)

TERMO DE POSSE

Órgão/Serviço: Presidência do Conselho de Ministros.
Secretário de Estado Adjunto e da Administração Local.
Câmara Municipal de Faro.

IDENTIFICAÇÃO DO EMPOSSADO

Nome Completo: Cristina Pereira Neto

Bilhete de Identidade/Cartão de Cidadão n.º: 10255251 7 ZZ3 **Validade:** 21/01/2015

COMISSÃO DE SERVIÇO

Cargo: Directora de Departamento de Cultura

Entidade que Designou: Vice-Presidente da Câmara

Em: 28/10/2010

Por Competência Própria

Por Delegação

Publicação: *Diário da República*, 2ª Série, n.º 225, de 19/11/2010.

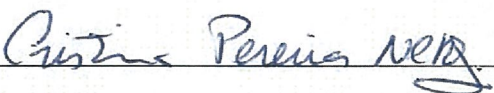
POSSE

Afirmo solenemente que cumprirei as funções que me são confiadas com respeito pelos deveres que decorrem da Constituição e da Lei.

Local: Salão Nobre dos Paços do Município de Faro.
Produce efeitos a partir do **dia 02/11/2010**. *

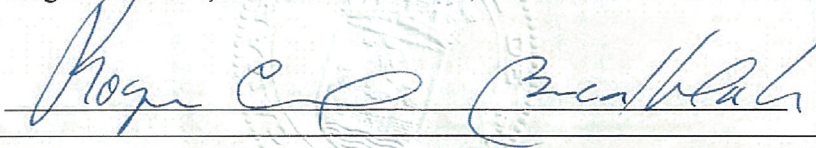
Data: 19/11/2010

O EMPOSSADO:



Entidade que confere a posse (nome e cargo/ categoria):

Dr. Rogério Conceição Bacalhau Coelho, Vice-Presidente da Câmara.



Por Competência Própria

Por Delegação

OBSERVAÇÕES:

* Nomeação em Regime de Comissão de Serviço, por três anos.



TERMO DE POSSE

Órgão/Serviço: Presidência do Conselho de Ministros.
Secretário de Estado Adjunto e da Administração Local.
Câmara Municipal de Faro.

IDENTIFICAÇÃO DO EMPOSSADO

Nome Completo: Cristina Pereira Neto

Bilhete de Identidade/Cartão de Cidadão n.º: 10255251 7 ZZ3 **Validade:** 21/01/2015

COMISSÃO DE SERVIÇO

Cargo: Directora do Departamento de Cultura

Entidade que Designou: Presidente da Câmara

Em: 15/03/2010

Por Competência Própria

Por Delegação

Publicação: *Diário da República*, 2ª Série, n.º 73, de 15/04/2010.

POSSE

Afirmo solenemente que cumprirei as funções que me são confiadas com respeito pelos deveres que decorrem da Constituição e da Lei.

Local: Salão Nobre dos Paços do Município de Faro.
Produce efeitos a partir do **dia 15/03/2010**. *

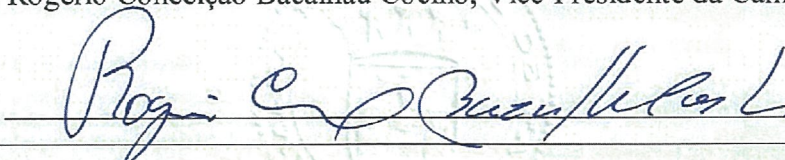
Data: 15/04/2010

O EMPOSSADO:



Entidade que confere a posse (nome e cargo/ categoria):

Dr. Rogério Conceição Bacalhau Coelho, Vice-Presidente da Câmara.

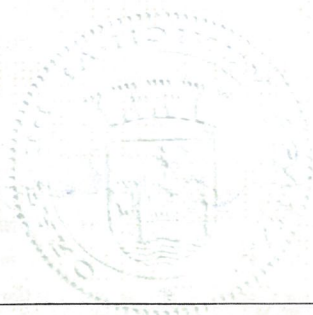


Por Competência Própria

Por Delegação

OBSERVAÇÕES:

* Nomeação em Regime de Substituição.



TERMO DE POSSE

Órgão/Serviço: Presidência do Conselho de Ministros.
Secretário de Estado Adjunto e da Administração Local.
Câmara Municipal de Faro.

IDENTIFICAÇÃO DO EMPOSSADO

Nome Completo: Cristina Pereira Neto

Bilhete de Identidade/Cartão de Cidadão n.º: 10255251 7 ZZ3 **Validade:** 21/01/2015

COMISSÃO DE SERVIÇO

Cargo: Chefe de Divisão de Cultura

Entidade que Designou: Vice-Presidente da Câmara

Em: 01/03/2010

Por Competência Própria

Por Delegação

Publicação: *Diário da República*, 2ª Série, n.º 61, de 29/03/2010.

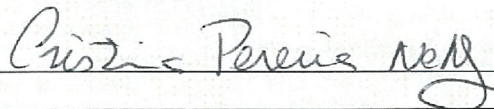
POSSE

Afirmo solenemente que cumprirei as funções que me são confiadas com respeito pelos deveres que decorrem da Constituição e da Lei.

Local: Salão Nobre dos Paços do Município de Faro.
Produz efeitos a partir do dia 01/03/2010. *

Data: 29/03/2010

O EMPOSSADO:



Entidade que confere a posse (nome e cargo/ categoria):

Dr. Rogério Conceição Bacalhau Coelho, Vice-Presidente da Câmara.



Por Competência Própria

Por Delegação

Termo de posse

Anexo 11

Ministério – Serviço/Organismo

Ministério das Cidades, Administração Local, Habitação e Desenvolvimento Regional
Direcção-Geral das Autarquias Locais
Câmara Municipal de Tavira

Identificação do nomeado

Nome completo **Cristina Pereira Neto**

Bilhete de identidade n.º 10255251

Válido até 09 - 02 - 2005

Nomeação

Cargo/categoria **Chefe da Divisão de Cultura e Turismo**

Modalidade de nomeação **Comissão de Serviço (alínea a) do n.º1 do artº. 7.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 07/12)**

Entidade que nomeou **Presidente da Câmara Municipal**

Em **05 - 08 - 2004**

Por competência própria

Por delegação

Fiscalização do Tribunal de Contas - -

Publicação **27 - 08 - 2004**

Posse

Eu, abaixo assinado, afirmo solenemente, pela minha honra, que cumprirei com lealdade as funções que me são confiadas.

Data e local **30 - 08 - 2004***
Paços do Município de Tavira

O Nomeado,

Cristina Pereira Neto

Entidade que confere a posse (nome e cargo/categoria):

Jose Macário Correia
Presidente da Câmara Municipal

Por competência própria

Por delegação

Jose Macário Correia

135



Observações

* Com efeitos a 06/08/2004

posicionada no escalão 1, índice 146, para a categoria de assistente administrativo, escalão 1, índice 199.

2 de Julho de 2007. — O Presidente da Câmara, *Augusto Manuel Neto Carapinha Pólvora*.

2611028318

CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

Aviso n.º 12 597/2007

Para os devidos efeitos se faz público que, por despacho do presidente de 27 de Abril de 2007 e nos termos do n.º 1 do artigo 24.º da Lei n.º 2/2004, de 15 de Janeiro, foi renovada a comissão de serviço de Maria Estrela Mangas Rua Amaro no lugar de directora do Departamento de Urbanismo, com efeitos a partir de 20 de Julho de 2007.

28 de Junho de 2007. — O Vereador do Desporto e Economia, *Carlos Manuel dos Santos Baracho*.

2611027784

Aviso n.º 12 598/2007

Para os devidos efeitos se faz público que, por despacho do presidente de 4 de Maio de 2007 e nos termos do n.º 1 do artigo 24.º da Lei n.º 2/2004, de 15 de Janeiro, foram renovadas as comissões de serviço de Carla Maria Leal Santos Martins e de Cristina Pereira Neto nos lugares de chefe de divisão de Gestão Financeira e Patrimonial e de chefe de divisão de Cultura e Turismo, respectivamente, a partir de 6 de Agosto de 2007.

28 de Junho de 2007. — O Vereador do Desporto e Economia, *Carlos Manuel dos Santos Baracho*.

2611027815

Aviso n.º 12 599/2007

Para os devidos efeitos, faz-se público que, por despacho do presidente de 8 de Junho de 2007 e nos termos do n.º 1 do artigo 24.º da Lei n.º 2/2004, de 15 de Janeiro, foram renovadas as comissões de serviço de Ana Cristina Soares Massena Gago e de Célia Dionísia Teixeira Pereira Teixeira nos lugares de chefe de divisão de Planeamento Urbanístico e de chefe de divisão de Gestão Urbanística, respectivamente, a partir de 10 de Setembro de 2007.

29 de Junho de 2007. — O Vereador do Desporto e Economia, *Carlos Manuel dos Santos Baracho*.

2611027861

CÂMARA MUNICIPAL DE TORRES NOVAS

Aviso n.º 12 600/2007

Discussão pública do processo de alterações ao alvará de loteamento n.º 02/2000, em nome de GESTAZUL — Imobiliário e Investimentos, S. A.

Pedro Lobo Antunes, vereador do pelouro do Urbanismo, no uso de competência delegada por despacho de 3 de Novembro de 2005, torna público que, nos termos do disposto no n.º 2 do artigo 27.º do Decreto-Lei n.º 555/99, de 16 de Dezembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º 177/2001, de 4 de Junho, e nos termos estabelecidos no n.º 3 do artigo 22.º, em conformidade com a deliberação da Câmara Municipal de 12 de Junho de 2007, decorrerá um período de discussão pública com a duração de 15 dias, que se inicia 8 dias após a publicação do presente aviso na 2.ª série do *Diário da República*, referente à alteração ao alvará de loteamento n.º 02/2000, processo n.º 582/07, lotes 118 e 119, sítios em Casal Vaz, freguesia de Meia Via.

Durante o período de discussão pública os interessados poderão consultar o processo e apresentar, por escrito, as suas sugestões, observações e reclamações no Departamento de Administração Urbanística da Câmara Municipal, durante as horas de expediente (das 9 horas às 12 horas e 30 minutos).

29 de Junho de 2007. — O Vereador do Pelouro, com poderes delegados, *Pedro Lobo Antunes*.

2611027944

CÂMARA MUNICIPAL DE TORRES VEDRAS

Aviso (extracto) n.º 12 601/2007

Torna-se público que, por despacho do signatário de 28 de Junho de 2007, e ao abrigo dos artigos 21.º, 23.º e 24.º da Lei n.º 2/2004,

Anexo 12

de 15 de Janeiro, na redacção dada pela Lei n.º 51/2005, de 30 de Agosto, aplicada à administração local pelo Decreto-Lei n.º 93/2004, de 20 de Abril, na redacção que lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7 de Junho, foi renovada a nomeação em comissão de serviço, por mais três anos, com efeitos a partir de 30 de Agosto de 2007, da técnica superior principal (recursos humanos) Joana Cecílio Barradas para o exercício do cargo de chefe da Divisão de Recursos Humanos.

28 de Junho de 2007. — O Presidente da Câmara, *Carlos Manuel Soares Miguel*.

2611027789

Aviso (extracto) n.º 12 602/2007

Torna-se público que, por despacho do signatário de 28 de Junho de 2007 e ao abrigo dos artigos 21.º, 23.º e 24.º da Lei n.º 2/2004, de 15 de Janeiro, na redacção dada pela Lei n.º 51/2005, de 30 de Agosto, aplicada à administração local pelo Decreto-Lei n.º 93/2004, de 20 de Abril, na redacção que lhe foi conferida pelo Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7 de Junho, foi renovada a nomeação em comissão de serviço, por mais três anos, com efeitos a partir de 23 de Agosto de 2007, do Dr. Rodrigo Antolin da Cunha Ramalho para o exercício do cargo de chefe da Divisão de Acção Social.

28 de Junho de 2007. — O Presidente da Câmara, *Carlos Manuel Soares Miguel*.

2611027790

CÂMARA MUNICIPAL DE VALE DE CAMBRA

Rectificação n.º 1036/2007

No aviso desta Câmara Municipal publicado no *Diário da República* 2.ª série, n.º 121, de 26 de Junho de 2007, rectifica-se que onde se lê «semiquualificado, canalizador» deve ler-se «semiquualificado, cantoneiro — uma vaga».

28 de Março de 2007. — O Vereador, *Manuel Augusto de Bastos Carvalho*.

2611028158

CÂMARA MUNICIPAL DE VIANA DO ALENTEJO

Aviso n.º 12 603/2007

Concurso externo de ingresso para admissão de um estagiário na carreira de técnico superior (licenciatura em Arquitectura)

1 — A Câmara Municipal de Viana do Alentejo torna público que, por despacho do vereador em regime de permanência, Manuel António Mendes Fadista, no uso de competência delegada, de 11 de Junho de 2007 e nos termos do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho, aplicável à administração local pelo Decreto-Lei n.º 238/99, de 25 de Junho, conjugado com o Decreto-Lei n.º 404-A/98, de 18 de Dezembro, alterado pela Lei n.º 44/99, de 11 de Junho, aplicável à administração local com as adaptações constantes do Decreto-Lei n.º 412-A/98, de 30 de Dezembro, se encontra aberto pelo prazo de 12 dias úteis a contar da data de publicação do presente aviso no *Diário da República*, concurso externo de ingresso para admissão de um estagiário na carreira de técnico superior (licenciado em Arquitectura).

2 — Ao referido concurso poderão concorrer os indivíduos que até ao termo do prazo fixado para apresentação das candidaturas reúnam os seguintes requisitos:

2.1 — Requisitos gerais:

- Ter nacionalidade portuguesa, salvo nos casos exceptuados por lei especial ou convenção internacional;
- Ter 18 anos completos;
- Possuir as habilitações literárias e ou profissionais legalmente exigidas para o desempenho do cargo;
- Ter cumprido os deveres militares ou de serviço cívico, quando obrigatório;
- Não estar inibido do exercício de funções públicas ou interdição para o exercício das funções a que se candidata;
- Possuir a robustez física e o perfil psíquico indispensáveis ao exercício da função e ter cumprido as leis de vacinação obrigatória.

2.2 — Requisitos especiais — os candidatos terão que possuir licenciatura em Arquitectura.

3 — A remuneração é a constante do anexo a que se refere o n.º 1 do artigo 13.º do Decreto-Lei n.º 412-A/98, de 30 de Dezembro (escalão 1, índice 321 — actualmente € 1048,87). As condições de trabalho



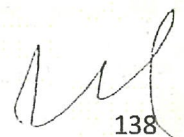
Seção de
Anexo 13

CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

DESPACHO 150/02 /GAP

COORDENAÇÃO INTERINA DOS SERVIÇOS DA DIVISÃO DE CULTURA E TURISMO (em criação)

1. Por deliberação da Assembleia Municipal, reunida a 5 do corrente, foi aprovada a criação da Divisão de Cultura e Turismo, inserida no Departamento Sócio- Cultural.
2. No contexto legal aplicável, a publicação do Regulamento Orgânico com os ajustamentos introduzidos terá lugar, em Diário da República, nas próximas semanas.
3. Na Divisão em criação, prestam serviço 15 pessoas em situações diversas: funcionários do quadro, contratados a termo, avençados, estagiários e subsidiados por protocolo. De entre eles existem três técnicos licenciados, mas apenas dois com vínculo ao quadro de pessoal. Nenhum dos técnicos superiores tem quatro ou mais anos na função pública, em termos de quadro.
4. A Divisão, compõe-se de cinco áreas funcionais: cultura, museus, turismo, biblioteca e arquivo. No entanto está dispersa por um número ainda superior de instalações. Implica assim, que se criem laços funcionais e sentido de equipa ao conjunto dos colaboradores.
5. Tavira, pelo peso do seu património histórico, cultural e monumental tem que se afirmar como um destino turístico especial e virada essencialmente para estes sentimentos e motivações. Associada aos bens patrimoniais edificados, tem de se afirmar uma actividade cultural compatível, adequada e complementar, geradora de uma dinâmica específica.


138



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

6. Os museus, as galerias, as bibliotecas, o arquivo, as igrejas, os palácios e os conventos têm de gerar um fluxo turístico cada vez melhor orientado. Assim a estratégia de valorização monumental em curso, tem de se centrar um objectivo claro: Tavira faz a diferença - além do sol e das praias tem história e vive a cultura.
7. Neste espírito é preciso cimentar a equipa de trabalho, aos poucos, animá-la de uma filosofia clara e mobilizá-la para os grandes objectivos traçados. A abertura, por concurso, para o respectivo lugar de Chefe de Divisão, terá lugar oportunamente, à medida que a nova Biblioteca Álvaro de Campos e os Museus em perspectiva, impliquem um considerável alargamento da equipa técnica.
8. No entanto, antes do concurso, é oportuno que se crie uma solução de coordenação interina, que atentas as circunstâncias mencionadas deve recair na Dr.^a Cristina Pereira Neto, a qual presta serviço na Câmara Municipal desde 1998, em situações de responsabilidade progressiva.

Assim, determino que a partir do dia 2 de Setembro próximo:

- a) A coordenação global e funcional dos serviços adstritos à Divisão da Cultura e Turismo, fica sob responsabilidade da técnica superior, Dr.^a Cristina Pereira Neto, a qual salvaguardadas, as limitações legais, terá missões próximas do estatuto de chefia referido.
- b) A gestão corrente dos serviços da nova Divisão em criação, terá a articulação óbvia com o Director do Departamento respectivo, através da coordenadora interina para este efeito designado.
- c) Todos os funcionários e demais colaboradores dos serviços compreendidos, nas suas missões serão enquadrados pela coordenação estipulada.



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

d) A abertura do concurso que nos termos legais dará lugar à nomeação definitiva para esta Divisão, será feita logo que existam condições objectivas para o efeito, atenta a especificidade do lugar.

Comunique-se aos funcionários e colaboradores da Divisão em criação, bem como às chefias da Câmara Municipal.

Tavira, Paços do Concelho, 14 de Agosto de 2002

O Presidente da Câmara Municipal,

José Macário Correia



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

DEPARTAMENTO SOCIO – CULTURAL

DIVISÃO DE CULTURA E TURISMO

SERVIÇOS	NOME		CATEGORIA PROFISSIONAL
CULTURA	- JOSÉ GERALDO BARRADAS	FQ	- TÉCNICO DE ANIMAÇÃO BACHARELATO
	- RUI FILIPE VENÂNCIO	FQ	- ESTÁGIO PROFISSIONAL LICENCIADO EM ANIMAÇÃO CULTURAL (IEFP)
MUSEUS	- ANA SOFIA DA CRUZ VIEIRA DA MOTTA	FQ	- TÉCNICA SUPERIOR DE 2ª (AVENÇA)
	- JOSÉ MANUEL NEVES DO NASCIMENTO	FQ	- TÉCNICO AUXILIAR DE MUSEOGRAFIA (CONTRATADO)
	- SANDRA LÍGIA CAMACHO DOS SANTOS	FQ	- TÉCNICA AUXILIAR DE MUSEOGRAFIA (CONTRATADO)
	- JOSÉ GREGÓRIO SILVA FERNANDES	Q	- FIEL DE ARMAZEM
TURISMO	-CRISTINA PEREIRA NETO	Q	- TÉCNICA SUPERIOR DE 2ª CLASSE
	-JORGE EDUARDO PEREIRA CRUZ	FQ	- ESTAGIÁRIO BACHARELATO EM GESTÃO HOTELEIRA (IEFP)
	- ANTÓNIO MANUEL BAGARRÃO BERNARDO	Q	- AUXILIAR ADMINISTRATIVO
BIBLIOTECA	-CECÍLIA DOMINGOS DIAS PATARATA	Q	-TÉCNICA PROFISSIONAL DE BAD PRINCIPAL
	- MARIA HELENA SILVA PEREIRA	Q	- AUXILIAR ADMINISTRATIVA
	- RITA MARIA BELO DO NASCIMENTO	FQ	- AUXILIAR ADMINISTRATIVA (GATO)

ARQUIVO MUNICIPAL	-ISABEL MARIA DIAS SALVADO	Q	- TÉCNICA SUPERIOR DE 2ª CLASSE
	-ABALBERTO TEÓFILO BRITO	Q	- ASSISTENTE ADMINISTRATIVO ESPECIALISTA
	- ANTÓNIO MANUEL MONTEIRO	Q	- TÉCNICO PROFISSIONAL DE ARQUIVO

Termo de aceitação de nomeação

Anexo 14

Ministério – Serviço/Organismo

Ministério das Cidades, Administração Local, Habitação e Desenvolvimento Regional
Direcção-Geral das Autarquias Locais
Câmara Municipal de Tavira

Identificação do nomeado

Nome completo Cristina Pereira Neto

Bilhete de identidade n.º 10255251

Válido até 09 – 02 – 2005

Nomeação

Cargo/categoria Técnico Superior de 1.ª Classe

Modalidade de nomeação n.º8 do art.º. 6º. do Decreto-Lei n.º 427/89 de 07/12

Entidade que nomeou Presidente da Câmara Municipal

Em 26 – 07 – 2004

Por competência própria

Por delegação

Fiscalização do Tribunal de Contas - -

Publicação 19 – 08 – 2004

Aceitação

Data e local: 20 – 08 – 2004,
Paços do Município de Tavira

O Nomeado,

Cristina Pereira Neto

Entidade que confirma a nomeação (nome e cargo/categoria):
Maria Antónia Martins do Nascimento
Directora do Departamento de Planeamento e Administração

Por competência própria

Por delegação

Maria Antónia Martins do Nascimento

143



1001021012002

Termo de posse

Anexo 15

Ministério – Serviço/Organismo

Ministério do Ambiente e Ordenamento do Território
Direcção-Geral das Autarquias Locais
Câmara Municipal de Tavira

Identificação do nomeado

Nome completo Cristina Pereira Neto

Bilhete de identidade n.º 10255251

Válido até 09 - 02 -2005

Nomeação

Cargo/categoria Técnico Superior de 2ª. Classe (Licenciatura em Marketing)

Modalidade de nomeação Nomeação definitiva (n.º.5 do art.º.6º. do Decreto-Lei n.º. 427/89, de 07 de Dezembro)

Entidade que nomeou Presidente da Câmara Municipal Em 11 12 2001
- -

Por competência própria

Por delegação

Fiscalização do Tribunal de Contas - -

Publicação 25 01 2002
- -

Posse

Eu, abaixo assinado, afirmo solenemente, pela minha honra, que cumprirei com lealdade as funções que me são confiadas.

Data e local 28 01 2002
Paços do Município de Tavira

O Nomeado,

Cristina Pereira Neto

Entidade que confere a posse (nome e cargo/categoria):

José Macário Correia
Presidente da Câmara Municipal

Por competência própria

Por delegação

José Macário Correia

144



CÂMARA MUNICIPAL DE SOBRAL DE MONTE AGRAÇO

Aviso n.º 117/99

Contrato de prestação de serviço/avença

Para os devidos efeitos se torna público que, de harmonia com o despacho do presidente de 2 de Dezembro de 1999, ratificado em reunião da Câmara Municipal de 6 de Dezembro de 1999, foi celebrado contrato de prestação de serviço, na modalidade de avença com Filomena Carvalho Sousa, com efeitos desde 2 de Dezembro do corrente ano, pelo período de um ano, para exercer funções como socióloga. (Não sujeito a visto do Tribunal de Contas.)

14 de Dezembro de 1999. — O Presidente da Câmara, *António Lopes Bogalho*. 03-1-28 862

CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

Aviso de nomeação

Para os devidos efeitos se faz público que, por despachos de 3 de Dezembro de 1999 se procedeu à nomeação das candidatas Carla Maria Leal Santos Martins e Cristina Pereira Neto, aprovadas nos concursos externos de admissão a estágio para ingresso na carreira técnica superior, visando o preenchimento de um lugar de técnico superior de 2.ª classe (licenciatura em Gestão Financeira) e de um lugar de técnico superior de 2.ª classe (licenciatura em Marketing), respectivamente, cujas listas de classificação final, datadas de 13 e 25 de Outubro, foram afixadas nessas mesmas datas.

Nos termos do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 7 de Dezembro, os candidatos têm o prazo de 20 dias para aceitação da nomeação, após a publicação do presente aviso no *Diário da República*.

Os processos não estão sujeitos a fiscalização prévia do Tribunal de Contas, nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 46.º, conjugado com o n.º 1 do artigo 114.º da Lei n.º 98/97, de 26 de Agosto.

7 de Dezembro de 1999. — O Presidente da Câmara, *José Márcio Correia*. 10-1-093 875

CÂMARA MUNICIPAL DE VALE DE CAMBRA

Aviso

Torna-se público que, por meu despacho, foi deferido o pedido de exoneração do operário semiquilificado, operário (canteiro de vias municipais) José Albino Ferreira Machado, desta Câmara Municipal, a partir do dia 15 de Dezembro do corrente ano.

13 de Dezembro de 1999. — O Presidente da Câmara, *António José de Oliveira Fonseca*. 5-1-28 256

CÂMARA MUNICIPAL DE VILA FRANCA DE XIRA

Aviso n.º 220/DAG/DGRH/SAP/99

Para os devidos efeitos, torna-se público que a candidata Deolinda Almeida Soares, classificada em 38.º lugar no concurso externo para auxiliar de serviços gerais, não compareceu para tomar posse dentro do prazo legal, pelo que, em conformidade com o disposto na alínea b) do artigo 42.º do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho, é retirada da lista de classificação final do respectivo concurso.

14 de Dezembro de 1999. — Por delegação de competências da Presidente da Câmara, conferida pelo Despacho n.º 23/98, de 30 de Março, a Directora do Departamento de Administração Geral, *Maria Paula Cordeiro Ascensão*. 03-1-28 870

Aviso n.º 221/DAG/DGRH/SAP/99

Nomeação para cargo dirigente

Torna-se público que a presidente da Câmara, por despacho exarado em 10 de Dezembro de 1999, procedeu à nomeação, em comissão de serviço, do candidato António Jorge Miguéis Nunes Duarte, classificado no concurso interno para preenchimento de um lugar de director do Departamento de Habitação e Urbanismo, nos termos dos n.ºs 1 e 7 do artigo 18.º da Lei n.º 49/99, de 22 de Junho, adaptado à administração local pelo Decreto-Lei n.º 514/99, de 24 de Novembro.

15 de Dezembro de 1999. — Por delegação de competências da Presidente da Câmara, conferida pelo Despacho n.º 23/98, de 30 de Março, a Directora do Departamento de Administração Geral, *Maria Paula Cordeiro Ascensão*. 03-1-28 869

Aviso n.º 222/DAG/DGRH/SAP/99

Para os devidos efeitos, torna-se público que a presidente da Câmara, por despacho exarado em 10 de Dezembro de 1999, decidiu proceder à renovação da comissão de serviço, pelo período de três anos, com efeitos a partir do dia 3 de Março de 2000, da técnica superior de 1.ª classe da carreira técnica superior de comunicação social Maria de Fátima Palmeira de Faria Roque, nos termos do disposto no artigo 18.º da Lei n.º 49/99, de 22 de Junho, aplicado à administração local pelo Decreto-Lei n.º 514/99, de 24 de Novembro.

15 de Dezembro de 1999. — Por delegação de competências da Presidente da Câmara, conferida pelo Despacho n.º 23/98, de 30 de Março, a Directora do Departamento de Administração Geral, *Maria Paula Cordeiro Ascensão*. 03-1-28 868

Aviso n.º 223/DAG/DGRH/SAP/99

Nomeação de pessoal

Torna-se público que a presidente da Câmara, por despacho exarado em 10 de Dezembro de 1999, procedeu à nomeação definitiva, nos termos do n.º 8 do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 7 de Dezembro, aplicado à administração local pelo Decreto-Lei n.º 409/91, de 17 de Outubro, das candidatas Maria Gabriela Silva do Lumiar Ramos Ferreira, Maria Manuela Calado da Cruz Rómulo e Maria de Fátima Ferreira Mesquita Caldeira Tremoço Florindo, na categoria de chefe de Secção, com efeitos a partir do dia 1 de Janeiro de 2000.

As nomeadas deverão proceder à aceitação da nomeação no prazo de 20 dias a contar da publicação do presente aviso no *Diário da República*. (Não carece de visto do Tribunal de Contas.)

15 de Dezembro de 1999. — Por delegação de competências da Presidente da Câmara, conferida pelo Despacho n.º 23/98, de 30 de Março, a Directora do Departamento de Administração Geral, *Maria Paula Cordeiro Ascensão*. 03-1-28 867

Aviso n.º 225/DAG/DGRH/SAP/99

Nomeação de pessoal

Torna-se público que a presidente da Câmara, por despacho exarado em 7 de Dezembro de 1999, procedeu à nomeação provisória da candidata Lília Maria Saldanha Dinis, classificada em 39.º lugar no concurso externo para auxiliar de serviços gerais, nos termos dos n.ºs 1 e 2 do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 7 de Dezembro, adaptado à administração local pelo Decreto-Lei n.º 409/91, de 17 de Outubro.

A nomeada deverá tomar posse no prazo de 20 dias a contar da publicação do presente aviso no *Diário da República*. (Isento de visto do Tribunal de Contas, por atento ao disposto no artigo 46.º, n.º 1, conjugado com o artigo 114.º, n.º 1, da Lei n.º 98/97, de 26 de Agosto.)

15 de Dezembro de 1999. — Por delegação de competências da Presidente da Câmara, conferida pelo Despacho n.º 23/98, de 30 de Março, a Directora do Departamento de Administração Geral, *Maria Paula Cordeiro Ascensão*. 14 03-1-28 866

aprovado no concurso em epígrafe, aberto por aviso publicado no *Diário da República*, 3.ª série, n.º 51, datado de 1 de Março do corrente ano, as quais deverão aceitar as referidas nomeações no prazo de 20 dias a contar da data da publicação do presente aviso no *Diário da República*.

2 de Junho de 2000. — O Presidente da Câmara, *Fernando Constantino Moleirinho*. 10-1-098 673

CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

Aviso

Para os devidos efeitos e em conformidade com a alínea c) do n.º 1 do artigo 34.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 7 de Dezembro, aplicável à administração local por força do disposto no Decreto-Lei n.º 409/91, de 17 de Outubro, se torna público que, por despacho de 23 de Maio de 2000, do presidente da Câmara Municipal, foi autorizado o pedido de exoneração de Cristina Pereira Neto, do cargo de secretária do Gabinete de Apoio Pessoal ao Vereador, com efeito a partir de 31 de Maio de 2000, reiniciando o estágio de técnico superior de 2.ª classe, da carreira de *marketing*, a partir de 1 de Junho de 2000.

1 de Junho de 2000. — O Presidente da Câmara, *José Macário Correia*. 10-1-098 674

CÂMARA MUNICIPAL DE VILA DO CONDE

Aviso

Para os devidos efeitos e em conformidade com o disposto no n.º 3 do artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 265/88, de 28 de Julho, publica-se a lista de classificação da avaliação de estágio do técnico superior (área de engenharia civil), do concurso externo geral de ingresso, aberto por aviso publicado no *Diário da República*, 3.ª série, n.º 231, de 7 de Outubro de 1998.

Paulo António da Costa Vaz — 15 valores.

Esta classificação foi homologada por despacho do presidente da Câmara Municipal de Vila do Conde, de 5 de Junho de 2000.

7 de Junho de 2000. — O Presidente da Câmara, *Mário Almeida*. 10-1-098 675

CÂMARA MUNICIPAL DE VILA FRANCA DE XIRA

Aviso n.º 76/DAG/DGRH/SAP/00

Concurso interno geral para preenchimento de um lugar de director do Projecto Municipal das Áreas Urbanas de Génesse Illegal.

1 — Nos termos do disposto no artigo 10.º da Lei n.º 49/99, de 22 de Junho, e artigo 12.º do Decreto-Lei n.º 514/99, de 24 de Novembro, faz-se público que, por despacho de 27 de Março de 2000, a presidente da Câmara procedeu à abertura, pelo prazo de 10 dias úteis, contados da data da publicação do presente aviso, do concurso a seguir mencionado — um lugar de director de Projecto Municipal das Áreas Urbanas de Génesse Illegal.

Em cumprimento da alínea h) do artigo 9.º da Constituição, a administração pública, enquanto entidade empregadora, promove activamente uma política de igualdade de oportunidades entre homens e mulheres no acesso ao emprego e na progressão profissional, providenciando escrupulosamente no sentido de evitar toda e qualquer forma de discriminação.

2 — Prazo de validade — o concurso é válido para o preenchimento do cargo posto a concurso e tem o prazo de validade de seis meses contado da data de publicação da lista de classificação final.

3 — Legislação aplicável — Decretos-Leis n.ºs 204/98, de 11 de Julho; 238/99, de 25 de Junho; 353-A/89, de 16 de Outubro; 427/89, de 7 de Dezembro; 409/91, de 17 de Outubro; 514/99, de 24 de Novembro, e Lei n.º 49/99, de 22 de Junho.

4 — Conteúdo funcional — o conteúdo funcional do lugar a preencher é o constante do mapa 1, anexo ao Decreto-Lei n.º 514/99.

5 — Local de trabalho — o local de trabalho é toda a área do município de Vila Franca de Xira.

6 — Remunerações e outras condições — o vencimento estipulado corresponde a 80% do índice 100, fixado para o pessoal dirigente,

nos termos do anexo n.º 8 do Decreto-Lei n.º 353-A/89, a que corresponde o valor de 508 100\$, havendo direito às demais regalias vigentes para os trabalhadores da administração local.

7 — Requisitos de admissão — poderão candidatar-se os indivíduos que satisfaçam os requisitos gerais de admissão ao concurso constantes dos artigos 29.º e 31.º do Decreto-Lei n.º 204/98, e os requisitos especiais legalmente exigidos para o provimento dos referidos cargos, previstos no artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 514/99, designadamente, que reúnam, cumulativamente, os seguintes requisitos:

- Licenciatura adequada;
- Integração em carreira do grupo de pessoal técnico superior;
- Seis anos de experiência profissional em cargos inseridos em carreiras do grupo de pessoal a que alude a alínea anterior.

8 — Formalização de candidaturas — as candidaturas deverão ser formalizadas mediante requerimento, redigido em papel normalizado, de formato A4, dirigido à presidente da Câmara Municipal de Vila Franca de Xira, entregue pessoalmente a Divisão de Gestão de Recursos Humanos ou remetido pelo correio com aviso de recepção, expedido até ao termo do prazo fixado para a apresentação das candidaturas, dele devendo constar os seguintes elementos:

- Identificação completa (nome, estado civil, filiação, nacionalidade, nacionalidade, data de nascimento, número e data do bilhete de identidade e serviço que o emitiu, número fiscal de contribuinte, residência, código postal e número de telefone);
- Categoria que detém;
- Habilitações literárias e profissionais;
- Cargo a que se candidata com referência ao aviso de abertura, identificação, número e data do presente aviso;
- Quaisquer outros elementos que os candidatos considerem relevantes para a apreciação do seu mérito ou de constituírem motivo de preferência legal, as quais só serão consideradas se devidamente comprovadas;
- Curriculum vitae* detalhado, devidamente datado e assinado.

As falsas declarações prestadas pelos candidatos, serão punidas nos termos da lei penal.

9 — Métodos de selecção — os métodos de selecção a utilizar são os seguintes:

- Avaliação curricular;
- Entrevista profissional de selecção.

Os critérios de apreciação e ponderação dos referidos métodos, bem como o sistema de classificação final, incluindo a respectiva fórmula classificativa, constam da acta n.º 1 do júri, sendo a mesma facultada aos candidatos, sempre que solicitada.

10 — Publicitação da lista de classificação final — a lista de classificação final será publicitada por afixação, nos termos do artigo 15.º da Lei n.º 49/99.

11 — Realização dos métodos de selecção — o dia, hora e local da realização dos métodos de selecção, serão marcados oportunamente, sendo os candidatos avisados por escrito.

12 — Constituição do júri — o júri do concurso acima indicado foi constituído através de sorteio realizado no dia 16 de Maio de 2000, nas instalações da Comissão de Observação e Acompanhamento dos Concursos (COA), conforme acta n.º 237/2000, e tem a seguinte composição:

Presidente — Carlos Alberto da Silva, vereador.
Vogais efectivos:

- Engenheiro José Fernando Aristides Lopes Ferreira, director do Departamento de Economia e Turismo.
- Engenheira Maria do Rosário Ferrão Silva Oliveira, directora do Departamento de Fomento e Serviços Urbanos.

Vogais suplentes:

- Arquitecto João José Martins Rabaça, director do Projecto Municipal.
- Dr.ª Maria Paula Cordeiro Ascensão, directora do Departamento de Administração Geral.

2 de Junho de 2000. — Por delegação de competências da Presidente da Câmara, conferida por Despacho n.º 23/98, de 30 de Março de 1998, a Directora do Departamento de Administração Geral, *Maria Paula Cordeiro Ascensão*. 03-1-030 326

CÂMARA MUNICIPAL DE MIRANDA DO DOURO**Aviso de nomeação**

Para os devidos efeitos se torna público que, por despacho do presidente da Câmara Municipal de Miranda do Douro datado de 30 de Novembro de 1999, homologou a classificação atribuída aos únicos candidatos dos concursos internos de acesso limitado para técnico profissional principal, área de desenhador da especialidade, e técnico profissional principal, área de fiscalização de obras:

Carlos Alberto Martins Pinto — 16 valores.
António Augusto Marcos Pimentel — 16 valores.

Peço mesmo despacho, foram nomeados, por urgente conveniência de serviço, com efeitos a partir de 1 de Dezembro de 1999. (Isento do visto do Tribunal de Contas.) O termo de aceitação deverá ser assinado no prazo de 20 dias, a contar da publicação do presente aviso no *Diário da República*, 3.ª série.

9 de Fevereiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *Manuel Rodrigo Martins*.
10-1-95 661

CÂMARA MUNICIPAL DE MOURA**Aviso**

Para os devidos efeitos faz-se público que, nos termos do n.º 1 do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 427/89, de 7 de Dezembro, aplicável à administração local pelo Decreto-Lei n.º 409/91, de 17 de Outubro, converteu-se em definitiva a nomeação provisória da funcionária desta Câmara Municipal, Lina Maria Bengla Vasco, assistente administrativo, com efeitos a contar do dia 2 de Fevereiro de 2000.

22 de Fevereiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *José Maria Prazeres Pós de Mina*.
10-1-95 662

CÂMARA MUNICIPAL DE OLIVEIRA DE FRADES**Aviso**

Para os devidos efeitos se torna público que, por despacho do presidente da Câmara Municipal datado de 17 de Fevereiro de 2000, foi nomeado para o lugar de auxiliar administrativo, Fernando Luís Escada Fernandes, único candidato ao concurso externo geral de ingresso para provimento de um lugar de auxiliar administrativo, aberto por aviso publicado no *Diário da República*, 3.ª série, n.º 280, de 2 de Dezembro de 1999.

Deve o mesmo aceitar o referido lugar no prazo de 20 dias a contar da data da publicação do presente aviso no *Diário da República*. (Isento de visto do Tribunal de Contas.)

17 de Fevereiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *João Carlos Azevedo Maia*.
10-1-95 663

CÂMARA MUNICIPAL DE PONTE DE LIMA**Aviso**

Para os devidos efeitos, torna-se público que o presidente da Câmara, por despacho exarado em 7 de Fevereiro de 2000, decidiu autorizar a exoneração solicitada pela cantoneira de vias municipais Maria de Lurdes Monteiro Cerqueira Florêncio, com efeitos a partir do dia 30 de Janeiro de 2000.

4 de Fevereiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *Abel de Sousa Baptista*.
10-1-95 664

CÂMARA MUNICIPAL DE REGUENGOS DE MONSARAZ**Aviso****Concurso externo de ingresso para provimento de um lugar de operário qualificado (mecânico)**

Para os devidos efeitos se torna público que, por meu despacho de 21 de Fevereiro de 2000, foi nomeado mecânico desta Câmara Municipal, Estêvão Manuel Fortunato Raminhos, na se-

quência do concurso aberto por aviso publicado no *Diário da República*, 3.ª série, n.º 240, de 14 de Outubro de 1999, devendo o candidato tomar posse no prazo de 20 dias a contar da data da publicação deste aviso no *Diário da República*.

Esta nomeação está isenta de visto, nos termos do n.º 1 do artigo 46.º, conjugado com o artigo 114.º da Lei n.º 98/97, de 26 de Agosto.

22 de Fevereiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *Victor Manuel Barão Marielo*.
10-1-95 665

CÂMARA MUNICIPAL DE RIBEIRA DE PENHA**Aviso**

Para os devidos efeitos se torna público que, por meu despacho datado de 10 de Fevereiro de 2000, nomeei, em regime de comissão de serviço, e a partir da presente data, para desempenhar as funções de adjunto do meu Gabinete de Apoio Pessoal, Alvaro dos Santos Borges, nos termos da alínea a) do n.º 2 do artigo 68.º e n.º 3 do artigo 74.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro.

10 de Fevereiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *João Noronha*.
10-1-95 666

CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA**Aviso**

Para os devidos efeitos se torna público que, pelo despacho n.º 7, de 24 de Janeiro de 2000, do presidente da Câmara Municipal, e nos termos do n.º 3 do artigo 74.º da Lei n.º 169/99, de 18 de Setembro, foi nomeada como secretária do Gabinete de Apoio Pessoal ao Vereador, Cristina Pereira Neto.

A referida nomeação produz efeitos a partir de 11 de Janeiro de 2000.

25 de Janeiro de 2000. — O Presidente da Câmara, *José Márcio Correia*.
10-1-95 667

CÂMARA MUNICIPAL DE VIANA DO CASTELO**Aviso**

Defensor Oliveira Moura, presidente da Câmara Municipal de Viana do Castelo:

1 — Nos termos do disposto no n.º 1 do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho, aplicado à administração local pelo Decreto-Lei n.º 238/99, de 25 de Junho, faz público que se encontra aberto concurso externo, pelo prazo de 10 dias úteis, contados a partir da data da publicação do aviso de abertura no *Diário da República*, de harmonia com os artigos 28.º e 32.º do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho, para provimento de um lugar de chefe de repartição, a que corresponde o índice 460, escala 1, conforme o disposto no n.º 4 do artigo 18.º do Decreto-Lei n.º 404-A/98, de 18 de Dezembro, na redacção introduzida pela Lei n.º 44/99, de 11 de Junho.

2 — O concurso é válido para a vaga existente e para as que vierem a ocorrer no prazo de um ano.

3 — O conteúdo funcional é o que consta do despacho n.º 10 688/99 (2.ª série), do Secretário de Estado da Administração Local e Ordenamento do Território, publicado no *Diário da República*, 2.ª série, n.º 126, de 31 de Maio de 1999.

4 — O presente concurso rege-se pelos Decretos-Leis n.º 204/98, de 11 de Julho, 404-A/98, de 18 de Dezembro, e 412-A/98, de 30 de Dezembro, e pela Lei n.º 44/99, de 11 de Junho.

5 — O vencimento será o que ao nomeado corresponder, nos termos da Lei n.º 44/99, de 11 de Junho, conjugado com o artigo 18.º do Decreto-Lei n.º 353-A/89, de 16 de Outubro.

6 — O local de trabalho será o município de Viana do Castelo.

7 — Requisitos de admissão — os requisitos gerais constantes do artigo 29.º do Decreto-Lei n.º 204/98, de 11 de Julho, e artigo 14.º do Decreto-Lei n.º 412-A/98, de 30 de Dezembro, conjugado com o artigo 18.º do Decreto-Lei n.º 404-A/98, de 18 de Dezembro, na redacção introduzida pela Lei n.º 44/99, de 11 de Junho.



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

CONTRATO ADMINISTRATIVO DE PROVIMENTO

--- Entre a Câmara Municipal de Tavira, aqui representada por JOSÉ MACÁRIO CUSTÓDIO CORREIA, na qualidade de Presidente, no exercício da competência que lhe é conferida pelo nº. 2 do artigo 68º. do Decreto-Lei nº. 169/99, de 18 de Setembro e, como segundo outorgante, CRISTINA PEREIRA NETO, solteira, nascida a 10 de Fevereiro de 1974, residente na Rua Professor Egas Moniz, nº.77, em Tavira, portadora do bilhete de identidade nº. 10255251, de 09/11/94, da Direcção-Geral dos Registos e do Notariado - Serviços de Identificação Civil de Lisboa, com validade até 09/02/2000, contribuinte fiscal nº. 204587662, é celebrado o presente contrato administrativo de provimento nos termos da alínea c) do nº. 2 do artigo 15º. do Decreto-Lei nº. 427/89, de 7 de Dezembro, alterado pelo Decreto-Lei nº. 218/98, de 17 de Julho, o qual se subordinará às seguintes cláusulas, conforme despacho de 3 de Dezembro de 1999.-----

1ª. - O segundo outorgante, passará, a partir de 10 de Janeiro de 2000, a exercer nos Serviços desta Autarquia, funções equivalentes às de Técnico Superior de 2ª. Classe - Licenciado em Marketing em regime de estágio, ficando sujeito ao regime disciplinar, ao horário de trabalho, incompatibilidades, dedicação e assiduidade estabelecidos para o pessoal do quadro desta Autarquia;-----

--- Enquanto durar o presente contrato, o segundo outorgante tem todos os direitos e deveres inerentes à qualidade de agente administrativo, estando sujeito ao regime da função pública.-----

2ª. - O estágio terá obrigatoriamente a duração de um ano nos termos da



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

2ª. - O estágio terá obrigatoriamente a duração de um ano nos termos da alínea e) do artigo 5º. do Decreto-Lei nº. 265/88, de 28 de Julho, considerando-se automaticamente prorrogado até à data da aceitação da nomeação, após a aprovação em estágio de acordo com o disposto no nº. 4 do artigo 16º. do Decreto-Lei nº. 427/89, de 7 de Dezembro.-----

3ª. - A avaliação do aludido estágio será feita pelo processo estabelecido no referido artigo 5º. do Decreto-Lei nº. 265/88, de 28 de Julho;-----

4ª. - Pelo exercício das funções a exercer, o segundo outorgante irá auferir a remuneração mensal de 176.600\$00 (cento e setenta e seis mil e seiscentos escudos) correspondente ao escalão 1, índice 310 da categoria de ingresso da carreira de Pessoal Técnico Superior, actualizável nos termos do Estatuto Remuneratório dos Funcionários e Agentes da Administração Pública.-----

5ª. - O segundo outorgante ficará com os direitos e sujeito aos princípios estabelecidos no Decreto-Lei nº. 100/99, de 31 de Março, sobre férias e faltas, desde que sejam compatíveis com a sua situação especial, auferindo também os subsídios de férias e de Natal, nos termos legalmente estabelecidos, e ainda o subsídio de refeição, desde que preste, pelo menos, seis horas diárias de serviço.-----

--- Foi dado cumprimento aos limites fixados no nº.2 do artigo 10º. do Decreto-Lei nº. 116/84, de 6 de Abril, com a redacção que lhe foi introduzida pela Lei nº. 44/85, de 13 de Setembro. Existe verba em orçamento para pagamento dos encargos emergentes do contrato, no corrente ano, cuja dotação global é de 2.800.000\$00 e está prevista na seguinte rubrica orçamental:-----

Classificação Orgânica - Capítulo 03.-----

Classificação Económica - Capítulo 01 - Grupo 01 - Artigo 03.-----

Handwritten signature

Handwritten signature



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

--- Para que produza os efeitos legais respectivos, vai o presente contrato ser assinado pelos outorgantes, pela ordem por que foram mencionados.-----

--- Paços do Município de Tavira, aos 10 dias do mês de Janeiro de 2000.-----

1º. Outorgante: M. Pereira, António

2º. Outorgante: Cristina Pereira Neto



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

CONTRATO DE FORMAÇÃO

Entre a Câmara Municipal de Tavira, com sede em Praça da República, Concelho de Tavira, Distrito de Faro, N.º de Pessoa Colectiva: 680022473, representado pelo seu Presidente José Macário Correia, como primeiro outorgante e Cristina Pereira Neto, portador do Bilhete de Identidade n.º 10255251, emitido pelo Arquivo de Identificação de Lisboa em 09/11/1994, residente em Tavira (Santa Maria), Concelho de Tavira, Distrito de Faro, como segundo outorgante, é ajustado o presente Contrato de Formação, o qual se rege pelas seguintes cláusulas:

CLÁUSULA 1ª

(Objecto do Contrato)

1- O primeiro outorgante compromete-se a proporcionar ao segundo, no âmbito da Portaria n.º 268/97, de 18 de Abril, um estágio profissional em contexto real de trabalho, necessário e adequado à complementação da sua formação.

2- Nos termos do n.º 3 do Art.º 4.º do Decreto-Lei n.º 242/88, de 7 de Julho, o presente contrato não gera nem titula relações de trabalho subordinado e caduca com a conclusão do estágio para que foi celebrado.

CLÁUSULA 2ª

(Local e Horário)

O estágio tem lugar nas instalações do primeiro outorgante localizadas nos Paços do Concelho, Concelho de Tavira, de acordo com os horários praticados na actividade e referentes aos outros trabalhadores.



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

CLÁUSULA 3ª

(Direitos do estagiário)

O segundo outorgante tem direito a :

- a) Receber do primeiro outorgante, a título de bolsa de estágio, a importância mensal de 117.800\$00;
- b) Receber do primeiro outorgante os ensinamentos e condições adequadas ao estágio profissional técnico;
- c) Beneficiar de um seguro contra acidentes de trabalho que o proteja contra riscos de eventualidades que possam ocorrer durante e por causa das actividades correspondentes ao estágio, bem como nas deslocações entre a sua residência e o local de estágio;
- d) Obter gratuitamente do primeiro outorgante, no final do estágio, um certificado comprovativo da frequência e do aproveitamento obtido;
- e) Recusar a prestação de trabalho, ainda que a título temporário, que não se enquadre nas actividades relacionadas com o estágio profissional;
- f) Obter do primeiro outorgante almoço ou subsídio de refeição, em condições iguais às dos seus trabalhadores;
- g) Obter do primeiro outorgante subsídio de deslocações por motivo de frequência do estágio, correspondente ao custo das viagens realizadas em transporte colectivo;
- h) Obter do primeiro outorgante um subsídio de alojamento, quando a localidade onde decorre o estágio distar 50 Km ou mais da residência do estagiário;
- i) Que o primeiro outorgante respeite e faça respeitar as condições de higiene e segurança no trabalho a que estiver obrigado nos termos legais.



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

CLÁUSULA 4ª

(Deveres do Estagiário)

São deveres do segundo outorgante:

- a) Comparecer com assiduidade e pontualidade no estágio profissional, visando adquirir a formação complementar adequada e necessária que lhe for ministrada;
- b) Tratar com urbanidade o primeiro outorgante e seus representantes;
- c) Guardar lealdade ao primeiro outorgante, nomeadamente não transmitindo para o exterior informações sobre equipamentos e processos de fabrico de que tome conhecimento por ocasião do estágio;
- d) Utilizar com cuidado e zelar pela boa conservação dos equipamentos e demais bens que lhe sejam confiados para efeitos de estágio pelo primeiro outorgante e seus representantes;
- e) Suportar os custos de substituição ou reparação dos equipamentos e materiais que utilizar no estágio, fornecidos pelo primeiro outorgante e seus representantes, sempre que os danos produzidos resultem de comportamento doloso ou gravemente negligente.

CLÁUSULA 5ª

(Sanções)

A violação grave ou reiterada dos deveres do segundo outorgante confere ao primeiro outorgante o direito de rescindir o contrato de formação, cessando imediatamente todos os direitos dele emergentes, sem prejuízo da eventual responsabilidade civil ou criminal a que houver lugar.



CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

CLÁUSULA 6ª

(Faltas)

Às faltas aplica-se, com as necessárias adaptações, o previsto no capítulo V do Decreto-Lei n.º 874/76, de 23 de Dezembro, com as alterações introduzidas pelo Decreto-Lei n.º 397/91, de 16 de Outubro.

CLÁUSULA 7ª

(Cessação do Contrato)

1 - O contrato pode cessar por mútuo acordo, por rescisão de uma das partes ou por caducidade.

2 - A rescisão por qualquer das partes tem que ser comunicada à outra, por documento escrito ou carta registada, devendo dela constar o(s) respectivo(s) motivo(s).

3 - O contrato de formação caduca quando se verificar a impossibilidade superveniente, absoluta e definitiva, do segundo outorgante frequentar o estágio ou de o primeiro outorgante lho proporcionar.

CLÁUSULA 8ª

(Duração)

O presente contrato tem início em 1-09-98, terminando em 31-05-99.



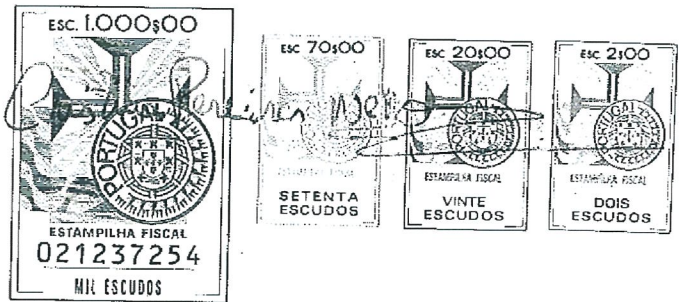
CÂMARA MUNICIPAL DE TAVIRA

O presente contrato é feito em triplicado e assinado por ambos os outorgantes, destinando-se o original, ao primeiro outorgante, cópia ao segundo e cópia ao Instituto do Emprego e Formação Profissional.

Tavira, 1 de Setembro de 1998

Primeiro Outorgante

Segundo Outorgante





INP - INSTITUTO SUPERIOR DE NOVAS PROFISSÕES

CERTIFICADO

POR ME SER PEDIDO E PARA OS EFEITOS CONVENIENTES CERTIFICO QUE **CRISTINA PEREIRA NETO**, FILHA DE MANUEL GONÇALVES NETO E DE MARIA VALENTINA PEREIRA VALENTE, PORTADORA DO B.I. Nº 10255251, EMITIDO EM 14/02/2005, PELO ARQUIVO DE IDENTIFICAÇÃO DE LISBOA E NATURAL DA FREGUESIA DE VILA DO CONDE, CONCELHO DE VILA DO CONDE,

concluiu neste Instituto, em 31 de Janeiro de 2007, o **CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM RELAÇÕES PÚBLICAS E GESTÃO DA COMUNICAÇÃO** com a média final de 15,0 valores (quinze valores), e o seguinte aproveitamento por disciplinas:

	Classificações	Ano Lectivo
Fundamentos das Relações Públicas e da Gestão da Comunicação	15 Valores	2005/2006
Opinião Pública e Públicos	15 "	"
Sistemas de Conhecimento em Comunicação	16 "	"
Estratégia e Planeamento em Comunicação	13 "	"
Media Relations e Public Speaking	15 "	"
Comunicação Interna	16 "	"
Comunicação Financeira e Relações com Investidores	14 "	"
Comunicação de Crise	13 "	"
Grupos de Pressão e Lobbying	13 "	"
Novas Tecnologias da Comunicação	16 "	"
Patrocínio e Mecenato	15 "	"
Eventos Institucionais	15 "	"
Atelier	18 "	"

Lisboa, 27 de Março de 2007

A DIRECÇÃO

Alexandre J. Fernandes

GS/gs



CERTIDÃO DE HABILITAÇÕES


Aluna : **3890 - CRISTINA PEREIRA NETO**
Filiação : MANUEL GONÇALVES NETO
MARIA VALENTINA PEREIRA VALENTE
Data Nascimento : 1974-02-10
BI N.º : 10255251
Naturalidade : VILA DO CONDE
Curso : 1266 - GESTÃO E DESENVOLVIMENTO EM TURISMO
Grau : Mestrado

CdDep	CdDis	Disciplina	Nota	Extenso	Data	Duração
1266	1001	ECONOMIA DO TURISMO	15	Quinze	2004-05-21	Semestral
1266	1012	COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR E PROCURA TURÍSTICA	16	Dezasseis	2004-05-26	Semestral
1266	1014	GESTÃO TURÍSTICA EM ÁREAS-COSTEIRAS	16	Dezasseis	2004-05-26	Semestral
1266	1000	GESTÃO DE SERVIÇOS EM TURISMO	14	Catorze	2004-06-03	Semestral
1266	1007	MARKETING DE ÁREAS-DESTINO	13	Treze	2004-12-03	Semestral
1266	1013	GESTÃO ESTRATÉGICA E QUALIDADE EM TURISMO	10	Dez	2004-12-09	Semestral
1266	1009	METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO	16	Dezasseis	2004-12-15	Semestral
1266	1006	PLANEAMENTO E PROJECTO EM TURISMO	15	Quinze	2005-01-03	Semestral
1266	1005	AVALIAÇÃO E GESTÃO DE PROJECTOS TURÍSTICOS	13	Treze	2005-01-06	Semestral
1266	1002	POLÍTICA E ESTRATÉGIA DE ÁREAS-DESTINO	14	Catorze	2005-05-26	Semestral

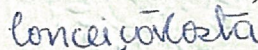
Face aos respectivos registos, certifico que a aluna acima identificada, obteve aprovação com as classificações indicadas, nas disciplinas e datas referidas, ficando habilitada com a parte curricular do curso de mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, com a classificação final de 14 (catorze) valores.

A presente vai por mim assinada e autenticada com o selo branco desta Universidade, e contém 1 folha.

Faro, 21 de Abril de 2006


 A Directora dos Serviços Académicos

(JULIETA MATEUS)



Conceição Costa
Téc. Sup.

Emolumentos : 49.00 €

Conferido : 

UNIVERSIDADE DO ALGARVE
SERVIÇOS ACADÉMICOS

JULIETA DO NASCIMENTO MATEUS, Directora dos Serviços Académicos da
Universidade do Algarve: -----

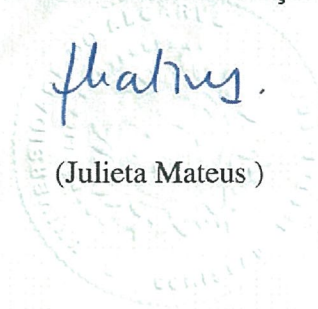
Certifico que CRISTINA PEREIRA NETO, natural de Vila do Conde, filha de
Manuel Gonçalves Neto e de Maria Valentina Pereira Valente, obteve aprovação na
disciplina a seguir discriminada, pertencente ao Curso de Estudos Superiores
Especializados em Marketing:-----

Projecto, em 1998, com catorze (14) valores-----.

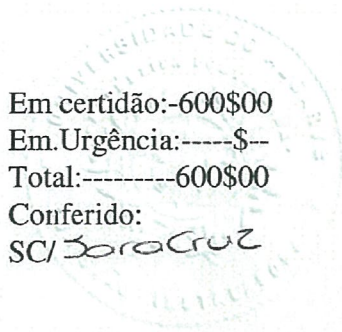
A presente certidão vai autenticada com o selo branco desta Universidade -----.

Faro, 18 de Fevereiro de 1999.

A Directora dos Serviços



(Julieta Mateus)



Em certidão:-600\$00
Em Urgência:----\$--
Total:-----600\$00
Conferido:
SC/ Sara Cruz

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

SERVIÇOS ACADÉMICOS

CERTIDÃO DE HABILITAÇÕES

Aluno.....: 3890 - CRISTINA PEREIRA NETO
Filiação...: MANUEL GONÇALVES NETO
 MARIA VALENTINA PEREIRA VALENTE
BI N°.....: 10255251
Naturalida.: VILA DO CONDE
Curso.....: ESTUDOS SUPERIORES ESPECIALIZADOS EM MARKETING

Grau.....: DESE

Disciplinas	Notas	Exame	Duração
01954 ESTRATÉGIA E POLÍTICAS DE GESTÃO	14	12-04-97	SEMESTRAL
01955 POLÍTICAS ECONÓMICAS E MONETÁRIAS	12	12-03-97	SEMESTRAL
01956 PSICOSSOCIOLOGIA DAS ORGANIZAÇÕES	13	12-04-97	SEMESTRAL
01965 MARKETING DE SERVIÇOS	13	09-02-98	SEMESTRAL
03898 MÉTODOS DE INVESTIGAÇÃO NAS ORGANIZAÇÕES E ANÁLISE DE MERCADOS	14	09-04-97	SEMESTRAL
03899 PLANEAMENTO E ESTRATÉGIA DE MARKETING	14	30-07-97	SEMESTRAL
03900 POLÍTICA DE PREÇO E PRODUTO	11	22-07-97	SEMESTRAL
03901 POLÍTICA DE PROMOÇÃO E DE DISTRIBUIÇÃO	15	31-07-97	SEMESTRAL
03902 SISTEMAS DE INFORMAÇÃO DE MARKETING	13	22-01-98	SEMESTRAL
03903 SIMULAÇÃO EM MARKETING	11	20-01-98	SEMESTRAL
03904 TURISMO E DESENVOLVIMENTO	14	04-06-97	SEMESTRAL
03906 MARKETING TURÍSTICO	14	04-03-98	SEMESTRAL
03907 ECONOMIA DO TURISMO	13	11-02-98	SEMESTRAL

Certifico que face aos respectivos registos, o aluno acima identificado, obteve aprovação com as classificações indicadas, nas disciplinas e datas referidas.

A presente vai autenticada com o selo branco desta Universidade, e contém 1 folha(s).

Faro, 04/02/1999

A Directora dos Serviços Académicos



(JULIETA MATEUS)

Emolumentos: -J-800\$00
Conferido...: Sara Cruz

JULIETA DO NASCIMENTO MATEUS, Directora dos Serviços Académicos da Universidade do Algarve -----:

Certifico que CRISTINA PEREIRA NETO-----,
natural de Vila do Conde-----,
filha de Manuel Gonçalves Neto e de Maria Valentina Pereira Valente -----,
no dia dezasseis do mês de Dezembro do ano de mil novecentos e noventa e oito-----,
concluiu o Curso de Estudos Superiores Especializados em Marketing, tendo como habilitação precedente o Curso de Bacharelato em Gestão Hoteleira, pelo que em conformidade com as disposições legais em vigor, lhe foi atribuído o grau de licenciada em Marketing -----,
com a informação final de catorze (14) valores-----,
qualificação de Bom -----.

A interessada já requereu o respectivo diploma-----.

A presente certidão vai autenticada com o selo branco desta Universidade-----.

Faro, em 11 de Fevereiro de 1999.

A Directora dos Serviços



(Julieta Mateus)

Em. Certidão:-1600\$00

Em. Urgência:-----\$--

Total-----1600\$00

Conferido:

MJM/ 

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

SERVIÇOS ACADÉMICOS

Anexo 24

JULIETA DO NASCIMENTO MATEUS, Directora dos Serviços Académicos
da Universidade do Algarve -----:

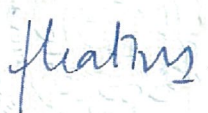
Certifico que CRISTINA PEREIRA NETO-----,
natural de Vila do Conde-----,
filha de Manuel Gonçalves Neto e de Maria Valentina Pereira Valente -----,
no dia quinze do mês de Dezembro do ano de mil novecentos e noventa e cinco -----,
concluiu o Curso de Bacharelato em Gestão Hoteleira -----,
com a informação final de catorze (14) valores-----,
qualificação de Bom -----.

A interessada já requereu o respectivo diploma-----.

A presente certidão vai autenticada com o selo branco desta Universidade -----.

Faro, em 23 de Fevereiro de 1999.

A Directora dos Serviços


(Julieta Mateus)

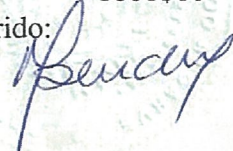
Em. Certidão:1600\$00

Em. Urgência:-----\$--

Total-----1600\$00

Conferido:

SCT



UNIVERSIDADE DO ALGARVE

SERVIÇOS ACADÉMICOS

CERTIDÃO DE HABILITAÇÕES

Aluno.....: 3890 - CRISTINA PEREIRA NETO
Filiação...: MANUEL GONÇALVES NETO
 MARIA VALENTINA PEREIRA VALENTE
BI N°.....: 10255251
Naturalida.: VILA DO CONDE
Curso.....: GESTÃO HOTELEIRA

Grau.....: BACHARELATO

Disciplinas	Notas	Exame	Duração
02252 GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS	14	07-06-94	ANUAL
02253 MARKETING	14	09-06-94	ANUAL
02254 DIREITO	12	11-06-94	ANUAL
02255 GESTÃO ORÇAMENTAL	13	04-02-94	SEMESTRAL
02256 SOCIOLOGIA DOS TEMPOS LIVRES	15	28-01-94	SEMESTRAL
02257 TÉCNICA HOTELEIRA II	15	21-01-94	SEMESTRAL
02258 ECONOMIA DO TURISMO	15	06-06-94	SEMESTRAL
02259 ANÁLISE FINANCEIRA	12	03-06-94	SEMESTRAL
02260 TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO II	16	28-07-94	SEMESTRAL
02262 ORDENAMENTO E PLANEAMENTO REGIONAL	13	08-02-95	SEMESTRAL
02263 ANÁLISE E AVALIAÇÃO DE PROJECTOS	13	30-01-95	SEMESTRAL
03260 ESTÁGIO	15	15-12-95	SEMESTRAL
03558 INGLÊS II	12	26-05-95	ANUAL
03559 OPERAÇÕES TURÍSTICAS	13	29-05-95	ANUAL
03560 ANIMAÇÃO	14	13-02-95	SEMESTRAL
03561 MANUTENÇÃO	14	26-05-95	SEMESTRAL
03562 GASTRONOMIA E VINHOS	14	09-01-95	SEMESTRAL
03563 LEGISLAÇÃO DO TURISMO	13	24-05-95	SEMESTRAL
03564 RELAÇÕES PÚBLICAS	12	05-06-95	SEMESTRAL

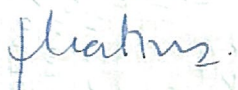
Certifico que face aos respectivos registos, o aluno acima identificado, obteve aprovação com as classificações indicadas, nas disciplinas e datas referidas.

A presente vai autenticada com o selo branco desta Universidade, e contém 1 folha(s).

Faro, 24/02/1999

A Directora dos Serviços Académicos

Emolumentos: - J. 900 \$00
Conferido...: Sara Cruz


(JULIETA MATEUS)

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

SERVIÇOS ACADÉMICOS

CERTIDÃO DE HABILITAÇÕES

Aluno.....: 3890 - CRISTINA PEREIRA NETO
Filiação...: MANUEL GONÇALVES NETO
 MARIA VALENTINA PEREIRA VALENTE
BI N°.....: 10255251
Naturalida.: VILA DO CONDE
Curso.....: GESTÃO HOTELEIRA

Grau.....: BACHARELATO

Disciplinas	Notas	Exame	Duração
02702 ESTATÍSTICA	11	16-07-93	ANUAL
02703 CONTABILIDADE GERAL HOTELEIRA	13	05-07-93	ANUAL
02704 INGLÊS TÉCNICO	14	13-07-93	ANUAL
02705 INFORMÁTICA	13	23-07-93	ANUAL
02706 TÉCNICAS DE COMUNICAÇÃO I	15	24-06-93	ANUAL
02707 PRÍNCÍPIOS GERAIS DE TURISMO	14	25-02-93	SEMESTRAL
02708 INTRODUÇÃO ÀS CIÊNCIAS SOCIAIS	10	18-02-93	SEMESTRAL
02709 INTRODUÇÃO À GESTÃO	13	20-07-93	SEMESTRAL
02710 TÉCNICA HOTELEIRA I	14	09-07-93	SEMESTRAL

Certifico que face aos respectivos registos, o aluno acima identificado, obteve aprovação com as classificações indicadas, nas disciplinas e datas referidas.

A presente vai autenticada com o selo branco desta Universidade, e contém 1 folha(s).

Faro, 24/02/1999

A Directora dos Serviços Académicos



(JULIETA MATEUS)

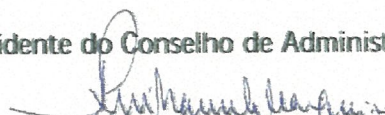
Emolumentos: -) 400\$00
Conferido...: Sara Aguiar

CERTIFICADO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL
(Dec. Reg. n.º 35/2002)

Certifica-se que **CRISTINA PEREIRA NETO**, nascida a 10 de Fevereiro de 1974, de nacionalidade Portuguesa, sexo feminino, portadora do documento de identificação n.º 10255251, concluiu com aproveitamento, em 29 de Julho de 2011, o **CURSO DE GESTÃO PÚBLICA NA ADMINISTRAÇÃO LOCAL (GEPAL)**, ao abrigo do artigo 7.º do Decreto-Lei n.º 104/2006, de 7 de Junho, com a duração global de 212 horas (formação em sala acrescida de ciclos de conferências e formação prática), tendo obtido a classificação final de 16 valores, numa escala de 0 a 20. Este curso insere-se na formação para as carreiras de grau 3, referido no artigo 44.º da Lei n.º 12-A/2008, de 27 de Fevereiro, e integra o nível V de formação (Estrutura dos níveis de formação profissional previstos no Despacho Normativo n.º 4-A/2008, de 24 de Janeiro).

Coimbra, 3 de Agosto de 2011

O Presidente do Conselho de Administração


Rui Manuel Leal Marquero

Certificado N.º 569/2011

MODALIDADE DE FORMAÇÃO: Formação Profissional Inicial.

ÁREA DE FORMAÇÃO: AF 345; AFA Local D16.

COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS: Desenvolvimento de conhecimentos e competências adequados ao exercício de funções dirigentes nos quadros da administração autárquica.

PLANO CURRICULAR:

Designação da Unidade Temática	Horas
ORGANIZAÇÃO E ACTIVIDADE ADMINISTRATIVA	24
INTERNACIONALIZAÇÃO E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS	15
GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS, MATERIAIS E ORÇAMENTAIS	40
GESTÃO DE PESSOAS E LIDERANÇA	24
QUALIDADE, INOVAÇÃO E MODERNIZAÇÃO	24
INFORMAÇÃO, CONHECIMENTO E RECURSOS TECNOLÓGICOS	15
DESENVOLVIMENTO LOCAL	18

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL


(Decreto-Regulamentar nº35/2002 de 23 de Abril)

Certifica-se que **Cristina Pereira Neto** natural de **Vila do Conde** nascido a **10.02.1974** nacionalidade **Portuguesa**, sexo **Feminino** portador do documento de identificação **Bilhete de Identidade nº 10255251**, emitido por **Arquivo de Identificação de Lisboa** em **14.02.2005**, que decorreu de **2007/12/13** a **2007/12/13**, com duração de **8 horas**, o **Curso de Formação Profissional de**

REQUISITOS DE GESTÃO DA QUALIDADE

Braga, 9 de Junho de 2008

O Responsável pela Entidade Formadora
Júlio Manuel Faceira Guedes



consultores

Certificado N.º XZ1485/08

Entidade acreditada pelo Instituto para a Inovação na Formação nos termos da Portaria n.º 782/97, de 29 de Agosto

TIPO DE FORMAÇÃO: Formação Contínua

MODALIDADE DE FORMAÇÃO: Formação de actualização/aperfeiçoamento

ÁREA DE FORMAÇÃO: 347 - Enquadramento na Organização/Empresa

ESTRUTURA CURRICULAR

HORAS

Noções de Qualidade
Noções de Gestão da qualidade
Gestão por Processos
Requisitos da Norma NP EN ISO 9001:2000

8

OBSERVAÇÕES: O curso não prevê nenhum processo de Avaliação

OUTRAS: _____

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Decreto Regulamentar nº 35/2002, de 23 de Abril)

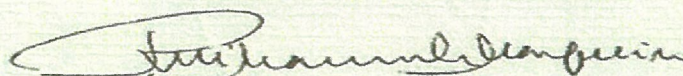
Centro de Estudos e Formação Autárquica

Rua do Brasil nº 131 ; 3030-175 Coimbra
NIF:501457275

Certifica-se que **Cristina Pereira Neto** frequentou no dia 19 de Maio de 2010, com a duração de 7 horas, o Seminário - **Empreendimentos Turísticos - Legislação e Aplicação.**

Coimbra, 19 de Maio de 2010

O Presidente do Conselho Directivo



RUI MANUEL LEAL MARQUEIRO

Certificado de Frequência de Formação Profissional

Decreto-Lei n.º 95/92, de 23 de Maio e Decreto Regulamentar n.º 35/2002, de 23 de Abril

Certifica-se que CRISTINA PEREIRA NETO,

natural de VILA DO CONDE, nascido a 10-02-1974, portador do B.I. nº 10255251,

frequentou em Loulé o curso de formação profissional de

CURSO DE JORNALISMO DE CULTURA

que decorreu de 19-02-2010 a 13-03-2010, com a duração total de 30 horas.

Lisboa, 13-03-2010

O Director do Centro



303/10

Certificado N.º

Entidade Acreditada pelo Instituto para a Qualidade na Formação - IQF
(nos termos da Portaria n.º 782/97, de 29 de Agosto)



169

MODALIDADE DE FORMAÇÃO: Formação Inicial

ÁREA DE FORMAÇÃO: Jornalismo/Comunicação

COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS:

O formando adquiriu conhecimentos básicos e desenvolveu competências no domínio do jornalismo de Cultura.

ESTRUTURA CURRICULAR:

Culturas contemporâneas: análise, conceitos e perspectivas
O discurso e o texto jornalísticos
Museus e património cultural histórico -arqueológico
Escrever para Imprensa e Internet
Algarve: o nome e o património
Géneros jornalísticos informativos e interpretativos
Géneros jornalísticos de comentário
Prática redactorial

OBSERVAÇÕES: -----

Declaração

Para os devidos efeitos declaro que, Cristina Pereira Neto
portadora do Cartão do Cidadão nº 102552517ZZ3,
frequentou o Curso Complementar de Inglês (Consolidação),
neste Estabelecimento de Ensino no ano Lectivo de
2008/2009, conforme programa que se anexa.

Agrupamento Vertical de Escolas D. Paio Peres Correia, em 23 de Fevereiro de 2010

O Director do Agrupamento



Rui Domingos



Plano de Formação

Agrupamento de Escolas

EB 2/3 DOM PAIO PERES CORREIA – TAVIRA

Código 340911

ANO LECTIVO 2008/09

CURSO FORMATIVO: INGLÊS DE CONSOLIDAÇÃO

Professora: Rita Nunes

Duração do Curso: 50 horas

5ª Feira das 20h00 às 21h30

Plano de Formação Turma de Consolidação

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS (linguísticos, gramaticais e vocabulares)

- Os países de expressão inglesa (questões culturais, históricas e geográficas sobre os países anglo-saxónicos);
- Os provérbios em Inglês e os possíveis equivalentes em Língua Portuguesa;
- As relações familiares;
- O vocabulário sobre a família;
- As diferentes tipos de família: (*nuclear, single, blended and extended families*);
- O caso possessivo com ‘ e com ‘s;
- Os *possessive pronouns* e os *possessive adjectives* “*Whose pen is this? Its mine. VS It’s my pen.*”
- Construção e explicação da sua própria árvore familiar;
- O mundo do trabalho – os vários tipos de emprego – *skilled and unskilled jobs, professional, manual, artistic*;
- Vocabulário relacionado com o mundo do trabalho: objectos, locais...;
- Como construir o seu próprio *Curriculum Vitae*;
- Como escrever uma carta de apresentação: as regras das cartas formais por oposição às informais;
- Análise de anúncios de jornais – como procurar um emprego e candidatar-se a ele;
- As férias – tipos de férias, meios de transporte, adjectivos para descrever férias, actividades;
- Leitura e compreensão de relatos de férias;
- O passado simples dos verbos regulares e irregulares;
- Frases positivas, interrogativas e negativas com o *Past Simple*;
- Relato de umas férias já passadas;



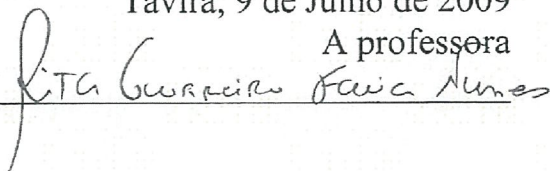
- O *Past Simple VS Present Perfect*;
- O *Present Perfect* com *for, since, just, already, yet, ever and never*;
- Interrogativas com *How long e When; for, since e ago*;
- A formação de palavras através da prefixação, sufixação ou ambas;
- Construção de novas palavras a partir de uma palavra base;
- A roda dos alimentos: o nome dos grupos alimentares e como ter uma alimentação equilibrada – *a balanced diet*;
- Debate, leitura e interpretação de textos: A comida tradicional portuguesa em contraste com a comida britânica e internacional;
- Como descrever uma refeição: adjectivação;
- Vocabulário relativo a receitas: ingredientes, modos de cozinhar, o sistema métrico português e britânico – *Quilos VS ounces*,
- Audição e compreensão de diálogos em restaurantes: a reserva da mesa, a análise do menu, o pedido dos pratos, reclamar, agradecer, elogiar e pagar;
- Escrever e dramatizar um *role play* num restaurante – pedir uma mesa, fazer o pedido dos pratos e bebidas, reclamar, elogiar, pagar;
- Anedotas e piadas sobre restaurantes.

Nota: Algumas das aulas foram leccionadas na sala de informática, de modo a que os formandos pudessem ter acesso à Internet, assim como a determinados sítios relacionados com temáticas abordadas.

A professora usou também diversos materiais autênticos tais como: músicas em expressão inglesa, filmes, jornais, panfletos, acetatos, mapas, brochuras de museus e locais de interesse histórico e cultural...

Tavira, 9 de Julho de 2009

A professora


Rita Guerreiro Faria Nunes

CERTIFICADO

Para os devidos efeitos declara-se que

Cristina Pereira Neto

participou no programa de seminário **O MAIS OU O MENOS – O ESPAÇO PÚBLICO DE CULTURA NAS AUTARQUIAS LOCAIS**, uma iniciativa da Fundação de Serralves em parceria com o Centro de Estudos e Formação Autárquica, que se realizou na Fundação de Serralves nas seguintes datas:

CULTURA, ECONOMIA E NEGÓCIOS

08 e 09 MAI 08

A APROPRIAÇÃO DOS OBJECTOS CULTURAIS

02 e 03 JUN 08

ESPAÇOS URBANOS PARA A CULTURA

07 e 08 JUL 08

FESTIVAIS, BIENAIS, EVENTOS – SOBREVIVER AO ENTUSIASMO INICIAL

11 e 12 SET 08

A SUSTENTABILIDADE DA POLÍTICA CULTURAL NOS MUNICÍPIOS

13 e 14 OUT 08

Jorge Barreto Xavier

Jorge Barreto Xavier
Comissário

**Parceiros
para
a competência**

Conferido a **CRISTINA PEREIRA NETO**, natural de Vila do Conde, nascida a 10-02-1974, nacionalidade Portuguesa, sexo feminino, portadora do Bilhete de Identidade n.º 10255251, emitido em 14-02-2005, pelo Arquivo de Identificação de Lisboa, o certificado do Curso N.º 04, Acção 1, de **LIDERANÇA E GESTÃO DE EQUIPAS**, no âmbito do Programa Operacional da Região do Algarve (PRO-ALGARVE), Eixo Prioritário 1 - Apoio a Investimentos de Interesse Municipal e Intermunicipal (Programa FORAL), Medida 1.3 - Recursos Humanos, que decorreu em Tavira, no período de 24 a 28 de Setembro de 2007, com a duração total de 30 Horas, tendo obtido a classificação final de **BOM**.

Lisboa, 16 de Outubro de 2007

Av. do Uruguai, N.º 18, 1.º Esq.
1500-613 Lisboa
Telefone: 21 716 97 68
Fax: 21 716 97 69
E-mail: info@avalforma.pt

175




AVALFORMA
Formação e Consultoria, Lda.

A Gerência

O Coordenador

MODALIDADE DE FORMAÇÃO: Formação Contínua

ÁREA DE FORMAÇÃO: Gestão e Administração

COMPETÊNCIAS ADQUIRIDAS: O (a) formando (a) adquiriu competências ao nível do desenvolvimento de um estilo de liderança assertiva, fomentando a motivação e a partilha, mas também as técnicas para criar, estruturar e desenvolver uma equipa dinâmica e eficaz.

PLANO CURRICULAR:

DESIGNAÇÃO DOS MÓDULOS

	SC	CT	PS	TOTAL
A importância do Trabalho em Equipa	2	2	2	4
Comunicação Assertiva	2	2	3	5
Dinâmicas de Construção de Equipas	2	2	3	5
Liderança	1	1	3	4
Motivação	1	1	3	4
Treino de Competências em Delegação e Coordenação	2	2	4	6
Avaliação do Desempenho	2	2	0	2
TOTAL	0	12	18	30



INSTITUTO NACIONAL
DE ADMINISTRAÇÃO

Certifico que
CRISTINA PEREIRA NETO
frequentou o curso
SEMINÁRIO DE ALTA DIRECÇÃO - ALGARVE
realizado de 24 a 28 de Janeiro de 2005
num total de 40 horas.

Oeiras, 28 de Janeiro de 2005

O Vice-Presidente

Eng. Rui Afonso Lucas

REGISTO Nº 101278

Certificado

Rede Portuguesa de Museus

Cristina Pereira Neto,

frequentou o curso de "Papel social dos museus e intervenção comunitária", realizado na Póvoa de Varzim de 20 a 23 de Setembro de 2004, com a duração de 24 horas.

Rede Portuguesa de Museus
A Coordenadora

Clara Camacho

(Clara Camacho)



MINISTÉRIO DA CULTURA



Instituto Português de Museus

CERTIFICADO DE FREQUÊNCIA DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

(Decreto Regulamentar nº 35/2002, de 23 de Abril)

Centro de Estudos e Formação Autárquica

Rua do Brasil nº 131 ; 3030-175 Coimbra
NIF:501457275

Certifica-se que CRISTINA PEREIRA NETO, natural de Vila Do Conde, nascida a 10 de Fevereiro de 1974, nacionalidade Portuguesa, sexo feminino, portador do bilhete de identidade nº 10255251, emitido por Lisboa, em 9 de Fevereiro de 2000, frequentou de 5 de Maio de 2003 a 9 de Maio de 2003, com a duração total de 30 horas, o Curso de Formação Profissional:

CRIAR, ORGANIZAR, COORDENAR E ORIENTAR EQUIPAS DE TRABALHO

Coimbra, 9 de Maio de 2003

O Presidente do Conselho Directivo


João Paulo Barbosa de Melo

Certificado nº 1389 / DFC - 2003

CERTIFICATE

Intensive English Programme II for Postgraduates

This is to certify that

Cristina Pereira Neto

participated in a six-week (total of 12 hours)

Economic and Business Intensive English Course

Granted by



FACULTY OF ECONOMICS
University of Algarve



Dean of Faculty
Prof. Doutor Efigénio da Luz Rebelo

March 2004



Serve este Certificado para comprovar que

Cristina Pereira Neto

frequentou a acção de formação

"Procedimento Administrativo", de 10 a 16-12-2003.

Director Responsável:

Ação Co-financiada:



ESTADO PORTUGUÊS



União Europeia - FSE

Anexo 36



PROAlgarve

Procedimento Administrativo

Duração: 30 horas

Data de Realização: 10 a 16 de Dezembro de 2003

Módulos:

Módulo I - Os princípios gerais na actuação dos órgãos da Administração Pública

Módulo II - Os princípios gerais do procedimento administrativo e o direito à informação por parte dos interessados

Módulo III - As formas e prazos das notificações e prazos aplicáveis ao procedimento administrativo

Módulo IV - A marcha do procedimento administrativo

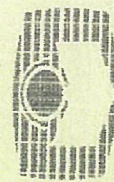
Módulo V - A instrução do procedimento administrativo

Módulo VI - A decisão e outras causas de extinção do procedimento

CERTIFICADO

CRISTINA NETO

Completo o Curso de Língua Alemã, Grau I do Nível Elementar



cial
CENTRO DE LINGUAS

Faro, 26 de Junho de 2002

Cial - CENTRO DE LINGUAS

R. Almeida Garrett, 44-r/c

8000-206 FARO

Tel.: 289 807 611



INSTITUTO NACIONAL DE FORMAÇÃO TURÍSTICA

Certificado

O Instituto Nacional de Formação Turística certifica que

Cristina Pereira Neto

frequentou, em representação da Câmara Municipal de Tavira, 1º e 3º Seminário da Acção de Formação do Programa Gestur em "Planeamento, Instalação e Gestão de Actividades Turísticas", que decorreu de 11 de Outubro de 1999 a 15 de Abril de 2000, com a duração de 37h30m.

Lisboa, 28 de Março de 2001

O Director

(Joaquim Moura)





Avenida José Malhoa, 11 - 1099-018 Lisboa
Pessoa Colectiva n.º 501442600

Certificado de Formação Profissional

(Decreto Lei nº 95/92, de 23 de Maio e Decreto-Regulamentar nº 68/94, de 26 de Novembro)

Centro de Formação Profissional de Faro

Decreto Regulamentar n.º 35/2002, de 23 de Abril

Certifica-se que **CRISTINA PEREIRA NETO**

natural de **VILA DO CONDE** nascido(a) a **10-02-1974**, nacionalidade **PORTUGUESA**
sexo **F** portador(a) do Documento de Identificação **BILHETE DE IDENTIDADE** n.º
10255251, emitido por **LISBOA** em **09-02-2000**, concluiu, **com aproveitamento**, em **11-12-1999**, o Curso de Formação Profissional de

FORMAÇÃO PEDAGÓGICA INICIAL DE FORMADORES

que decorreu de **21-09-1999** a **11-12-1999** com a duração total de **102 horas**, tendo obtido
a classificação final de **BOM**, numa escala de **MAU** a **MUITO BOM**.

FARO, 20 de Dezembro de 2003

O Director do Centro

(Carlos Baía)



GOVERNO DA REPÚBLICA
PORTUGUESA



UNIÃO EUROPEIA

Certificado n.º **DG-FFA / 60 / 2003**

ESTER

Associação Para a Formação Tecnológica
no Sector das Rochas Ornamentais e Industriais



CERTIFICADO DE FORMAÇÃO PROFISSIONAL

Certifica-se que **CRISTINA PEREIRA NETO**, portador(a)
do B.I. n.º 10255251, emitido pelo Arquivo de LISBOA,
em 09-11-1994, **FREQUENTOU COM APROVEITAMENTO**
o Curso de **GESTÃO DE MARKETING**,
com a duração total de 30 Hs, que decorreu entre
16 de Julho de 1999 e 24 de Julho de 1999

Cerf. n.º1999/GM-1-F-12/26

ESTER

DAS PEDRAS NATURAIS

Associação para a Formação Tecnológica
no Sector das Rochas Ornamentais e Industriais

António Costa Drieb
Director Executivo

CERTIFICA-SE QUE:

Cristina Pereira Neto

Frequentou o curso de:

Análise Avançada de Dados: Aplicações em S.P.S.S 14.0



Certificado

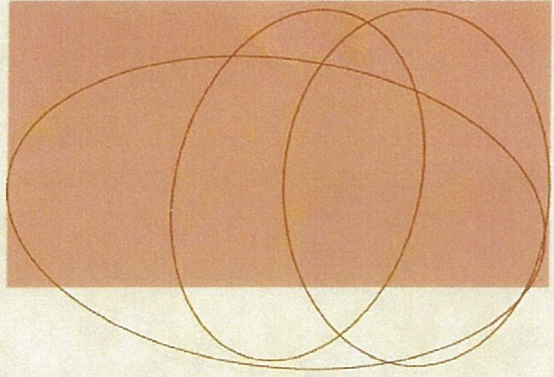
Universidade do Algarve

Presidente do Conselho Directivo da Faculdade de Economia

Universidade de Salamanca

Presidente do CEAP

Data: 20-01-2007



Porque Viajam os Alunos de Pós-Graduação da FEUALG?

Antónia Correia*

Doutorada em Economia Aplicada

Patrícia Oom do Valle**

Doutorada em Métodos Quantitativos

Antónia Dragão, Apolónia Rodrigues, Cristina Neto, Dário de Jesus, Feliciano Medeiros, Luís Almeida, Teresa Fonseca e Virna Ramos***

Resumo

As motivações do turista são fundamentais no processo de decisão turística e na formação da imagem do destino (Correia e Crouch, 2003). Durante as últimas décadas, a balança turística portuguesa apresentou sempre um saldo positivo. Poucos eram os portugueses que faziam férias no exterior ou até mesmo os que faziam férias. No sentido de fomentar o interesse pela investigação na área das férias dos portugueses, o presente estudo apresenta os principais resultados da aplicação de um conjunto de métodos estatísticos multivariados com o objectivo de caracterizar a procura turística dos estudantes de mestrado e de pós-graduação da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve (FEUALG). As análises efectuadas permitiram obter três dimensões de escolha do destino turístico, bem como três grupos de turistas com motivações diferentes para fazer férias.

Palavras-chave

Motivações, escolha, procura, métodos estatísticos multivariados

Abstract

Tourist motivations are essential not only for the tourist decision process but also in the building of the holiday destination image (Correia and Crouch, 2003). During the last decades, the national tourist account showed a positive balance and few Portuguese citizens would make holidays abroad or even in Portugal. In order to increase the study of the exit flows, the current study presents the main results from the application of a set of multivariate statistical methods with the purpose of characterizing the tourist demand of Master students from the Faculty of Economics of the University of Algarve. The performed analyses had evidenced three factors in what concerns the choice of a tourist destination as well as three groups of tourists which have different motivations for going on holiday.

Keywords

Motivations, choice, demand, multivariate statistical methods

*Docente da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve
E-mail: acorreia@ualg.pt

**Docente da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve
E-mail: pvalle@ualg.pt

*** Alunos do Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve

1 Introdução

A discussão das motivações do consumidor permite perceber porque razão o turista decide afectar uma parte do orçamento disponível para férias. A motivação resulta de um sistema de tensão que cria um estado de desequilíbrio para o indivíduo. Aquela induz à necessidade e, naturalmente, conduz o indivíduo a adoptar um determinado comportamento que lhe satisfaça a necessidade. Na prática, todos os comportamentos humanos são motivados, muito embora as escolhas feitas para satisfazer motivos possam depender de outras variáveis psicológicas (Crompton, 1977).

A motivação é frequentemente caracterizada como um comportamento, referindo-se, assim, aos desejos que iniciam a sequência de acções que constituem o processo de decisão.

Este artigo surge no âmbito da disciplina de Comportamento do Consumidor e Procura Turística do 3º Curso de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo da FEUALG e desenvolve-se em torno de dois objectivos principais. Em primeiro lugar, pretende-se identificar as principais motivações dos alunos dos cursos de mestrado e de pós-graduação da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve na escolha das suas férias. Em segundo lugar, pretende-se analisar a heterogeneidade destes resultados entre estes alunos, quer em relação a variáveis sócio-demográficas, quer no que respeita a um conjunto de variáveis caracterizadoras das férias.

Os alunos dos cursos de mestrado e de pós-graduação da Faculdade de Economia da Universidade do Algarve constituíram o objecto de análise por se tratar de um segmento de mercado com poder de compra e motivações de viagem que importava diferenciar. Para além disso, a facilidade de obtenção de dados e a motivação para a sua recolha determinaram a selecção deste universo.

O presente estudo encontra-se estruturado em quatro secções. Na primeira, apresenta-se o enquadramento teórico do trabalho, que inclui uma breve revisão de literatura sobre as temáticas da procura turística e das motivações para fazer férias. Na secção seguinte, descreve-se a metodologia utilizada no estudo, à qual se segue uma secção de apresentação de resultados. Este estudo encerra com uma síntese das principais conclusões, com uma apresentação das limitações do trabalho e com propostas para trabalhos futuros.

2 Enquadramento teórico

O processo de decisão turística concentrou a atenção dos investigadores na área do turismo, nas últimas duas décadas. Uma revisão exaustiva da literatura sobre esta questão pode ser encontrada em Crouch (1994) e Lim (1997).

O estudo das motivações remonta a 1943, quando, pela primeira vez, se cria uma hierarquia de necessidades (Maslow, 1943). Mais tarde, diversos autores classificam as motivações para a viagem em factores *push* e *pull*. Os factores *push* são entendidos como factores internos que predisõem o indivíduo para a vontade de viajar. Por sua vez, os factores *pull* são aqueles que afectam a escolha do local. Esta classificação foi explorada e aperfeiçoada por Crompton (1977), Dann (1977), Iso-Ahola (1982), Driscoll, Lawson e Niven (1994), Baloglu, McCleary (1999), Seddighi, Theocharous (2002) e Huybers, (2003). Com uma grelha cada vez mais alargada de motivações, todos os estudos, de um modo geral, concluem que os factores *push* revelam alguma homogeneidade entre os turistas oriundos do mesmo país. No entanto, os factores *pull* variam bastante de indivíduo para indivíduo.

Apesar do número significativo de artigos publicados nesta área, os estudos empíricos são escassos, especialmente no que se refere a Portugal. Entre os autores que focam o turismo em Portugal, destacam-se Syriopoulos e Sinclair (1993), que incluem o país no modelo de análise da procura AIDS (*Almost Ideal Demand System*), e também Syriopoulos (1995), que inclui Portugal num modelo de correcção dos erros. A questão específica da procura do destino lusitano é analisada por Silva (1991, 1995), Correia (2000) e por Matos (2000). A investigação sobre o turismo tem incidido, fundamentalmente, sobre os mercados emissores de turismo para Portugal, usando dados agregados, e não dando a merecida atenção à heterogeneidade da procura turística.

No que respeita a estudos sobre Portugal, enquanto emissor de turismo, apenas se conhecem os inquéritos às férias dos portugueses conduzidos pela DGT e pelo INE.

A actual realidade sócio-económica portuguesa evidencia uma evolução que justifica a importância do estudo do turismo emissor. Rápidas modificações nos padrões de vida, condições financeiras e disponibilidade de tempo para lazer e sua repartição ao longo do ano levam a que este tipo de análises empíricas tenham um crescente interesse e actualidade.

ento teórico

ística concentrou a a área do turismo, a revisão exaustiva uestão pode ser e Lim (1997).

s remonta a 1943, cria uma hierarquia 1943). Mais tarde, s motivações para a ill. Os factores *push* ores internos que a vontade de viajar. ill são aqueles que Esta classificação foi or Crompton (1977), 2), Driscoll, Lawson e ary (1999), Seddighi, rs, (2003). Com uma jada de motivações, odo geral, concluem revelam alguma turistas oriundos do s factores *pull* variam indivíduo.

nificativo de artigos estudos empíricos são no que se refere a ue focam o turismo em yriopoulos e Sinclair no modelo de análise eal Demand System), e 5), que inclui Portugal dos erros. A questão lo destino lusitano é 1995), Correia (2000) e igação sobre o turismo ntalmente, sobre os turismo para Portugal, e não dando a merecida le da procura turística. estudos sobre Portugal, turismo, apenas se s férias dos portugueses elo INE.

o-económica portuguesa ue justifica a importância o emissor. Rápidas ões de vida, condições ade de tempo para lazer do ano levam a que esta as tenham um crescente

No ano de 2003, o número total de viagens turísticas foi de 5,7 milhões, 10% das quais tiveram como destino principal o estrangeiro. De um modo geral, o número total de viagens realizadas pelos residentes registou um decréscimo de 16,6%, sendo esta redução mais acentuada nas deslocações em Portugal (17%) do que nas viagens ao estrangeiro (12,4%). Ainda assim, Portugal foi o principal destino de férias em 89,6% das viagens realizadas. No ano em causa, apenas 10,4% das viagens tiveram como destino principal o estrangeiro (INE, 2004).

Enquadrado teoricamente pelos estudos atrás referidos, este trabalho identifica as principais motivações para fazer férias dos estudantes de mestrado e de pós-graduação da FEUALG e ensaia uma segmentação de mercado, a partir destas variáveis. Estes objectivos são alcançados através da aplicação sequencial dos seguintes métodos estatísticos multivariados: análise de componentes principais, análise de *clusters* e análise discriminante.

3 Metodologia

3.1 Dados

Os dados deste estudo resultaram de um inquérito concebido nas aulas da disciplina de mestrado acima referida. A estrutura do questionário é constituída por três grupos de questões. O primeiro centra-se na caracterização sócio-demográfica dos inquiridos, incluindo questões relativas ao seu local de residência, idade, género e profissão. O segundo aborda a logística da viagem e engloba questões que visam analisar os seguintes aspectos: intenção de viajar, duração da estada, modo de viajar, fontes de informação utilizadas na escolha de um destino turístico, tipologia de destinos preferidos e formas de organização da viagem. Estudos anteriores demonstram que estes são os aspectos relativamente aos quais as motivações dos indivíduos se revelam mais heterogéneas, razão pela qual se considerou que estas variáveis abriam uma janela de oportunidades de segmentação do mercado. O terceiro grupo inquire sobre os atributos que induzem o estudante, enquanto turista, à decisão de viajar, incluindo-se neste grupo factores *pull* e *push*. Os questionários foram sujeitos a um pré-teste a fim de se detectar eventuais erros e/ou dificuldades na interpretação das questões formuladas.

O inquérito foi aplicado, durante o mês de Abril de 2004, a 52 estudantes seleccionados entre os 149 que frequentam actualmente os cursos de pós-graduação e mestrado da FEUALG. A dimensão mínima da amostra, 50 observações, foi determinada atendendo aos requisitos necessários para a aplicação posterior da análise de componentes principais (Martinez, 2000). Dada a necessidade de obtenção rápida dos dados, e uma vez que o estudo visava sobretudo a ilustração dos métodos estatísticos multivariados apresentados nas aulas, optou-se por um processo de amostragem dirigido (não aleatório). Por esta razão, os resultados deste trabalho não são generalizáveis ao universo de estudantes de mestrado e de pós-graduação da faculdade. Todos os dados foram tratados através do *software* SPSS 12,0 (SPSS Inc., 2003).

3.2 Métodos de análise estatística

A análise dos dados, neste trabalho, foi feita de acordo com três fases. Em primeiro lugar, procedeu-se a uma análise descritiva univariada das várias perguntas do questionário através do cálculo de determinadas medidas sumárias (medidas de tendência central, de dispersão e frequências absolutas e relativas), bem como mediante a elaboração de alguns gráficos. O principal objectivo desta análise preliminar consistiu na caracterização dos indivíduos inquiridos, quer do ponto de vista sócio-demográfico, quer no que se relaciona com as suas preferências relativamente às férias.

Na fase seguinte, foi feita uma análise descritiva e multivariada das motivações para fazer férias. No que respeita a esta última, usaram-se três métodos de análise: a análise de componentes principais, a análise de *clusters* e a análise discriminante.

Assim, e a fim de reduzir o número de variáveis a analisar posteriormente, procedeu-se à aplicação da *análise de componentes principais* a 11 atributos de escolha do destino turístico de férias: clima, animação, infra-estruturas desportivas, monumentos/museus, gastronomia, distância, alojamento, transportes, acessibilidades, tempo de viagem e preço. O nível de importância atribuído a cada um destes atributos foi medido através de uma escala de *likert*, com 5 níveis (1 – sem importância, 2 – pouco importante, 3 – razoavelmente importante, 4 – bastante importante, 5 – imprescindível). A avaliação prévia da adequação dos dados à aplicação da análise de

componentes principais foi feita através da observação da medida de KMO e das medidas de adequação amostral para cada variável e ainda mediante a realização do teste de esfericidade de Bartlett. Na selecção das componentes a reter, usou-se o critério de Kaiser (que consiste em reter as componentes com valor próprio associado superior a 1), bem como a observação do gráfico de sedimentação. A fim de simplificar a interpretação das componentes, efectuou-se a sua rotação através do método varimax. As componentes principais retidas foram interpretadas atendendo ao significado dos pesos mais elevados em cada uma delas e a sua consistência interna foi analisada através do cálculo dos correspondentes coeficientes alfa Cronbach (Hair et al., 1995; Reis, 1997). A análise de componentes principais, permitiu assim, determinar as principais dimensões de escolha do destino turístico dos estudantes de pós-graduação e de mestrado da FEUALG.

Seguidamente, usou-se a informação relativa a estas dimensões na identificação de grupos de turistas entre os indivíduos inquiridos. Este objectivo foi prosseguido através da aplicação da *análise de clusters*, tendo-se ensaiado a utilização de diversos critérios de agrupamento, bem como de diferentes medidas de semelhança / dissemelhança de indivíduos (Martinez, 2000). Uma vez que a maior parte dos critérios e medidas utilizados sugeriam, através dos respectivos dendogramas, a existência de três *clusters*, optou-se por essa solução quanto ao número de grupos a reter. A identificação dos indivíduos pertencentes a cada grupo baseou-se nos resultados da aplicação do *critério do vínculo médio* (average linkage), usando como medida de distância o *quadrado da distância Euclidiana*.

A posterior aplicação da *análise discriminante múltipla* visou dar resposta a dois tipos de questões. Por um lado, confirmar se as dimensões de escolha do destino turístico distinguem significativamente os grupos de turistas. Esta análise baseou-se nos resultados dos testes à significância das funções discriminantes e correspondentes coeficientes de correlação canónica (Huberty, 1994). Por outro lado, identificar as dimensões mais importantes para cada um dos grupos, a fim de proporcionar, conseqüentemente, uma primeira caracterização desses mesmos grupos. Este segundo aspecto assentou na análise dos coeficientes estruturais das funções discriminantes e nos valores das

funções nos centroides dos grupos (Fernández e Martinez, 2000). É ainda de salientar que a aplicação da análise discriminante foi antecedida pela divisão da amostra em duas partes aproximadamente iguais: os primeiros 27 indivíduos constituíram a amostra de análise; os restantes 25 formaram a amostra de validação. A hipótese subjacente à aplicação da AD de que existe igualdade nas matrizes de variâncias e covariâncias para os grupos em análise foi testada através da realização do teste M de Box. A capacidade de classificação das funções discriminantes estimadas foi igualmente objecto de análise (Mardia, Bibby e Kent, 1995; Reis, 1997).

Na fase final, procurou-se caracterizar, tão detalhadamente quanto possível, os vários grupos de turistas, o que foi feito através do cruzamento da variável categórica identificadora desses mesmos grupos, quer com as variáveis sócio-demográficas, quer com as variáveis relativas a férias medidas no questionário.

4 Análise de resultados

4.1 Perfil sócio-demográfico e caracterização preliminar das férias

A maior parte dos indivíduos que constituem a amostra residem no Algarve (91,1%), numa cidade situada no litoral (67,9%), são do sexo feminino (60,7%) e pertencem a uma classe social média/alta (76,8%). A idade mais frequente é 25 anos, embora mais de metade dos inquiridos tenham menos de 28 anos. A média das idades dos entrevistados é de aproximadamente 30 anos, com um desvio padrão de cerca de 7 anos. Verifica-se uma grande diversidade de actividades profissionais, das quais se destacam as ligadas à Economia ou à Gestão (28,6%), à Saúde (19,6%), à Função Técnica Superior (16,1%) e à Educação (10,7%).

São raros os entrevistados que dizem não ter o hábito de fazer férias (4%), e quase todos pretendem fazer férias este ano (93%). Em 90% dos casos, viajar nas férias é considerado bastante importante ou mesmo imprescindível. Normalmente, os inquiridos viajam com amigos (48%) ou com a família (46%). Só uma pequena minoria viaja sozinho (6%).

A duração média prevista para as férias é de 11 dias, com um desvio padrão aproximado de 6 dias. Todavia, a duração prevista mais frequente é

grupos (Fernández e de salientar que a nante foi antecedida em duas partes os primeiros 27 mostra de análise; os mostra de validação. A ação da AD de que zes de variâncias e em análise foi testada teste M de Box. A ação das funções igualmente objecto ent, 1995; Reis, 1997). -se caracterizar, tão sível, os vários grupos através do cruzamento identificadora desses n as variáveis sócio- s variáveis relativas a ário.

De resultados

ficco e caracterização

íduos que constituem a e (91,1%), numa cidade são do sexo feminino na classe social média/ s frequente é 25 anos, dos inquiridos tenham média das idades dos iadadamente 30 anos, com a de 7 anos. Verifica-se ade de actividades e destacam as ligadas à 8,6%), à Saúde (19,6%), or (16,1%) e à Educação

ados que dizem não ter o (4%), e quase todos ste ano (93%). Em 90% is é considerado bastante smo imprescindível. dos viajam com amigos (46%). Só uma pequena %).

avista para as férias é de padrão aproximado de 6 prevista mais frequente é

de apenas 7 dias, sendo os indivíduos com profissões ligadas ao ensino ou ao sector comercial os únicos que prevêem fazer férias com duração mínima de 15 dias. A Figura 1 mostra que a Europa constitui, para a grande maioria, o destino de férias mais provável, enquanto que a Figura 2 deixa claro que a combinação "sol e praia" tem a preferência de grande parte destes estudantes.

Figura 1- Destino de férias mais provável

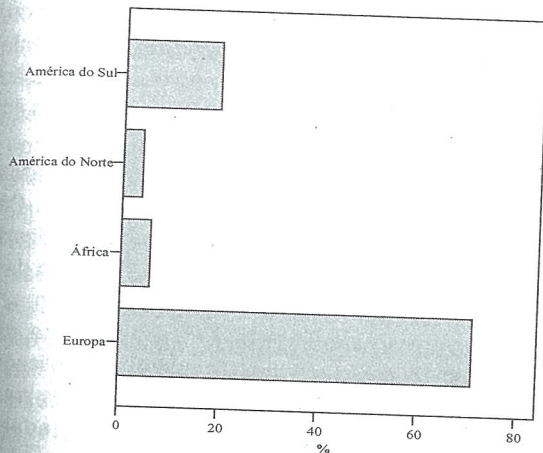
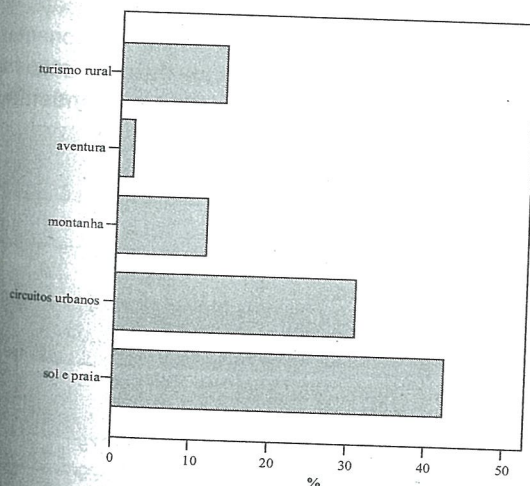


Figura 2- Preferências sobre destinos de férias



A fonte de informação mais utilizada pelos respondentes na escolha do destino turístico é a *internet* (32,7%), logo seguida dos amigos ou familiares (25%) e, só por fim, surgem as agências de viagens (19,2%). Estes dados estão intimamente ligados à forma de organização das férias. Contudo, a maior parte dos inquiridos (51,9%) revelou delegar nas agências de viagem o processo de organização da viagem, o que não invalida que tenha havido uma pesquisa prévia do destino a escolher através da *internet*

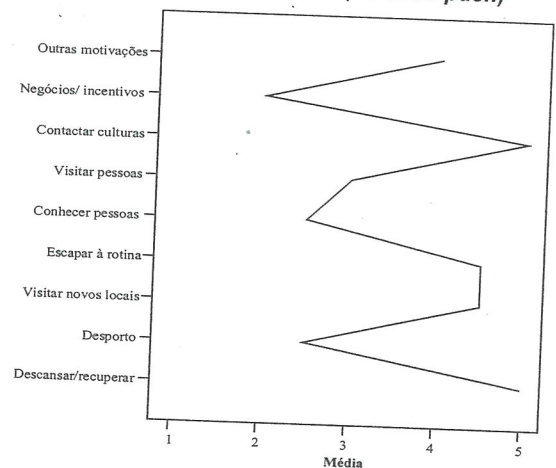
4.2 Análise descritiva das motivações para fazer férias

Gnoth (1997) define motivação como uma predisposição ou força interna condutora que conduz o turista a procurar satisfazer uma necessidade latente. A importância deste conceito estimula o estudo das motivações internas (factores *push*) e externas (factores *pull*) nas subsecções seguintes.

4.2.1 Motivações internas (factores *push*)

As motivações internas resultam de um estado latente de necessidade. No caso das férias, a predisposição para viajar deriva, normalmente, do cansaço e da necessidade de mudança. A Figura 3 ilustra o nível médio de importância conferido pelos estudantes às diferentes motivações intrínsecas para fazer férias. Como se pode observar, a necessidade de fugir à vida quotidiana, a vontade de descansar/recuperar e ainda a procura de conhecimento sobre novos locais destacam-se entre as principais motivações para viajar.

Figura 3- Motivações internas (factores *push*)



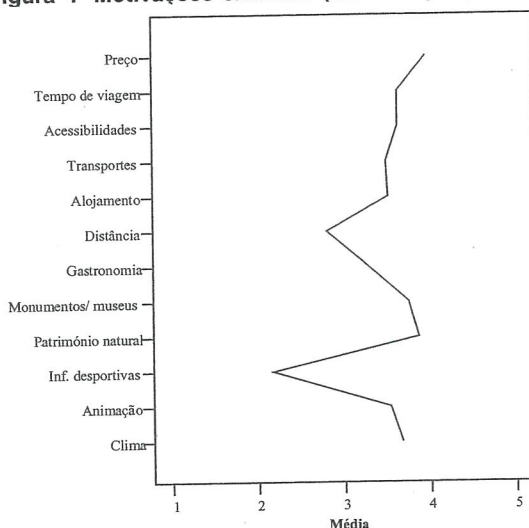
1 - Sem importância 2 - Pouco importante 3 - Razoavelmente importante 4 - Bastante importante 5 - Imprescindível

4.2.2 Motivações externas (factores *pull*)

O turista percebe o valor de um destino em função dos seus atributos que, por sua vez, traduzem os factores *pull*, ou motivações externas, que determinam a escolha do local de férias. A Figura 4 mostra os factores de escolha de um destino turístico mais e menos valorizados, em média, pelos estudantes. Note-se que o preço é o factor *pull* considerado mais importante. Inversamente, a existência de infra-estruturas

desportivas constitui o factor de escolha de um destino turístico considerado, em média, menos relevante.

Figura 4- Motivações externas (factores pull)



1 – Sem importância 2 – Pouco importante 3 – Razoavelmente importante 4 – Bastante importante 5 – Imprescindível

4.3 Análise multivariada das motivações para fazer férias

Não foi possível efectuar uma análise mais aprofundada das motivações internas para viajar, uma vez que estas variáveis não se mostravam adequadas à aplicação de métodos de análise mais avançados, tais como a análise de componentes principais (medida de KMO < 0,5). Por este motivo, os métodos multivariados

referidos na secção 3.2 foram aplicados unicamente às motivações externas.

4.3.1 Análise de componentes principais

O valor da medida de KMO (0.656), os resultados obtidos para as medidas de adequação amostral (MAS's > 0.56) e ainda os resultados do teste de esfericidade de Bartlett ($p = 0.000$) sugerem a pertinência da aplicação da análise de componentes principais ao conjunto de 11 atributos ou factores de escolha de um destino turístico. Desta análise excluiu-se o atributo "património natural" visto não apresentar qualquer correlação estatisticamente significativa com os restantes 11 atributos.

As três componentes principais retidas explicam 63% da variância total dos dados. Os resultados mais importantes da aplicação deste método multivariado, uma vez feita a rotação das componentes através do método varimax, encontram-se na Tabela 1. Grande parte da variância de cada uma das 11 variáveis é explicada pelas componentes retidas, o que é sugerido pela observação da coluna das comunalidades. Atendendo ao significado dos pesos mais elevados em cada componente, estas foram designadas por "clima e infra-estruturas de lazer", "condições de viagem" e "conforto no destino". As componentes apresentam níveis razoáveis de consistência interna, evidenciados pelos correspondentes coeficientes alfa Cronbach.

Tabela 1- Atributos e componentes principais (depois da rotação varimax)

Atributos e componentes principais	Pesos das componentes	% de Variância explicada e Alfa Cronbach	Comunalidades
CP1 - Clima e infra-estruturas de lazer			
Clima	0,802	21,82% Alfa Cronbach = 0,7129	0,779
Monumentos / museus	-0,755		0,629
Inf. Desportivas	0,738		0,556
Animação	0,661		0,714
CP2 - Condições de viagem			
Tempo de viagem	0,806	21,11% Alfa Cronbach = 0,6531	0,660
Preço	0,727		0,606
Distância	0,691		0,492
CP3 - Conforto no destino			
Gastronomia	0,722	19,77% Alfa Cronbach = 0,6934	0,581
Transportes	0,720		0,761
Alojamento	0,716		0,534
Acessibilidades	0,673		0,583

foram aplicados
ernas.

s principais
KMO (0.656), os
didas de adequação
da os resultados do
artlett ($p = 0.000$)
cação da análise de
junto de 11 atributos
m destino turístico.
atributo "património
qualquer correlação
com os restantes 11

principais retidas
total dos dados. Os
da aplicação deste
z feita a rotação das
método varimax,
l. Grande parte da
variáveis é explicada
que é sugerido pela
as comunalidades.
pesos mais elevados
foram designadas por
lazer", "condições de
no". As componentes
reis de consistência
os correspondentes

4.3.2 Análise de clusters

Uma vez definidas as dimensões de escolha do destino turístico dos estudantes de pós-graduação e mestrado, procurou-se usar essa informação para identificar grupos de turistas. Da aplicação do critério do vínculo médio (*average linkage*), usando como medida de distância o quadrado da distância Euclidiana, resultaram três grupos com 22, 14 e 16 indivíduos, respectivamente.

4.3.3 Análise discriminante

A hipótese subjacente à aplicação da análise discriminante de que existe igualdade nas matrizes de variâncias e covariâncias para os grupos em análise não foi rejeitada para um nível de significância de 5% (teste M de Box: $p = 0.069$). As Tabelas 2 e 3 mostram que as duas funções discriminantes estimadas são importantes na separação dos grupos (ambos os coeficientes de correlação canónica apresentam valores elevados; testes Wilks' Lambda às funções discriminante: $p < 0.05$). A capacidade de classificação das funções estimadas é muito boa: todos os indivíduos incluídos na amostra de análise e 88% dos pertencentes à amostra de validação foram correctamente classificados.

Tabela 2- Valores próprios e coeficientes de correlação canónica

Função	Valor próprio	% de variância	% Acumulada	Correlação canónica
1	4,264	87,7	87,7	0,900
2	0,609	12,5	100,0	0,615

Tabela 3- Testes Wilks' Lambda

Teste à(s) função(ões)	Wilks' Lambda	Qui-quadrado	G.l	Sig.
1 e 2	0,118	49,143	6	0,000
2	0,621	10,944	2	0,004

A leitura das Tabelas 4 e 5 evidencia os resultados mais importantes da aplicação da análise discriminante. Em primeiro lugar, a Tabela 4 mostra que a função 1 se encontra mais fortemente correlacionada com a dimensão "condições de viagem", enquanto que a função 2 se correlaciona mais com a dimensão "clima e infra-estruturas de lazer". Em segundo lugar, da observação da Tabela 5 ressalta que a função 1 separa o Grupo 1 dos restantes, enquanto que a

função 2 diferencia sobretudo o Grupo 2 do Grupo 3. Da análise combinada destas duas tabelas pode identificar-se a dimensão que assume uma maior importância em cada um dos grupos: dimensão "condições de viagem" para o Grupo 1, dimensão "clima e infra-estruturas de lazer" para o Grupo 2, dimensão "conforto no destino" para o Grupo 3.

Tabela 4- Coeficientes estruturais

Componentes (variáveis discriminantes)	Função	
	1	2
Clima e infra-estruturas de lazer	-0,24	0,843
Condições de viagem	0,577	0,704
Conforto no destino	0,118	-0,51

Tabela 5- Funções nos centroides dos grupos

Grupos	Função	
	1	2
1	1,874	0,03
2	-2,171	1,308
3	-1,923	-0,871

4.4 Caracterização dos segmentos de turistas

Numa primeira análise, os três grupos de turistas foram caracterizados através do cruzamento da variável categórica identificadora desses mesmos grupos com as variáveis sócio-demográficas medidas no questionário. Da análise das tabelas de contingência efectuada, constata-se que estas variáveis são pouco importantes para distinguir os grupos. As principais diferenças entre os grupos residem, sim, nas preferências relativamente aos destinos turísticos e também nas fontes de informação mais usadas na escolha desses destinos. A Tabela 6 apresenta alguma informação quanto aos destinos turísticos preferidos por cada grupo, bem como alguns elementos caracterizadores das suas férias.

Verifica-se, assim, que os três segmentos de mercado identificados entre os alunos de mestrado e de pós-graduação da FEUALG apresentam motivações de férias claramente diferenciadas. Num primeiro segmento, a prioridade, em termos de férias, é conhecer novos locais culturais, sendo preponderante a necessidade de minimizar custos e tempos de deslocação. Este nicho é composto, fundamentalmente, por pessoas do sexo feminino, com uma idade média de 30 anos e que preferem

Comunalidades

0,779
0,629
0,556
0,714

0,660
0,606
0,492

0,581
0,761
0,534
0,583

Tabela 6- Caracterização dos grupos relativamente às férias

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Como costuma fazer férias? (moda)	Com família ou amigos	Com amigos	Com família
Qual o tipo de destino que prefere? (moda)	Circuitos urbanos	Sol e praia	Sol e praia e circuitos urbanos
Qual o destino mais provável? (moda)	Europa	Europa e América do Sul	Europa
Qual a principal fonte de informação na escolha do destino turístico? (moda)	Internet	Agências de viagem	Amigos e familiares
Factores de escolha do destino turístico mais valorizados (em média)	Monumentos/museus Tempo de viagem Preço	Clima Animação	Património natural Acessibilidades Alojamento / Transportes Gastronomia
Motivos para fazer férias mais valorizados (em média)	Escapar à rotina Visitar novos locais Contactar novas culturas	Descansar/recuperar Escapar à rotina	Escapar à rotina Descansar/recuperar Visitar novos locais
Motivos para fazer férias menos valorizados (em média)	Desporto Negócios/incentivos	Negócios/incentivos Visitar pessoas Desporto	Negócios/incentivos Desporto

viajar com os amigos ou com a família. Este segmento sugere o nome de “turista cultural”.

O segmento dois é claramente constituído pelo “turista sol e praia”, que viaja à procura de descanso, lazer, animação e que pretende destinos cujo clima possibilite “fazer praia”. Um turista típico incluído neste segmento tem em média 30 anos, procura fazer férias sobretudo na Europa e na América do Sul e viaja, fundamentalmente, com amigos.

O segmento três, pelas motivações e características que apresenta, pode ser designado por “turista familiar”. Os indivíduos deste grupo têm em média 33 anos, viajam sobretudo com a família e tentam conciliar o sol e a praia com algum enriquecimento cultural. Neste caso, as preocupações incidem, principalmente, sobre as condições de alojamento e estada no destino.

5 Conclusões

A análise descritiva dos dados permitiu determinar os principais factores de motivação interna para fazer férias (factores *push*): “escapar à rotina”, “descansar e recuperar” e “visitar novos locais”. Por sua vez, a aplicação dos métodos estatísticos multivariados possibilitou identificar

três dimensões de escolha do destino turístico (factores *pull*), bem como três grupos de turistas. A análise discriminante confirmou que as três dimensões permitem distinguir significativamente os grupos identificados. Atendendo às motivações claramente diferenciadas dos indivíduos pertencentes a cada segmento, estes foram designados por “turista cultural”, “turista sol e praia” e “turista familiar”. Para além das motivações, as principais diferenças encontradas entre os grupos residem nas preferências relativamente aos destinos turísticos, nas fontes de informação mais usadas na escolha desses destinos e na valorização dos factores de escolha dos destinos preferidos.

Este estudo tem limitações que importa evidenciar a fim de serem ultrapassadas em estudos posteriores. A mais importante prende-se com o facto de não se poder assegurar a representatividade da amostra, já que os dados foram obtidos através de um método de amostragem não aleatório. A segunda limitação reside na grande homogeneidade da população-alvo, a qual poderia ser ultrapassada se o inquérito fosse aplicado a outros cursos e, eventualmente, noutras universidades. Outra limitação tem a ver com a dimensão da própria amostra, uma vez que alguns autores sugerem que exista pelo menos 20

observações por variável discriminante. Por último, o estudo incidiu apenas sobre as férias de Verão, pelo que seria interessante verificar se existe heterogeneidade de motivações, recolhendo informação, também, noutras épocas do ano.

Não obstante estas limitações, a abordagem deste tema e o seu desenvolvimento nas aulas da disciplina de Comportamento do Consumidor e Procura Turística constituiu um importante veículo no sentido de motivar os alunos de mestrado para a versatilidade dos instrumentos de análise do comportamento do consumidor, suportado pelos métodos de análise estatística multivariada.

Bibliografia

- Conselho Europeu, (1995), *Directiva Comunitária 95/57/CE do Conselho, de 23 de Novembro de 1995, relativa à recolha de informações estatísticas no sector de turismo*, in JO L 291 de 6.12.1995, p.32.
- Dibb, S. e Simkin, L., (1991), Targeting, segments and positioning, in *International Journal of Retail and Distribution Management*, vol. 19, May-June, 4-10.
- González, A. e Bello, L., (2002), The construct "lifestyle" in market segmentation: The behaviour of tourist consumers, in *European Journal of Marketing*, vol. 36, nº 1/2, 51-85.
- Haley, R., (1968), Benefit Segmentation: A Decision-Oriented Research Tool, in *The Journal of Marketing*, vol. 32, July, 30-35. (reeditado em 1995 in *Marketing Management*, vol. 4, n.º 1, 59-62).
- Helsen, K., Jedidi, K. e DeSarbo, W., (1993), A New Approach to Country Segmentation Utilizing Multinational Diffusion Patterns, in *Journal of Marketing*, vol. 57, n.º 4, 60-71.
- Hoek, J., Gendall, P. e Esslemont, D., (1996), Market segmentation: A search for the Holy Grail?, in *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, vol. 2, n.º 1, 25-34.
- Jamal, T. e Getz, D., (1996), Does Strategic Planning Pay? Lessons for Destinations from Corporate Planning Experience, in *Progress in Tourism and Hospitality Research*, vol. 2, n.º 1, 59-78.
- Kale, S. e Sudharshan, D., (1987), A Strategic Approach to International Marketing, in *International Marketing Review*, vol. 5, Summer, 60-70.
- MCB, (2003), *Emerald (on-line)*, protocolo disponível: <http://leporello.emerald-library.com/vl=4685046/cl=33/nw=1/rpsv/search.htm> (02/01/03).
- Mo, C., Havitz, M. e Howard, D., (1994), Segmenting Travel Markets with the International Tourism Role (ITR) Scale, in *Journal of Travel Research*, vol. 33, n.º 1, 24-31.

Mémoire(s) de Portugais
Tavira - Perpignan

TABLE DES MATIÈRES

Le mot de...

JEAN-PAUL ALDUY

Maire de Perpignan, Sénateur des Pyrénées-Orientales9

JOSÉ MACÁRIO CORREIA

Presidente da Câmara de Tavira13

MAURICE HALIMI

Maire-Adjoint de la Ville de Perpignan,
Président de la Régie des Relations Internationales19

JAUME ROURE

Batlle Adjunt de Perpinyà,
Vice-president de la Regidoria de les Relations Internationals.....25

CRISTINA NETO

Chefe da divisão de Cultura e Turismo de Tavira : “Emigração”31

MICHELLE ROS

Directrice des Archives de la Ville de Perpignan : “Rencontres”55

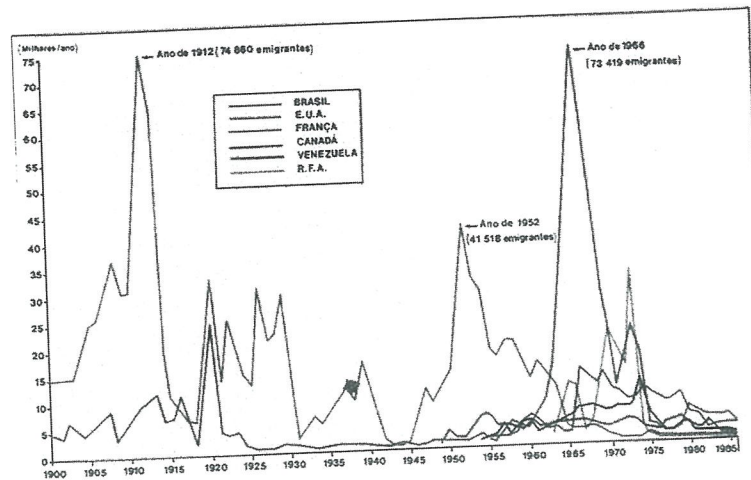
Exposition “Mémoire(s) de Portugais” Perpignan-Tavira - Juillet 2005

Emigração

Foi pedido que prepara-se um documento sobre a emigração, sob o ponto de vista do país de origem, neste caso Portugal – Tavira, isto porque Perpignan na década de 60-70, acolheu bastantes emigrantes, sendo uma grande percentagem deles oriundos de Tavira. Antes de mais importa, relembrar o conceito de emigração:

Emigração é a saída de nacionais para o estrangeiro onde fixam residência definitiva ou por períodos mais ou menos longos. Para o Portugal este constitui um fenómeno demográfico muito antigo e cujas origens remontam, pelo menos, à época dos Descobrimentos.

Desde o séc. XV, a emigração é uma constante da sociedade portuguesa. Como se pode verificar no gráfico, até à década de 60, a emigração portuguesa processou-se maioritariamente para o continente americano. A partir da década de 60, a corrente migratória mudou-se para a Europa de além-Pirinéus, na sua maioria para França e Alemanha, onde a carência de mão-de-obra lhes proporcionava salários muito mais elevados do que em Portugal. A emigração era um sinal do acentuado desenvolvimento de uma Europa que recuperada do pós-guerra, reclamava por mão-de-obra para funções não especializadas (agricultura, construção civil, limpeza.... O ano de 1966 foi o que registou um maior número de emigrantes para França, tendo-se contabilizado, de acordo com a Secretaria de Estado da Emigração 73.419.



Fonte : Secretaria de Estado da emigração

Causas da emigração

Portugal na década de 60-70, caracterizava-se por uma economia pouco desenvolvida, com uma guerra colonial que levava muitos dos seus jovens, pela ditadura, ordenados muito baixos, indústria e agricultura pouco desenvolvida e uma população activa situada essencialmente no sector primário (mão de obra pouco especializada). Estes foram motivos mais que suficientes para que uma grande percentagem da nossa população escolhesse outros destinos para refazer a sua vida. Para exemplificar: *Para lá dos Pirineus um ordenado de trolha era superior ao de um capataz em Portugal na década de 60/70.*

A principal causa para a emigração é fundamentalmente a económica, a procura de melhores condições de vida, melhores empregos.

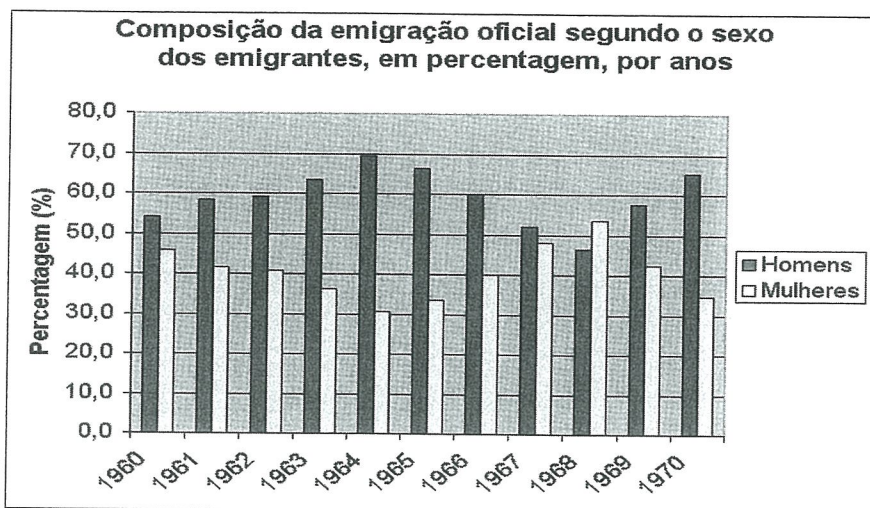
Caracterização da emigração

A emigração era composta essencialmente por activos pertencentes ao sector primário (mão-de-obra não especializada) ou activos com ocupação, nos quais se incluem estudantes que fugiam à guerra colonial, pessoas cuja actividade económica não era definida e mulheres que declararam como ocupação o trabalho doméstico.



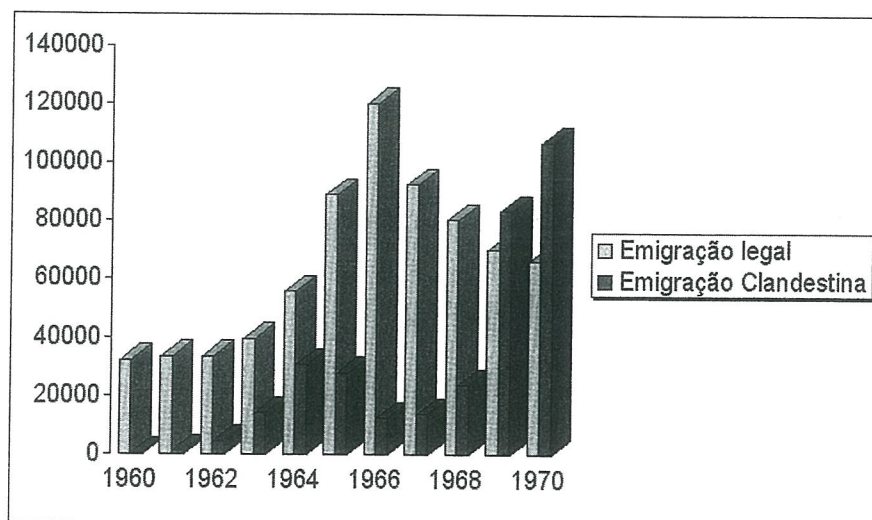
Fonte: Boletins da Junta de Emigração

Nota: Activos com ocupação incluem (estudantes que fogem à guerra colonial, activos que exercem uma actividade económica não definida e mulheres que declararam como ocupação o trabalho doméstico)



De acordo com o sexo a maioria dos emigrantes eram do sexo masculino, contudo no ano de 1968, verificou-se a ida de mais indivíduos do sexo feminino. Este facto coincide também com o ano em que se verificou a ida de maior percentagem de activos com ocupação, onde se incluem as domésticas.

Emigração Total Portuguesa



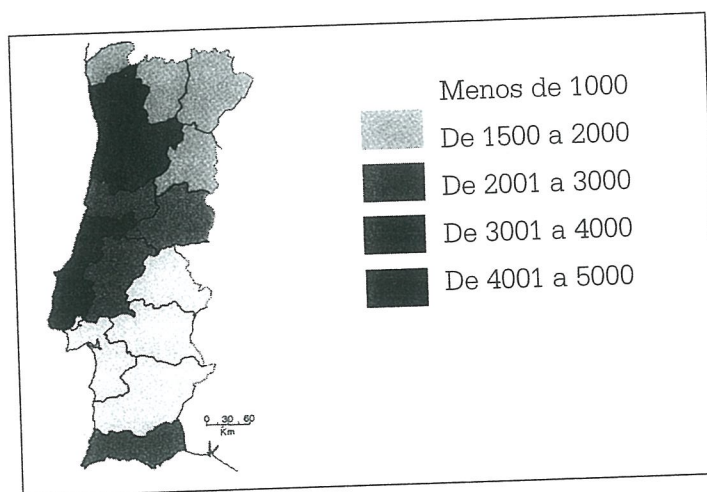
Partir para refazer a vida não era uma decisão fácil, muito menos porque iam sós, sem trabalho assegurado e muitas vezes mesmo sem papéis, atravessando fronteiras na clandestinidade. A viagem era feita de longas caminhadas nocturnas por trilhos, vales, montanhas e rios. Por forma a evitar a desertificação populacional, o Governo tentou proibir as saídas para o estrangeiro, que afectavam as zonas do interior e as

actividades económicas, como consequência a emigração clandestina começa a ser cada vez mais uma realidade. Deste modo justifica-se que esta de um modo geral tenha tido uma tendência para aumentar desde 1960 até 1969 (conforme dados disponíveis). De acordo com o Boletim anual da Junta de Emigração, em 1969 e 1970 a emigração clandestina foi superior à legal. Outra justificação para o forte crescimento da emigração clandestina eram as faltas de autorização dadas aos jovens do sexo masculino, pois com a guerra colonial, estes eram recrutados para África. A única forma de fugir à guerra era sem dúvida emigrar, ainda que de forma clandestina.

Média anual da emigração por distritos entre 60 e 75

Em média na região do Algarve durante a década de 60-75, emigravam entre 2001 e 3000 pessoas. Nos distritos do norte do país foi onde se verificou uma maior média (vermelho).

Média anual da emigração por distritos entre 60 e 75.



Consequências da emigração

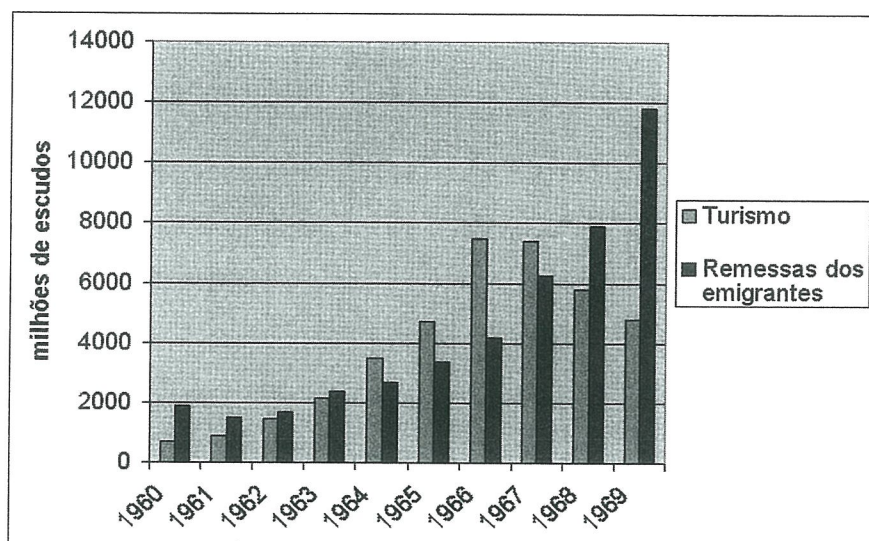
Qualquer fenómeno tem consequências positivas e negativas e a emigração não é excepção. Neste caso, passa-se a enumerar alguns:

- Na década em causa a emigração veio apaziguar, por um lado, as tensões sociais provocadas por um excesso de mão-de-obra não especializada, por baixos salários, pelo desemprego, por outro lado, provocou aumentos salariais, ainda que os mesmos ficassem aquém do nível salarial praticado no resto da Europa.

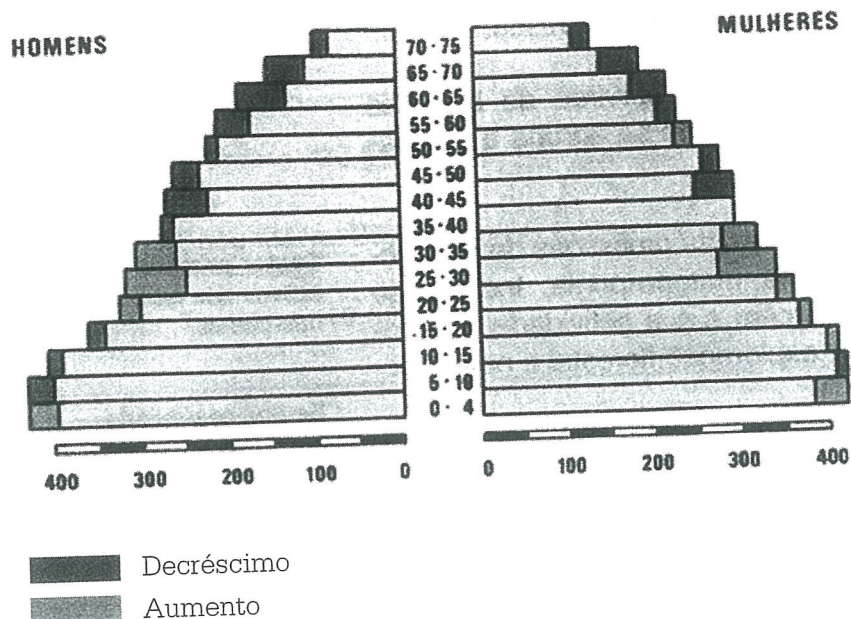
- O fenómeno da emigração nesta década, veio introduzir uma contradição no processo de crescimento da economia portuguesa, se por um lado as remessas de emigrantes contribuíram para manter o saldo positivo da balança de pagamentos, por outro agravou o processo inflacionário, o poder de compra aumentou não só devido às remessas de dinheiro enviadas, mas também porque os salários aumentaram e o

consumo conseqüentemente também. No final dos anos 60, como é visível no gráfico as remessas dos emigrantes eram bem superiores às receitas de turismo. Por exemplo, em 1970 o valor das divisas enviadas pelos emigrantes para Portugal correspondia a pouco menos de metade do orçamento do Estado Português.

Divisas provenientes do turismo e das remessas dos emigrantes

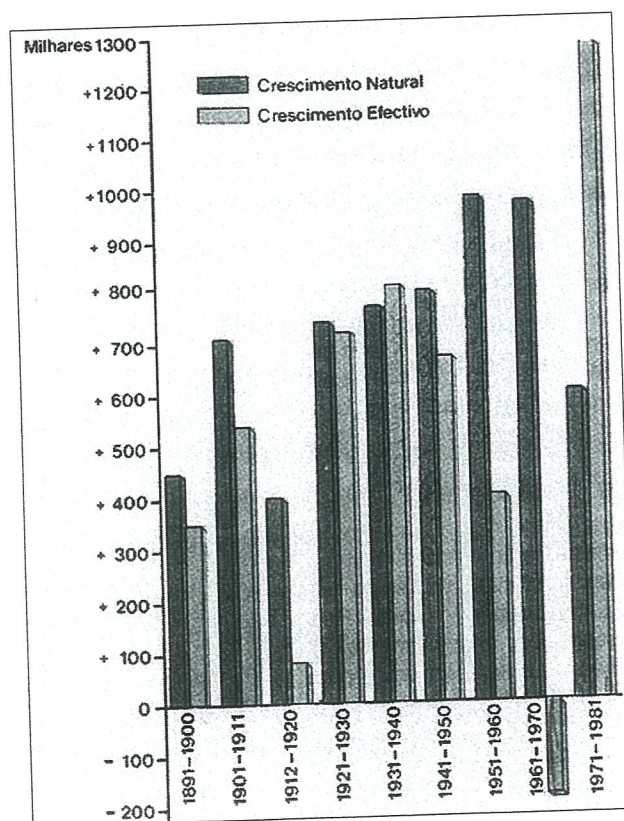


- Houve zonas do país que ficaram despovoadas, em especial no interior, onde a principal actividade era a agricultura.
- Com a falta de mão-de-obra masculina abrem-se novas oportunidades de trabalho ao sexo feminino. Enquanto que na década de 60 apenas 13% dos trabalhadores são mulheres, 10 anos depois, o valor ascende a 19%..
- Beneficiação do parque habitacional, os emigrantes quando regressavam aplicavam as suas poupanças em terras, lançavam obras, reanimando as economias locais entretanto adormecidas pelo despovoamento verificado.
- Promoção do nível cultural (divulgação da cultura portuguesa além fronteiras);
- Com a emigração das camadas mais jovens, acentua-se o envelhecimento da população; Como resultado da emigração verificou-se uma variação na população entre 1960 e 1970. Assim, houve um decréscimo nas faixas etárias entre os 20 e os 35 anos, bem como entre os 0 e os 4 anos, pois a taxa de natalidade em função do movimento migratório também diminuiu.

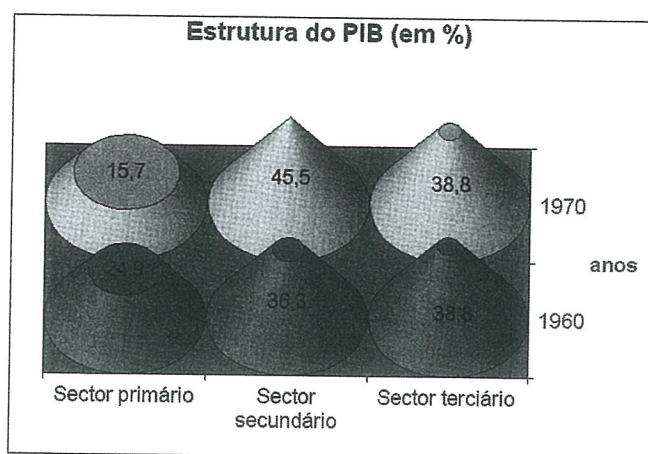


Durante o período compreendido entre 1961 e 1970, o crescimento efectivo foi negativo, isto é a população absoluta diminui devido à emigração. O crescimento efectivo na década seguinte teve um comportamento distinto ao da anterior década devido ao regresso de emigrantes e de população das ex-colónias.

Também em termos de produto interno bruto, verificou-se que o sector primário sofreu um substancial decréscimo, revelando a degradação das actividades primárias, nomeadamente agrárias e piscatórias. De referir que foi a partir da década de 60 até à década de 70 que a emigração teve o seu auge e que a maioria da mão-de-obra pertencente ao sector primário (mão de obra não especializada) se deslocou para o estrangeiro.



Estrutura do PIB - (1960-1970)



Fonte: INE

Tavira Anos 60/70

Tavira durante este período de tempo era um concelho bastante populoso, em 1960 de acordo com os censos, tinha 27998 habitantes e em 1970 passou para 22900. A população do concelho dedicava-se essencialmente à agricultura e à pesca. A década de 60 foi o despertar da região para o turismo, foi inaugurado o Aeroporto de Faro, em 1965 e em 1968 começa-se a construir a primeira unidade hoteleira (Pedras D'el Rei), a qual abre as portas ao público em 1973. Os habitantes da serra encontrando-se em terras pobres devido a uma má gestão dos recursos naturais, partem para o litoral à procura de emprego cuja remuneração é mais elevada, nomeadamente no turismo e na agricultura, ou então partem para o estrangeiro. A situação económica, social e política que se vivia neste período, aliada a um desenvolvimento agrícola muito desfavorável foram motivos para que muitos tivessem optado por procurar melhores condições de vida no estrangeiro, em especial para França. Perpignan, era uma região cujas características em termos de actividades económicas eram bastante semelhantes às de Tavira, ainda que mais desenvolvidas. Com uma actividade agrícola bastante acentuada, os Portugueses que para aí se deslocaram encontraram trabalho melhor remunerado e que ia de encontro às actividades desenvolvidas no seu país de origem, o que acabava por facilitar a integração no meio laboral.

Hoje em dia, a realidade de Tavira é bem diferente e de país emissor de recursos humanos passou a ser essencialmente um destino receptor. O desenvolvimento económico verificado nesta última década permitiu criar postos de trabalho que atraíram recursos humanos oriundos de diversos países da Europa de Leste e América latina (Brasil).

Cristina Neto
Chefe da divisão
da Cultura e Turismo
de Tavira

anuario de investigaciones

DE LOS MIEMBROS DE LA
ASOCIACIÓN DE PROFESORES
DE GEOGRAFÍA E HISTORIA
DE BACHILLERATO DE ANDALUCÍA

HESPÉRIDES

Volumen XVI

2008

*Congreso de Cartaya
(Cartaya-Tavira)*

HESPÉRIDES

DALÍAS (ALMERÍA)

2008

JUNTA DIRECTIVA DE "HESPÉRIDES"

Presidente de Honor: Antonio Herrera García
Presidente: Carlos Villoria Prieto
Secretario: Pedro Martínez Gómez
Tesorero: Alfonso Fornieles Ten

DELEGADOS PROVINCIALES

Almería: Valeriano Sánchez Ramos
Cádiz: Inmaculada Gavira Vallejo
Córdoba: Rafael Jiménez Álvarez
Granada: Julia Abad de Val
Huelva: José Román Delgado
Jaén: Cristóbal Casado Álvarez
Málaga: M. Dolores Posac Jiménez
Sevilla: Miguel Ángel Núñez Beltrán

La dirección actual de la Asociación Hespérides es:

HESPÉRIDES
I.E.S. "Ciudad de Dalías"
Avda. de Las Alpujarras, 254
04750 DALÍAS (Almería)

Nuestra dirección electrónica:

hesperides@hesperidesandalucia.es

Nuestra página Web es:

www.hesperidesandalucia.es

La edición del presente volumen ha estado al cuidado de
MIGUEL ÁNGEL NÚÑEZ BELTRÁN
y ANTONIO HERRERA GARCÍA

© Asociación de Profesores de Geografía e Historia de Bachillerato de Andalucía

HESPÉRIDES

Edita: HESPÉRIDES

Imprime: Línea Offset S. L.

I.S.S.N.: 1576-8600

Depósito Legal: CA-99/2009

Impreso en España

EL TURISMO EN EL ALGARBE (Portugal) (Conferencia en Tavira. Portugal)

Cristina Neto
Técnica de Turismo
Cámara Municipal. TAV

El Algarve es una región con 4.995,2 km². El turismo es la principal actividad. El desarrollo empezó en la década de 60 con la apertura del Aeropuerto de Faro. A partir de ahí, han empezado a aparecer algunos hoteles, en especial en la zona de Barlovento.

Su principal producto es el sol y mar, siendo que el golfe tiene también mucha importancia (existen 22 campos de golf). El MICE (Meeting, Incentives, Congresos and Events) tiene ganado importancia en los últimos años, tal como la salud y bien estar.

El Algarve tiene una localización y muy bueno tiempo todo el año, lo que hace ser un importante destino turístico. Los principales mercados son lo portugués, inglés, alemán, español, irlandés y holandés. Siendo que el portugués y lo español son los que menos tiempo se quedan de vacaciones.

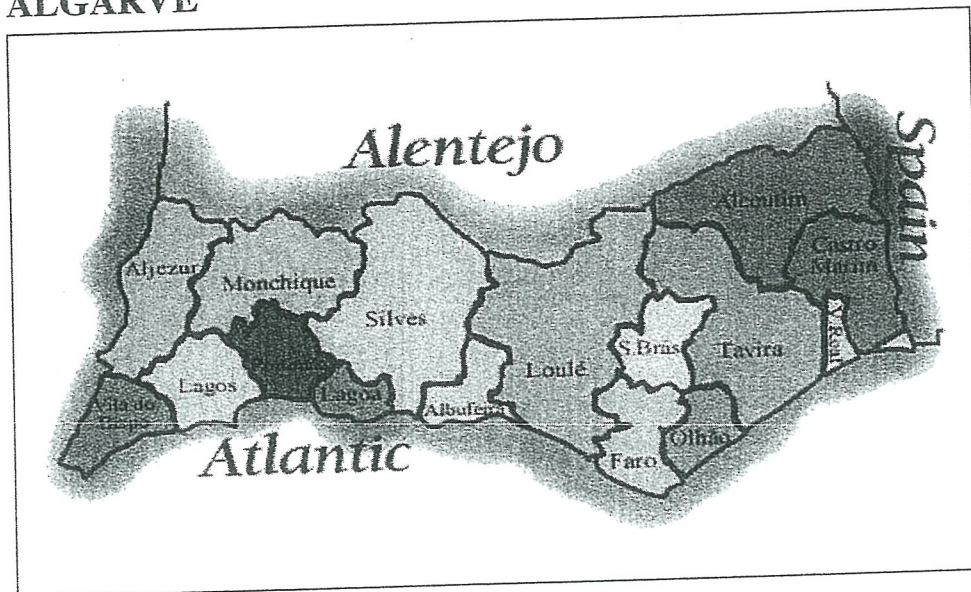
La sazonalidad es una realidad de esta región, como se podrá ver en los gráficos presentados.

En Tavira la realidad turística (mercados y dormidas) es muy semejante al del Algarve.

El desarrollo turístico en Tavira ha sido un poco más tardío. En los últimos años tiene habido preocupación en la recuperación de patrimonio histórico, iglesias, palacios, conventos y otros edificios. El surgimiento de nuevos hoteles de calidad, la recuperación de edificios, algunos transformados en alojamiento, otros en centros culturales, tiene traído hasta Tavira mucho turismo. El turista que busca Tavira para vacaciones, pueden usufruir del sol y mar, de patrimonio arquitectónico, buena gastronomía, paisajes naturales y de mucha actividad cultural, en especial en el verano.

La presentación (30 slides) tiene informaciones mas objetivas sobre el Algarve y Tavira.

ALGARVE



Caracterização do Algarve

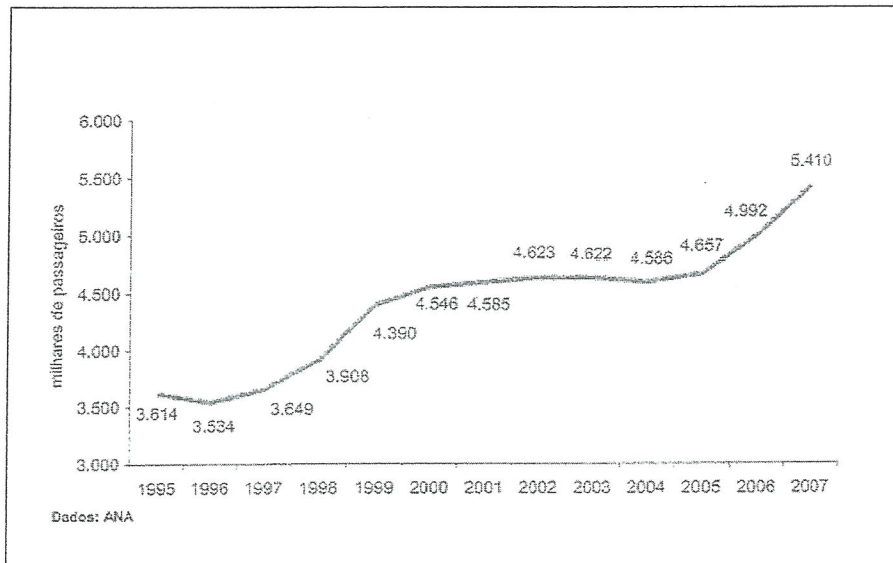
- Área Total (km²)- 4.995,2
- Concelhos - 16
- Densidade Populacional (hab/km²) - 79,9
- População Residente- 395,218
- Capacidade de Alojamento Hotelaria -86.751
- Dormidas em Estabelecimentos Hoteleiros -13.900.192
- Sociedades do Sector Primário (%) - 3,4
- Sociedades do Sector Secundário (%) - 21,3
- Sociedades do Sector Terciário (%) - 75,3

Turismo e Hotelaria

Evolução

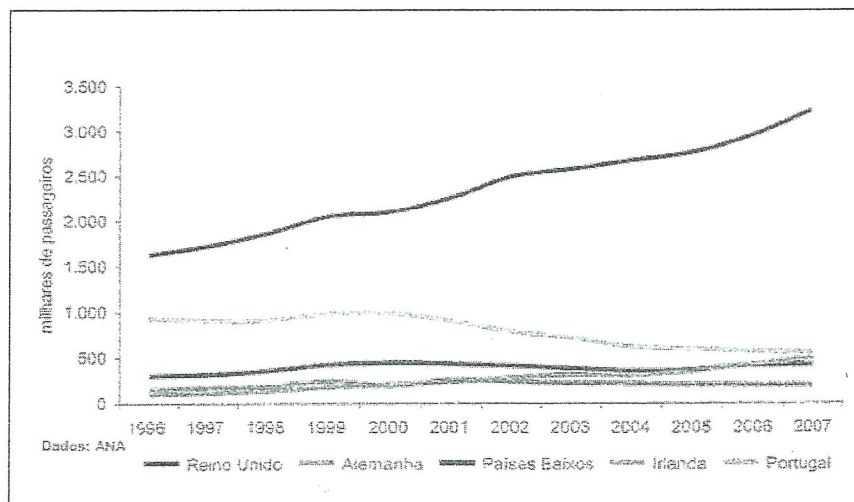
- 1801 - “1.º Turista inglês” - Robert Southey
- 1.ºs empreendimentos (Localização):
- 1918 -Grande Hotel de Faro
- 1932 -Grande Hotel do Guadiana (V.R.S.A) e Grande Hotel da Rocha (Portimão)
- 1936- Hotel Bela Vista (Portimão)
- 1944 - Pousada de S. Brás de Alportel
- 1960 - Hotel Vasco da Gama (Monte Gordo)
- 1960 - Pousada do Infante (Sagres)
- 1964 - Hotel das Caravelas (V.R.S.A.)
- 1966 - Hotel Eva e Hotel Santa Maria (Faro)
- 1967 - Hotel Algarve (5*) (Portimão)

- Inauguração do Aeroporto de Faro (1965)
- 1.º campo de Golfe - Penina (1966) - Portimão
- Marina de Vilamoura - 1974



Evolução anual de movimento de passageiros

Fonte: AHETA

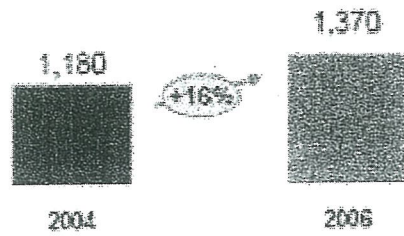


Evolução anual de movimento de passageiros por origem

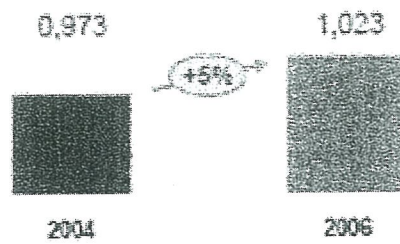
Fonte: AHETA

Voos para o Algarve (milhões de passageiros)

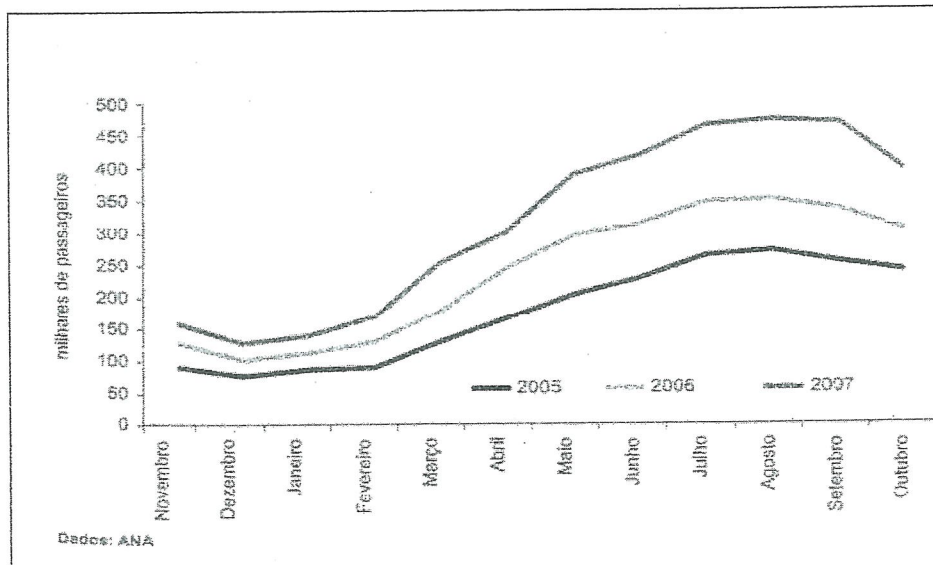
Low-cost



Clássicos

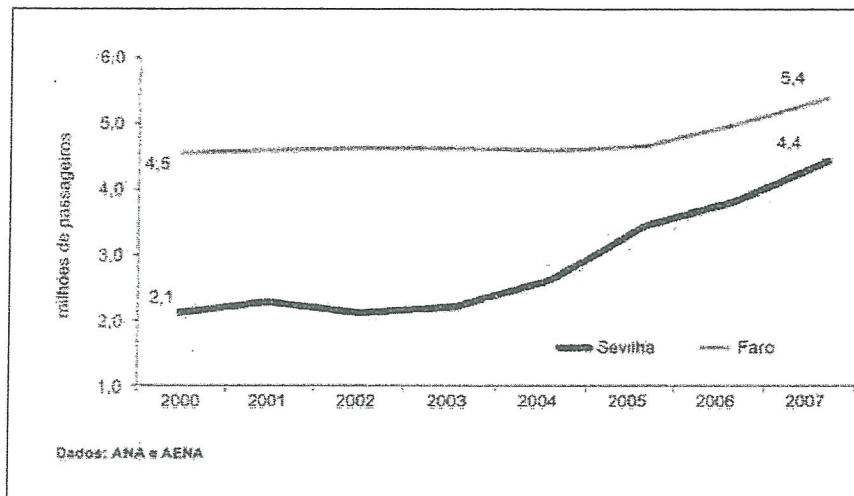


Evolução dos Voos

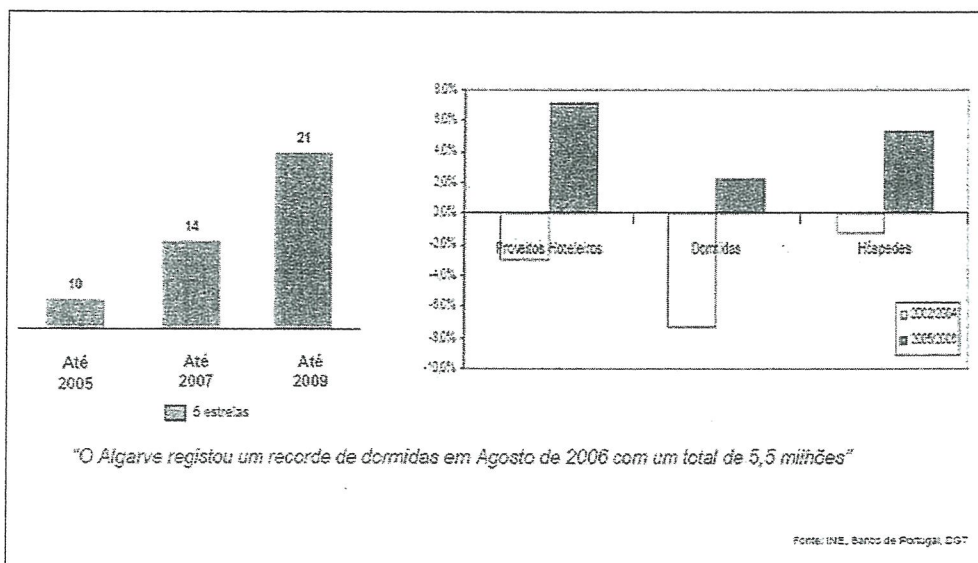


Evolução anual de movimento de passageiros Low costs

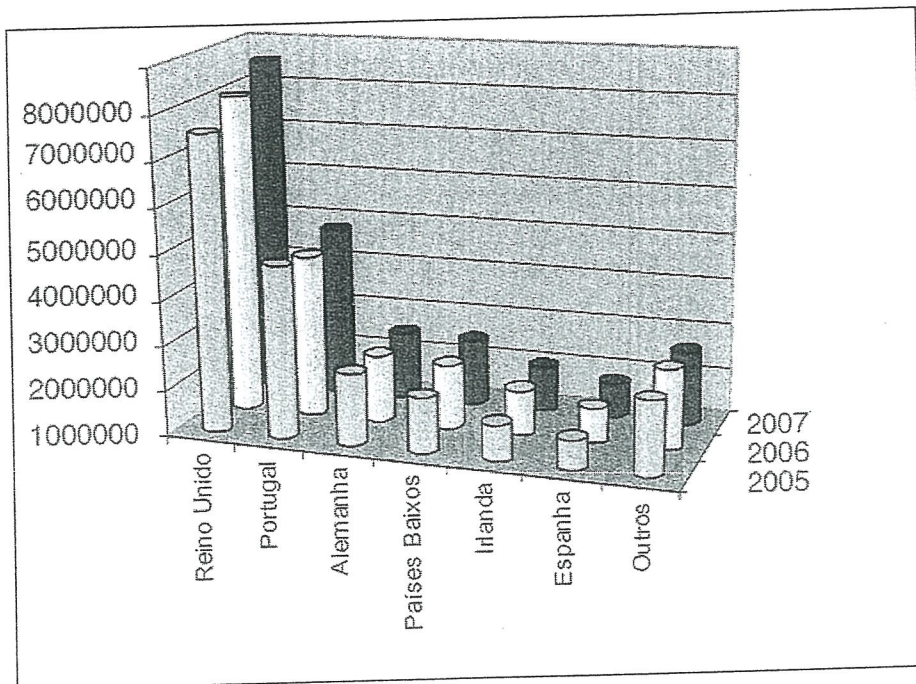
Fonte: AHETA



Movimento de passageiro (comparação Aeroportos Faro e Sevilha)
 Fonte: AHETA

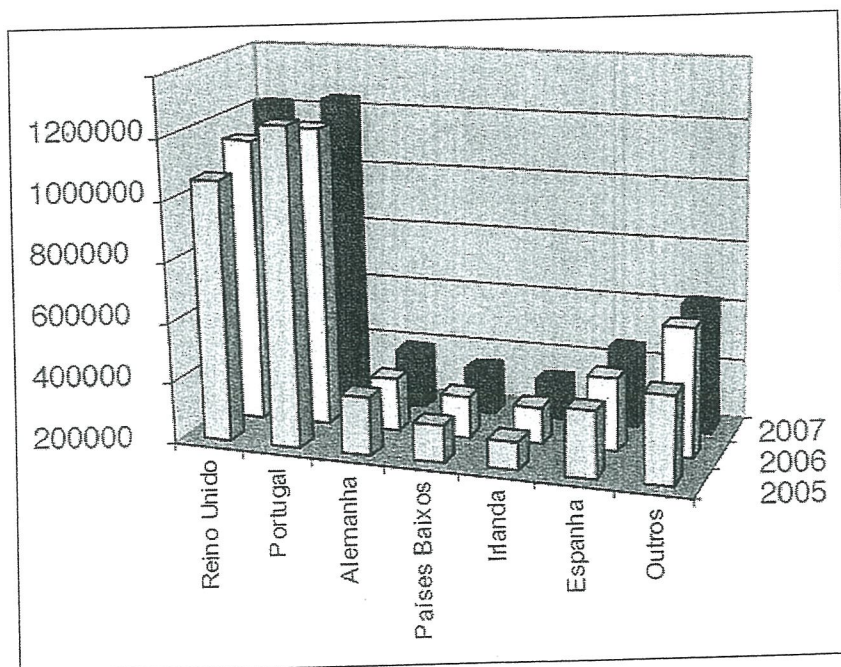


Evolução /previsão hotéis



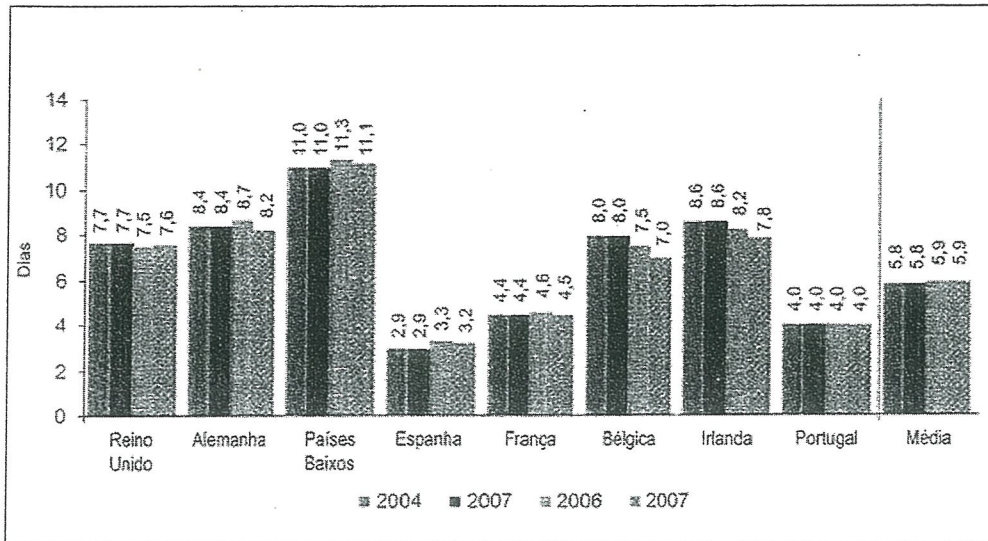
Evolução das Dormidas(2005-2007)

Fonte: AHETA



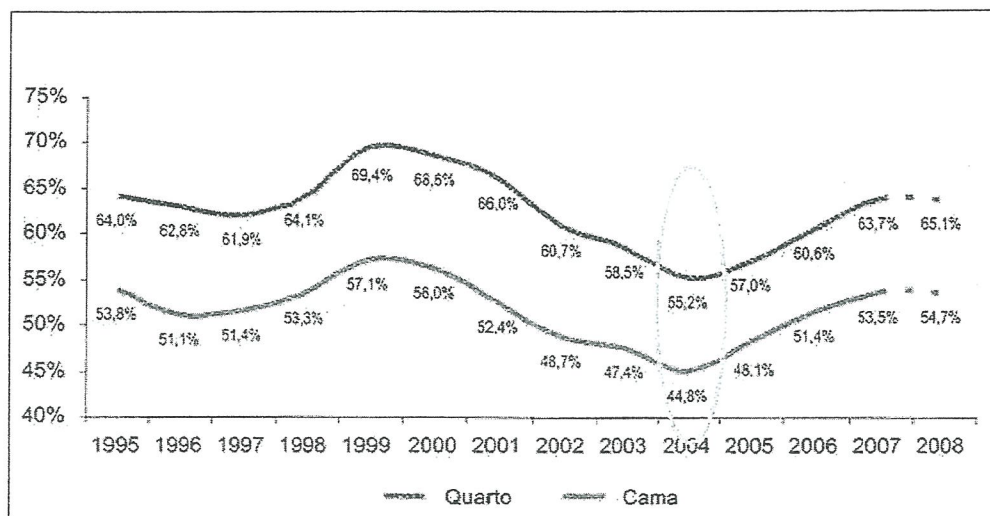
Evolução do n.º de Hospedes (2005-2007)

Fonte: AHETA



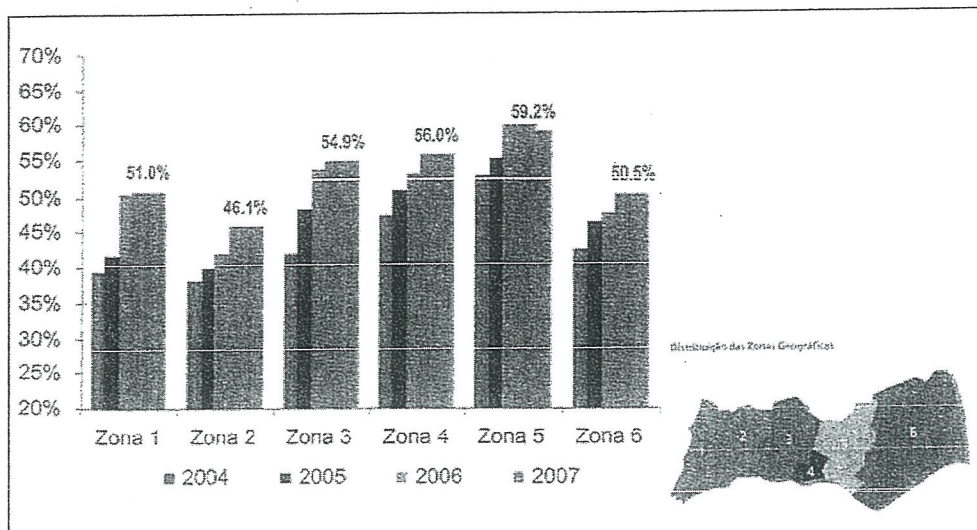
Duração da Estadia média por nacionalidade

Fonte: AHETA



Taxa de ocupação

Fonte: AHETA



Ocupação por zona geográfica

Zona 1- Lagos, Vila do Bispo e Aljezur

Zona 2 - Portimão e Monchique

Zona 3 - Lagoa e Silves Zona

Zona 4 - Albufeira

Zona 5 - Loulé

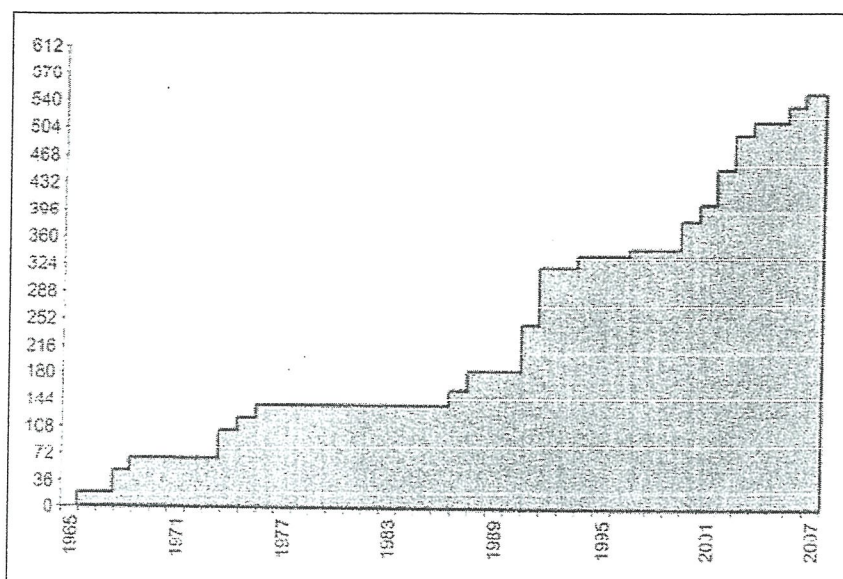
Zona 6 - Faro, S. Brás Alportel, Olhão, Tavira, V.R.S. António, Castro Marim e Alcoutim

Fonte: AHETA

Produtos Turísticos Âncora

- Sol e Mar
- Golfe
- Negócios
- Turismo Náutico
- Saúde e bem-estar
- Turismo Residencial
- Gastronomia e vinhos

Fonte: Ministério da Economia e Inovação: 2007



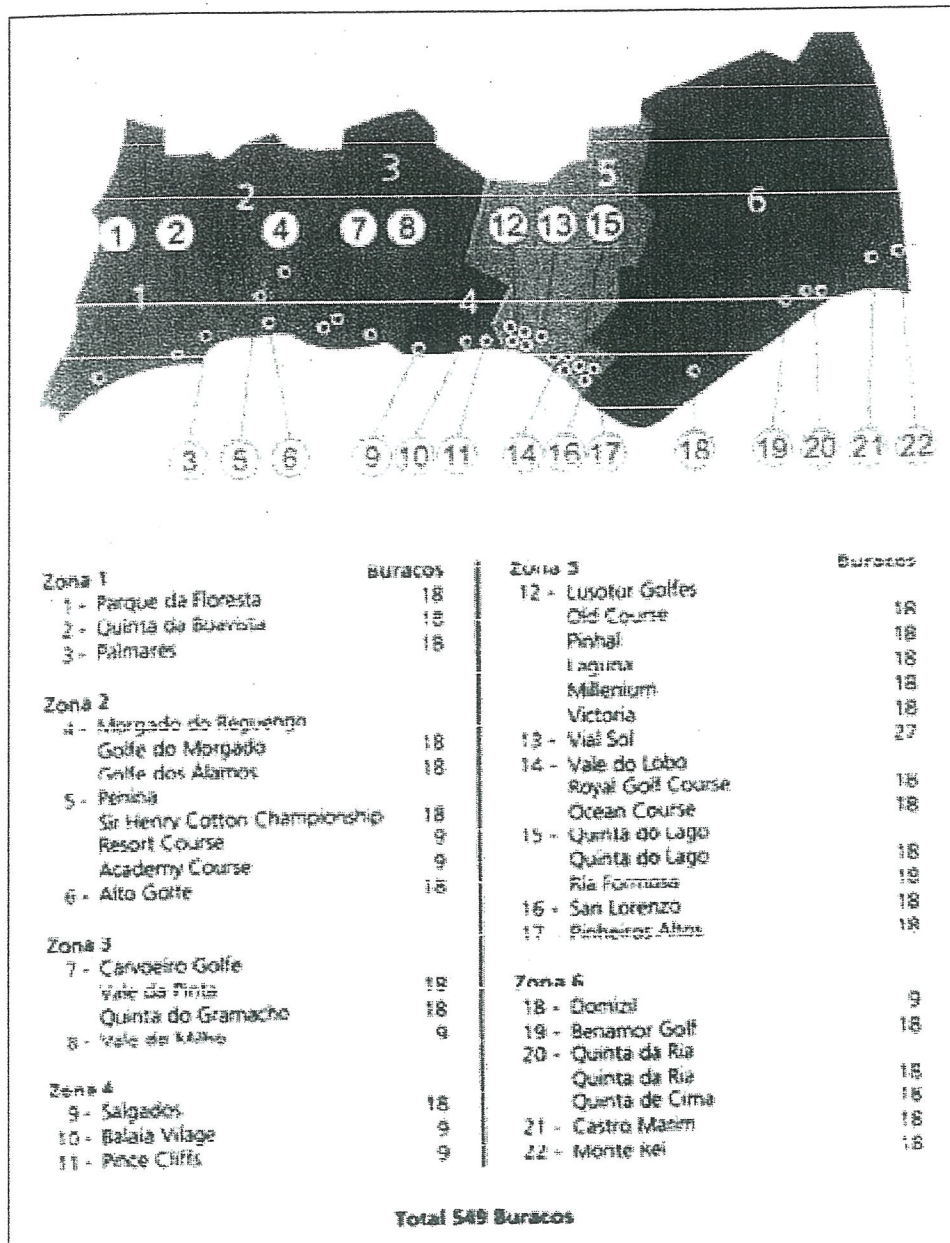
Evolução do n.º de buracos de golfe

Fonte: AHETA

Tavira - Caracterização

- Área Total (km²)-611
- Freguesias - 9
- Densidade Populacional (hab/km²) - 41
- População Residente - 24.997 (Censos 2001)
- Sociedades do Sector Primário (%) - 6,3
- Sociedades do Sector Secundário (%) - 27,8
- Sociedades do Sector Terciário (%) - 65,9%
- Capacidade Hoteleira (Camas) - 6984
- Parque Natural da Ria Formosa
- 18 Km de praia de areia
- Litoral, Barrocal e Serra
- Vasto Património Religioso
- Achados Arqueológicos
- Programação cultural diversificada

Fonte: AMAL e CMT



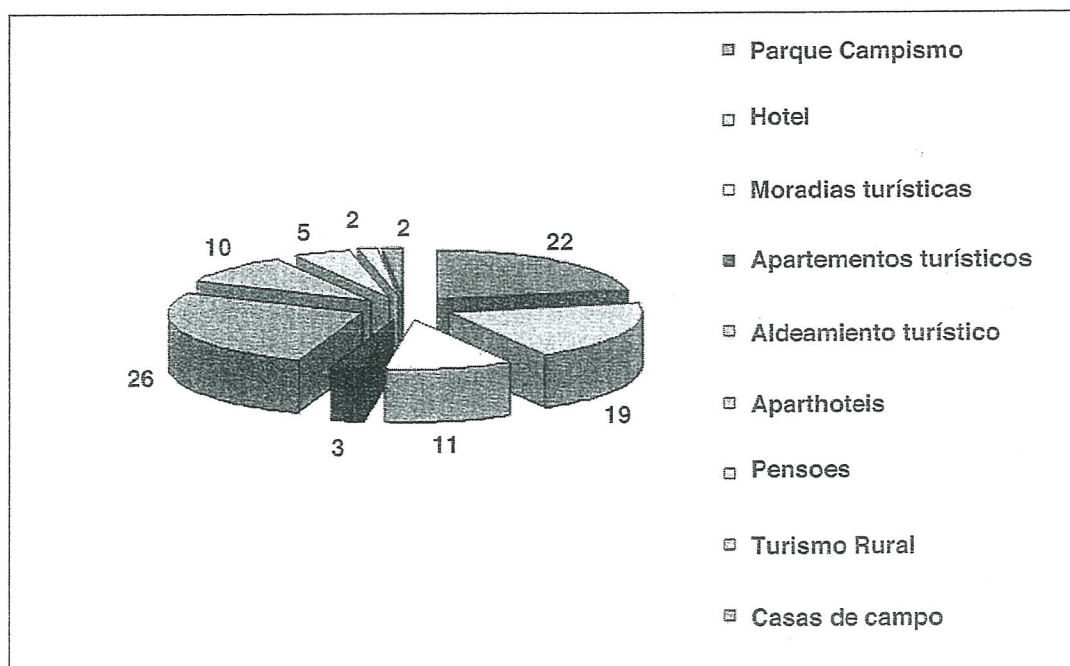
Fonte: AHETA

Breve história da evolução hoteleira em Tavira

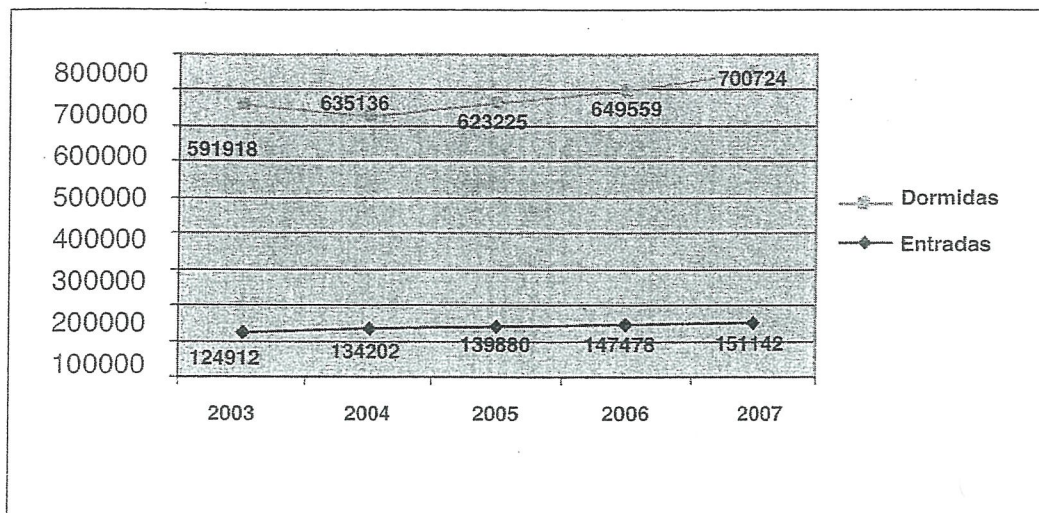
Pedras d'el Rei (1967/68):	39,66% das camas
Eurotel (1970):	
Pedras da Rainha (1973):	

Evolução hoteleira - Tavira

Vila Galé Albacora (2000) - Hotel 4 *	22,90% das Camas
Casa Camaleon (2001) - Turismo Rural	
Vila Galé Tavira (2002) - Hotel 4 *	
Hotel Porta Nova (2002) - Hotel 4 *	
Monte da Eira (2003) - Aparthotel 4*	
Cabanas Park Resort (2004) - Aparthotel 4*	
Casa Vale D'el Rei (2005) - Turismo Rural	
Herdade da Corte (2005) - Turismo Rural	
Vila Campina (2005) - Hospedaria	
Pousada do Convento da Graça (2006)	
Quinta do Marco (2006) - Hotel Rural	
Casa Viana (2006) - Casa de Hospedes	
Forte de S. João da Barra (2007) - Turismo Rura	
Quinta dos Gaios (2007) -Casa de Hospedes	

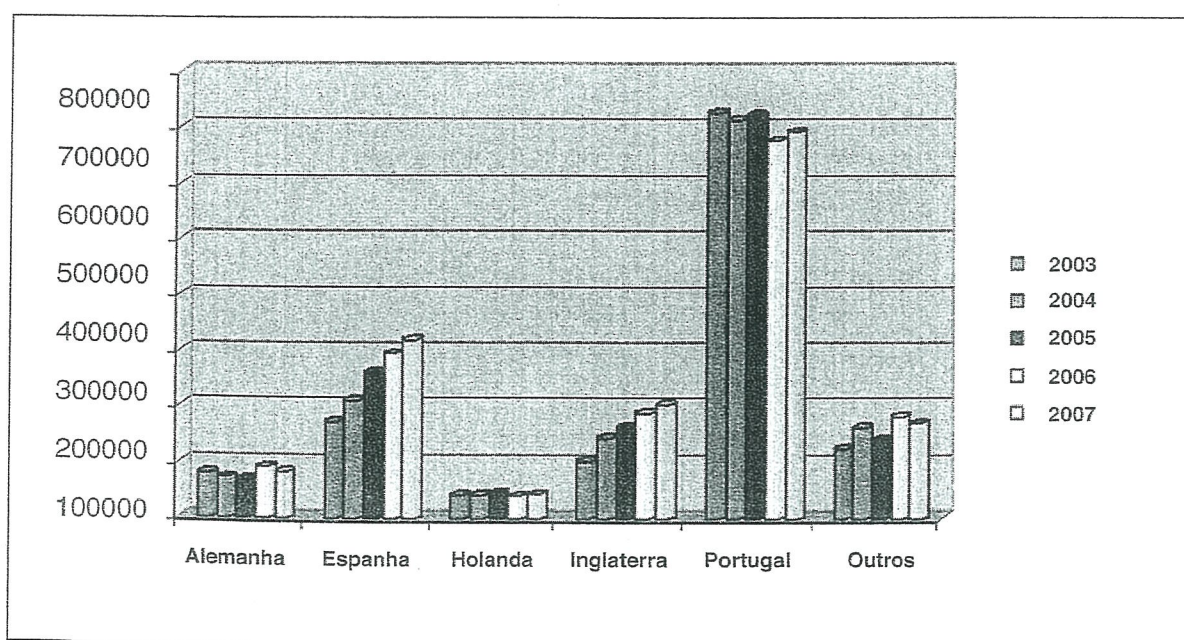


Casas de Campo, Particulares, de hóspedes e Turismo de Habitação



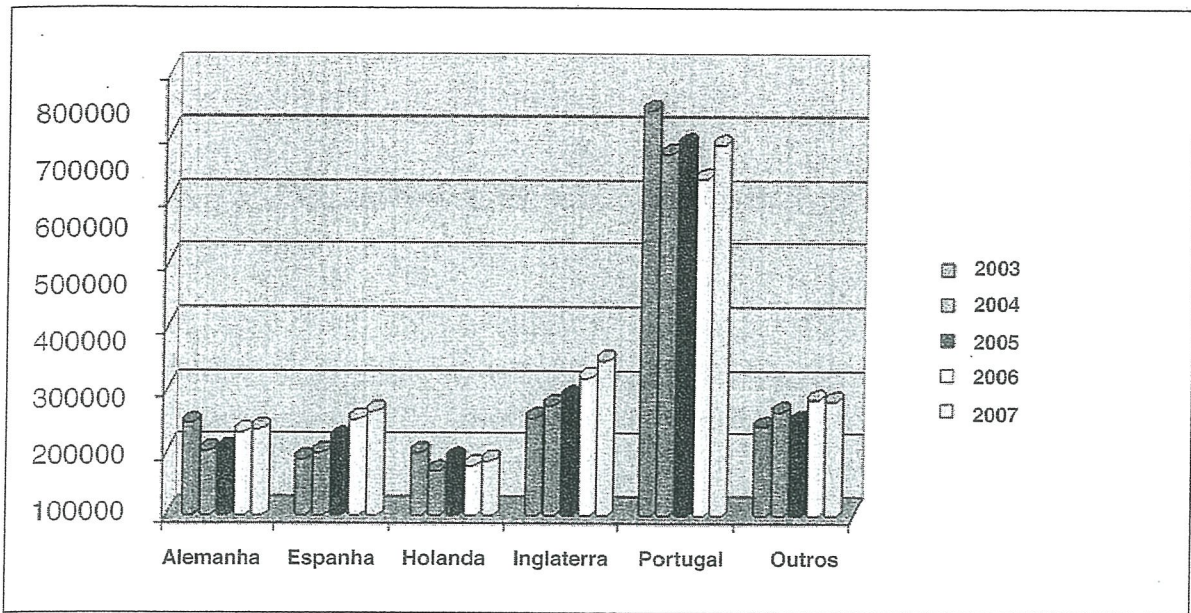
Evolução das entradas e dormidas totais (2003-2007)

Fonte: Informações fornecidas por 8 unidades hoteleiras

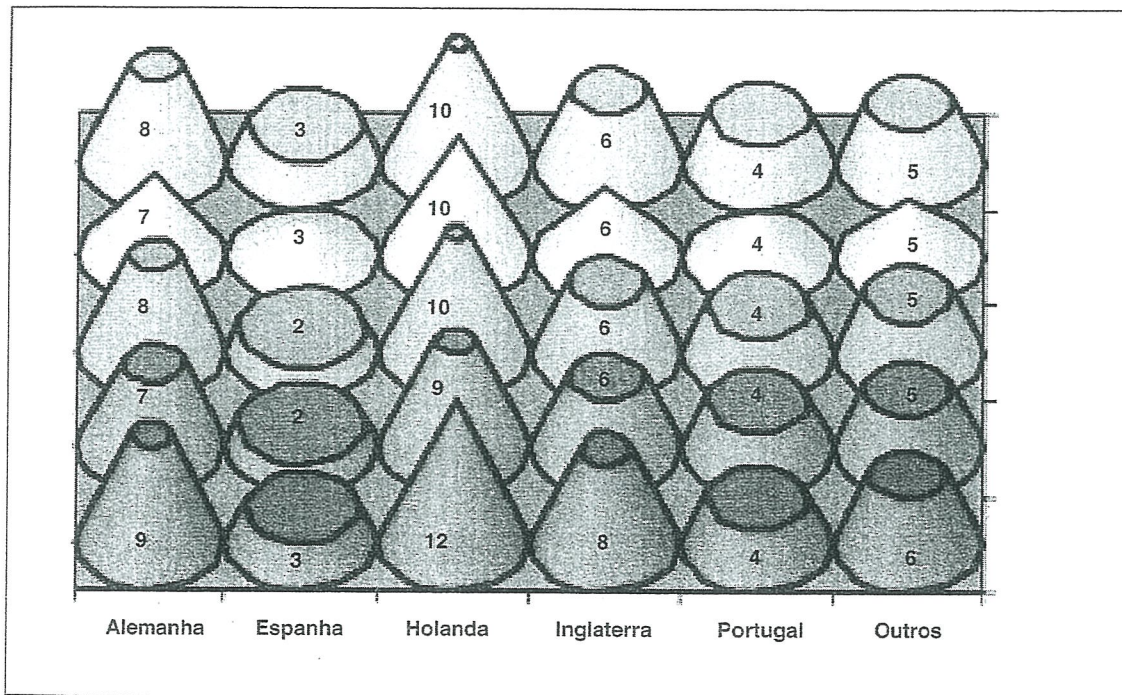


Evolução das entradas por mercados principais (2003-2007)

Fonte: Informações fornecidas por 8 unidades hoteleiras



Evolução das dormidas por mercados principais (2003-2007)



Evolução da estada média por nacionalidades (2003-2007)

Fonte: Cálculos realizados com base nas informações fornecidas por 8 unidades hoteleiras

Perfil do Turista			
Origem:	55,8% portugueses	44,2% estrangeiros	
Educação:	72,8% (Ensino superior/pós-graduação)		
Idade média:	41,3 anos		
Tipo de férias:	72,0% Sol e praia	47,3% Turismo cultural	
Atracções mais visitadas:	Restaurantes e cafés (80,4%)	Igrejas (79,3%)	Monumentos (76,1%)
Imagem de Tavira:	bonita, quente, amigável, sol e bela	95,7% - dos turistas pretendem recomendar a cidade	

Fonte: Inquérito realizado pela Universidade do Algarve - Escola Superior de Gestão Hotelaria e Turismo, no âmbito da FCNC