



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal

Relatório de estágio apresentado à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Turismo**,
especialização em **Administração e Gestão do
Turismo**

Pedro Miguel Martins Libano

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

JUNHO 2023



CATÓLICA

FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal

Local de Estágio: Associação de Turismo do Porto
e Norte de Portugal

Relatório de estágio apresentado à
Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de mestre em **Turismo**,
especialização em **Administração e Gestão do
Turismo**

Pedro Miguel Martins Libano

Sob a Orientação da Prof.^a Doutora **Carla Pinto
Rebelo**

Agradecimento

Ao terminar este relatório de estágio, termina também uma fase muito importante na minha vida que permitiu um crescimento a nível pessoal e profissional. Durante a elaboração do mesmo contei com a ajuda e o apoio de algumas pessoas sem as quais não teria sido possível acabar esta etapa.

Em primeiro lugar, queria agradecer à minha orientadora, Carla Pinto Rebelo, por toda a paciência, disponibilidade, conhecimentos e a todos os professores que contribuíram para a minha formação académica durante todo o mestrado.

Agradeço também ao Tiago Martins, o meu orientador na Associação de Turismo do Porto e Norte, que me recebeu e acolheu da melhor forma, por todo o apoio e todos os conhecimentos e sabedorias que partilhou comigo.

Agradeço igualmente à ATPNP por me proporcionar este estágio e aos restantes colaboradores da ATPNP que conviveram comigo. Obrigado pelo acolhimento e todo o apoio. Senti-me como parte da família da Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal e em momento algum me senti a mais.

Aproveito ainda para agradecer aos meus amigos e colegas de curso, por todos os momentos que melhoraram ainda mais esta experiência, por toda a ajuda que sempre me deram e pelo conhecimento que trocamos.

Por último, agradeço a toda a minha família, em especial aos meus pais e à minha irmã, por todo o apoio, conselhos e amor que sempre me deram ao longo do mestrado e de toda a minha vida.

Para todos, o mais honesto obrigado por tudo.

Resumo

O presente relatório foi redigido no seguimento do estágio curricular que decorreu, de 24 de outubro de 2022 a 17 de janeiro de 2023, na Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal, no âmbito do curso de Mestrado em Turismo, ramo Administração e Gestão do Turismo da Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais, da Universidade Católica Portuguesa. Centro Regional de Braga.

O principal objetivo do relatório é descrever as atividades desenvolvidas ao longo do estágio. No entanto o relatório aborda também os conceitos centrais do turismo e analisar a temática da gestão e promoção dos destinos, com foco no papel dos diferentes atores na promoção de Portugal enquanto destino turístico, e em particular, no papel da Associação de Turismo Porto e Norte de Portugal, local onde decorreu o estágio.

Após uma introdução, o relatório está dividido em cinco secções: na primeira apresentam-se os conceitos centrais de Turismo e de Gestão no Turismo, com vista a enquadrar o significado de Turismo e a importância de uma gestão eficaz de um destino turístico. Na segunda secção é feita uma abordagem aos impactos económicos do Turismo em Portugal e na Região Norte de Portugal. A terceira secção apresenta uma caracterização geral da instituição de acolhimento e, a quarta secção é dedicada às atividades desempenhadas ao longo do estágio de maior relevância. Por último, na secção quinta são apresentadas as considerações finais sobre o estágio e é feita uma reflexão sobre toda a experiência.

Palavras-chave: Associação de Turismo, Portugal, Gestão de Destinos, Região Norte, Turismo, crescimento.

Abstract

This report was written following the curricular internship that took place, from October 24, 2022 to January 17, 2023, at the Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal, within the scope of the Master's in Tourism, Administration and Management branch of Tourism at the Faculty of Philosophy and Social Sciences of the Catholic University of Portugal. Braga Regional Centre.

The main objective of the report is to describe the activities developed during the internship. However, the report also addresses the central concepts of tourism and analyzes the theme of management and promotion of destinations, focusing on the role of different actors in promoting Portugal as a tourist destination, and in particular, on the role of the Associação de Turismo Porto e Norte from Portugal, where the internship took place.

After an introduction, the report is divided into five sections: the first presents the central concepts of Tourism and Management in Tourism, with a view to framing the meaning of Tourism and the importance of effective management of a tourist destination. In the second section, an approach is made to the economic impacts of Tourism in Portugal and in the Northern Region of Portugal. The third section presents a general characterization of the host institution, and the fourth section is dedicated to the most relevant activities carried out during the internship. Finally, in the fifth section, the final considerations about the internship are presented and a reflection is made on the whole experience.

Keywords: Tourism Association, Portugal, Destinations Management, Northern Region, Tourism, growth.

Índice

I – Introdução	1
2.1 Conceitos centrais do Turismo	3
2.2. Importância do Turismo nos destinos	5
2.3 Importância da Gestão de Destinos Turísticos	5
III – O Turismo em Portugal e na Região Norte	8
3.1 Turismo em Portugal: Principais dados	8
3.2 Turismo na Região Norte	9
3.3 Gestão do Turismo em Portugal	13
IV - Caracterização geral da instituição de Instituição	18
4.1 História e enquadramento geográfico	18
4.2 Funcionamento da instituição de Estágio	22
4.3. Objetivos, missão, visão e valores	22
4.4 Estrutura organizativa da ATPNP	23
4.5 Associados / Parceiros da ATPNP	28
V – Atividades realizadas durante o estágio	36
5.1 Atividades desenvolvidas durante o Estágio	36
5.1.1. Atualização e desenvolvimento do Portal Portocvb	37
5.1.2. Elaboração de um manual de utilização do Portal Portocvb	40
5.1.3 Atualização e criação de novas empresas no CRM	40
5.1.4 Arquivação e Organização de capas com protocolos e contratos	43
5.1.5 Construção de tabelas Excel para execução judicial	43
5.1.6 Elaboração de documentos para admissão de novos associados por parte da direção. Relatório de Novos Associados	44
5.1.7 Atualização de tabelas Excel	44
5.1.8 Digitalização de Contratos	45
5.1.9 Organização de Eleições	45
5.1.10. Participação em reuniões	49
VI - Considerações Finais	53
Referencias	56
Anexo	59

Índice de Ilustrações

Figura 1: Gestão de Destinos Turísticos segundo o UNWTO	6
Figura 2: Regiões Turísticas em Portugal.....	17
Figura 3: Mapa da Região Norte	20
Figura 4: Organograma.....	28
Figura 5: Perfil Restaurante come na 2	38
Figura 6: Perfil Restaurante Come na 2.....	38
Figura 7: Perfil do Palácio da bolsa	39
Figura 8: Perfil Palácio da Bolsa	39
Figura 9: Base de dados CRM	41
Figura 10: Base de dados CRM	42
Figura 11: Base de dados CRM	42
Figura 12: Boletim de votos da Reunião de Classes.....	47
Figura 13: Boletim de voto dos Órgãos Sociais.....	49

Tabelas

Tabela 1: Comparação do número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, em 2019 e 2022, em Portugal e na Região Norte.	10
Tabela 2: Comparação do número de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, em 2019 e 2022, em Portugal e na Região Norte.	11
Tabela 3: Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico, em 2022 e 2019, em Portugal e na Região Norte.	11
Tabela 4: Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico, em Portugal e na Região Norte, em 2019 e 2022, em milhões.	12
Tabela 5: Percentagem de quotas de viagem e dormida dos residentes em Portugal, em 2021, por NUTS II.	12
Tabela 6: Hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, na Região Norte, por países de residência.	13

Lista de abreviaturas

ATPNP - Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal

DAF – Departamento Associativo Financeira

TAF – Técnico Administrativo Financeiro

GA – Gabinete do Associado

I – Introdução

O presente relatório, elaborado no âmbito do Mestrado em Administração e Gestão do Turismo da Universidade Católica Portuguesa, tem com objetivos principais descrever as atividades desenvolvidas ao longo do estágio, como também contextualizar e analisar a temática da gestão e promoção dos destinos, com foco no papel dos diferentes atores na promoção de Portugal enquanto destino turístico, e em particular, no papel da Associação de Turismo Porto e Norte de Portugal, local onde decorreu o estágio.

O estágio curricular realizou-se no Gabinete de Apoio ao Associado, da Associação de Turismo Porto e Norte de Portugal, entre 24 de outubro de 2022 a 17 de janeiro de 2023, correspondendo a 450 horas de trabalho.

A opção pela realização de um estágio, em detrimento de elaboração de uma dissertação de mestrado prendeu-se, essencialmente, com o facto de se ter valorizado o contacto com o mercado de trabalho nas diversas áreas de formação do curso. Além disso, a vontade de iniciar o meu percurso profissional na área do Turismo, num contexto de aprendizagem prático, foi igualmente importante na ponderação da escolha do estágio e da instituição.

Procurei, assim, aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo do curso a situações específicas; desenvolver competências profissionais e competências comportamentais transversais, tais como disciplina, trabalho em equipa e relacionamento interpessoal, o que se traduziu em três benefícios essenciais:

- Ganho de competências para a gestão dos destinos turísticos
- Ganho de competências comportamentais transversais
- Ganho de experiência profissional

Ao longo do estágio foram acompanhadas e desenvolvidas atividades relacionadas com os Departamentos do Associado e da Promoção Externa, tendo sido a observação participante um método utilizado com frequência. Ou seja, durante o estágio não fui apenas mero observador, uma vez que em vários momentos, interagi com os meus colegas e associados. Contudo, na fase inicial do estágio, adotei um método de observação direta, sem intervir de forma ativa, sendo que à medida que ia entendendo a dinâmica dos trabalhos e as relações se iam desenvolvendo, fui participando diretamente nas atividades.

Tal como explica Fachin, “o objetivo da observação naturalmente pressupõe poder captar com precisão os aspetos essenciais e acidentais de um fenómeno do contexto empírico.” (FACHIN, 2009, p.37).

No que diz respeito à estrutura do relatório, este encontra-se dividido em cinco partes. A parte I apresenta uma introdução ao Relatório de Estágio; A parte II – Enquadramento teórico - diz respeito aos aspetos teóricos relacionados com o tema principal deste trabalho o Turismo, a gestão e a promoção do mesmo. Na parte III apresentam-se alguns indicadores nacionais e regionais relativos ao Turismo. Na parte IV – Caracterização geral da Entidade de Acolhimento é feita a apresentação da empresa, caracterizando-a e explicando o seu funcionamento. Na parte V – Descrição e análise das atividades desenvolvidas são apresentadas e desenvolvidas todas as atividades realizadas durante o estágio. Por último, são apresentadas as considerações finais sobre o estágio e é feita uma reflexão sobre toda a experiência.

II – Enquadramento teórico

Nesta secção, depois de abordar os conceitos centrais e a origem do Turismo, é feito um enquadramento sobre o Turismo em Portugal e analisada importância da Gestão de Destinos Turísticos. O objetivo é contextualizar a temática do estágio.

2.1 Conceitos centrais do Turismo

A história do turismo, além de extensa, é muito variada. Ao longo da história, houve vários autores que procuraram explicar as origens do turismo, tendo em conta diferentes pontos de vista e interpretações das suas origens.

Um dos autores que mais recua no tempo é Amaral Júnior, que afirma que “Ainda na época a.C., há 5000 anos, os egípcios organizaram e conduziram as primeiras cruzadas. Provavelmente, a primeira viagem com propósitos de paz e turismo tenha sido feita pela Rainha Hatshepsut indo para as terras de Punt, ao norte da África, em 1480 a.C.” (AMARAL JUNIOR, 2008, p. 34). O autor acrescenta que as pirâmides construídas puderam ter sido as primeiras atrações turísticas, referindo que: “Em 2700 a.C., o povo do Egito ergue as primeiras pirâmides (Djoser, Esfinge, três de Gisé e as de Abusir), as quais atraíam pessoas por razões de curiosidade, religião ou simples diversão. Se estes são os primeiros registos motivadores de viagens na história, como segundo, obtêm-se dos deslocamentos visando à aquisição de lembranças para presentear amigos e familiares. O mensageiro do Faraó do Sudão, Harkhuf foi o pioneiro desta nova faceta das viagens. Os egípcios também se deslocavam, agora em 1800 a.C., por motivos de celebrações e festivais, sendo os mais populares da época, os de: Busastis, Busiris, Said e Heliopolis.” (AMARAL JUNIOR, 2008, p. 35).

Mais tarde, Boyer (2001) refere que a palavra turismo descende da palavra inglesa *tour*, que surgiu na era romântica, o que também já foi confirmada por outros autores, tais como Amaral Junior (2008). O movimento aparece intimamente conectado ao próprio sentido etimológico da palavra “tour” – viagem em circuito, deslocamento de ida e volta, dando a ideia de “movimento circular”, em linguagem figurada.” (Amaral Júnior, 2008, p.44).

Boyer defende que o turismo possui diversas definições e interpretações, explicando que, à medida em que os estudos a respeito da atividade avançaram, o conceito foi se tornado cada vez mais abrangente. Exemplifica com o aparecimento de

novos conceitos ligados ao turismo ao longo dos anos, referindo, por exemplo, a nova definição de turista, apresentada no comité de especialistas da Liga das Nações, em 1937: “Turista, é toda a pessoa que, viajando por prazer, se afasta durante mais de 24 horas e menos de um ano do seu local de residência habitual; os movimentos de menos de 24 horas sendo excursões.” (Boyer, 2001, p.9). Refere ainda que “Turismo junta todos os fenómenos resultantes de viagens e estadas temporárias de pessoas fora de casa quando essas viagens tendem a satisfazer, no lazer, uma necessidade cultural da civilização industrial.” (Boyer, 2001, p10).

Um importante contributo na definição dos conceitos centrais do turismo foi dado pela própria Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2008) que define o turismo com um fenómeno social, cultural e económico que envolve a deslocação de um indivíduo para um país ou lugar fora de seu local de residência para fins pessoais ou profissionais. Define ainda que, visitante é alguém que viaja para um destino fora de seu local de residência, por uma duração inferior a um ano, e para qualquer finalidade que não seja ser empregado no país ou local de visita. As viagens realizadas pelos visitantes qualificam-se como viagens turísticas e o turismo é a atividade do visitante. De acordo com a UNWTO, existem três formas de turismo: o *turismo doméstico*, “que compreende as atividades de um visitante residente dentro do país de referência”; o *turismo inbound*, “que compreende as atividades de um visitante não residente dentro do país de referência em uma viagem de turismo recetivo”; e ainda *turismo outbound*, “que compreende as atividades de um visitante residente fora do país de referência, seja no âmbito de uma viagem de turismo emissor ou como parte de uma viagem de turismo interno.” (UNWTO, 2008, P.15).

Com base nas definições apresentados acima, entende-se assim que o turismo envolve deslocação para um destino turístico, pelo que o turismo não existiria sem um destino e vice-versa.

No que respeita ao conceito de Destino Turístico, tal como refere a UNWTO (2019), este é um espaço físico com ou sem limites administrativos e/ou analíticos no qual um visitante pode pernoitar. “É o cluster de produtos e serviços, e de atividades e experiências ao longo da cadeia de valor do turismo e uma unidade básica de análise do turismo”. “Também é intangível com sua imagem e identidade, o que pode influenciar sua competitividade no mercado.” (UNWTO, 2019, P.14). A UNWTO (2019), define também que um produto turístico é o conjunto de recursos, sejam eles

naturais ou artificiais, serviços e atividades que em conjunto proporcionam aos turistas uma experiência.

Entendidos os principais conceitos de turismo, importa salientar a importância do Turismo para o desenvolvimento económico e social dos destinos.

2.2. Importância do Turismo nos destinos

Conforme amplamente reconhecido por diversos autores, decisores políticos e profissionais, o turismo pode desempenhar um papel significativo nos destinos em termos económicos, culturais e sociais.

Do ponto de vista económico, o turismo pode ser uma importante fonte de receita para a economia local, uma vez que a chegada de turistas representa gastos em alojamento, alimentação, transportes, compras e atividades turísticas. Isso, por sua vez, estimula o crescimento de negócios, o investimento e a criação de emprego.

Do ponto de vista cultural, o turismo pode representar não só um papel fundamental na preservação do património cultural dos destinos, como uma oportunidade para fomentar o intercâmbio cultural e o respeito pela diversidade cultural.

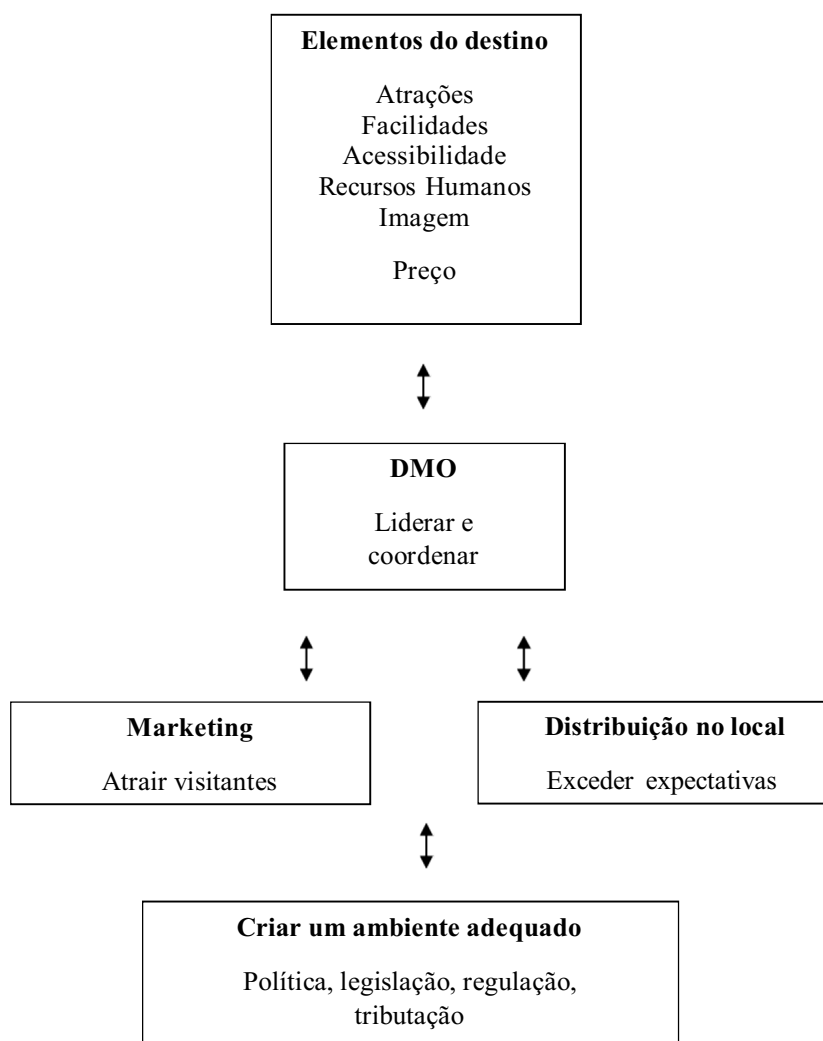
Compreende-se, assim, que do ponto de vista social, o turismo possa trazer melhorias na qualidade de vida das comunidades locais. As receitas geradas pelo turismo, além de estimularem o emprego, podem ser investidas em educação, saúde e outros serviços.

Para tal acontecer, é necessário que haja uma gestão eficaz, que coordene todas as envolventes de um destino.

2.3 Importância da Gestão de Destinos Turísticos

A gestão do destino turístico, conforme defende a UNWTO (2007), baseia-se na gestão coordenada de todos os elementos que compõem um destino, desde as atrações, comodidades, acesso, marketing e preços. Para uma gestão eficaz, é necessário adotar uma abordagem estratégica de forma a vincular essas entidades para a melhor gestão do destino. A figura que se segue (Figura 1) apresenta o modelo proposto pela UNWTO para a gestão de um Destino Turístico.

Figura 1: Gestão de Destinos Turísticos segundo o UNWTO



Fonte: UNWTO (2007), A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid: UNWTO.

Conforme é possível observar no modelo acima representado, a gestão de destinos, envolve uma variedade de componentes que são fundamentais para o sucesso do destino.

Na gestão dos destinos, tal como na gestão das empresas e instituições, o essencial é aproveitar os recursos, especialmente as pessoas, como seu ativo mais valioso de forma a criar serviços ou produtos que correspondam à satisfação do que o cliente exige como consumidor. O objetivo central dos gestores dentro de uma empresa é criar retorno financeiro, seja reduzindo custo ou melhorando o serviço, criar

eficiência, reduzindo a despesas, eficácia, atingindo os objetivos propostos e, por vezes, no setor público, criar atividades de consciencialização do público. (Page, 2009).

No caso da gestão de um destino, o objetivo é, essencialmente, o desenvolvimento, promoção e sustentabilidade do destino, sendo quatro as funções principais de um gestor, a saber:

- Elaborar, planear e implementar ações estratégicas;
- Criar parcerias;
- Gerir recursos humanos;
- Desenvolver produtos e atrações turísticas, através do marketing e comunicação.

Recorde-se que em contexto turístico, o marketing difere de outros produtos por o turismo se tratar de uma indústria de serviços, com elementos intangíveis e experiências difíceis de visualizar. (Page, 2009, p383.) É, por isso, de grande importância para levar as pessoas a visitar o destino e garantir que as expectativas sejam atendidas no destino. Numa primeira fase, o marketing pode atrair visitantes para a área, promovendo o que é mais atraente para os visitantes.

Importa referir que o marketing, ao criar expectativas, pode ter um importante papel ao nível da distribuição no local.

Além do marketing, o sucesso de um destino passa pela capacidade de se criar e gerir iniciativas estratégicas ligadas, por exemplo, a organização de eventos ou à gestão das atrações turísticas, capazes de garantir a qualidade dos serviços.

O papel da gestão no turismo está a passar de um modelo tradicional do setor público, para um de natureza mais corporativa, realçando a eficiência, o retorno dos investimentos, o papel do mercado e a parceria entre os setores público e privado. Uma análise à evolução do setor, evidencia que nos últimos anos, tem havido uma maior ênfase no trabalho em parcerias, aos mais variados níveis de envolvimento, desde o informal até obrigações mais contratuais (UNWTO, 2009). A gestão de um destino passa, assim, pelo envolvimento de muitas partes interessadas. Conforme refere a UNWTO, na gestão de destino estão cada vez mais envolvidas entidades, quer do setor público, como privado. (UNWTO; 2007). No entanto, conforme salienta Amado (2008), as entidades públicas têm grande importância na defesa do Turismo como uma atividade de importância estratégica para a economia nacional, destacando o papel das

Organizações de Gestão do Destino (DMO), das autoridades nacionais, regionais e locais e dos municípios.

O autor explica que, “O turismo é, ainda defendido pelas entidades públicas como sendo um contributo para o desenvolvimento económico, devido à angariação de receitas que poderão de alguma forma contribuir para o equilíbrio da balança comercial, e uma forma de combater o desemprego.” (Amado, 2008, p79).

Apresentados os conceitos centrais, segue-se uma breve apresentação da importância do Turismo em Portugal e na Região do Norte.

III – O Turismo em Portugal e na Região Norte

Para um melhor enquadramento e compreensão do papel da ATPNP, onde foi realizado o estágio, é necessário entender a importância do Turismo em Portugal e na Região Norte. Para tal, será feita uma análise dos dados relativos à situação do Turismo em Portugal e em específico na Região Norte, assim como, à estrutura da Gestão do Turismo em Portugal.

3.1 Turismo em Portugal: Principais dados

Conforme mencionado na Estratégia de Turismo 2027, o turismo em Portugal é uma atividade económica fundamental para o desenvolvimento económico e social do país, inclusive para o emprego e para o desenvolvimento das exportações. (Estratégia de Turismo 2027).

De acordo com o Instituto Nacional de Estatística, em 2021, o turismo contribuiu 16,8 mil milhões de euros para o PIB nacional, o que representa 8% do total do PIB e uma subida de 1,4 pontos percentuais face ao ano de 2020, evidenciando a importância para o Turismo em Portugal. (INE, estimativa preliminar da Conta Satélite do setor, 2021).

Esta importância é reconhecida pelo World Travel and Tourism Council (WTTC), que defende que se trata de um setor fundamental para o sucesso económico de Portugal.

Segundo o WTTC, o turismo impulsionará a recuperação da economia portuguesa e poderá até superar os níveis pré-pandémicos no próximo ano, no qual se projeta um aumento de quase 4,8% em relação aos níveis de 2019. A previsão do último *Economic Impact Report* (EIR) do WTTC mostra que a contribuição total do setor para o PIB pode chegar a quase 39,5 bilhões de euros no próximo ano, representando 17,4% da economia total. O emprego no setor também pode ultrapassar os níveis de 2019, criando 3.200 empregos adicionais.

De acordo com os dados mais recentes do órgão global de Turismo, o PIB do turismo Português deve crescer a uma média de 3,4% ao ano na próxima década, três vezes mais que os 1,1% da taxa de crescimento da economia global do país, para atingir mais de 50 bilhões de euros, o que representará 20,2% da economia total até 2032.

A previsão revela ainda que o setor do Turismo deverá criar cerca de 193.000 empregos em Portugal nos próximos 10 anos, com uma média de mais de 19.000 novos empregos a cada ano, alcançando mais de 1,1 milhão de empregados no setor até 2032.

Estas previsões feitas pelo WTTC são suportadas também pelo TravelBI, pelo INE e o Banco de Portugal que lançaram as estimativas rápidas dos resultados para dezembro de 2022.

No que se refere ao número de hóspedes e de dormidas, os dados do Turismo de Portugal, demonstram que em dezembro de 2022, se verificou um registo de 1.609,3 mil hóspedes e 3.709,1 mil dormidas, o que representa um crescimento de 44,2% de hóspedes e 44,6% de dormidas.

Em relação ao turismo doméstico prevê-se que haja 1.423,5 mil dormidas, ou seja, mais 2,3% do que em dezembro de 2021. Já nos não residentes, estão previstas 2.285,6 mil dormidas, o que representa um crescimento homólogo de 57,1%.

O principal mercado emissor continua a ser o Reino Unido, representando 19,3% das dormidas de não residentes, seguido pela Alemanha, Espanha e França. Relativamente às dormidas, a Espanha continua a ser o principal mercado, representando 15% das dormidas, seguido pelo Reino Unido. Evidenciam-se ainda crescimentos no mercado Americano, Checo e Polaco.

3.2 Turismo na Região Norte

Na Região Norte, o setor do alojamento turístico registou 1,7 milhões de hóspedes no mês de novembro (+19,7%), como pode ser visto na figura 2 e 4,2 milhões

de dormidas (+19,4%), Figura 1 e 2, correspondendo a 288,6 milhões de euros de proveitos totais (+36,8%), conforme evidencia a Figura 3. Comparando com o mesmo mês de 2019, registaram-se aumentos de 25,5% nos proveitos totais, na região norte, como pode ser verificado na Figura 4.

Verificou-se também um aumento nas dormidas, com um total de 1,6 milhões de dormidas no mês de agosto, comparando, com os 1,4 milhões de dormidas no ano de 2019, no mesmo período. Tal acontece no número de hóspedes, com um total de 776 mil hóspedes no mês de agosto, comparativamente aos 702 mil hospedes no ano de 2019. Este crescimento verificou-se não só na época alta, mas em todo o ano, exceto janeiro e fevereiro.

Tabela 1: Comparação do número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, em 2019 e 2022, em Portugal e na Região Norte.

Anos e meses	Total	Norte	Anos e meses	Total	Norte
2019	70 158 964	10 810 712	2022		
Janeiro	3 034 284	506 234	Janeiro	1 988 869	347 324
Fevereiro	3 365 240	527 872	Fevereiro	2 920 471	525 964
Março	4 606 922	720 805	Março	4 006 723	663 862
Abril	5 981 300	916 002	Abril	6 006 236	1 011 472
Maio	6 557 840	1 003 703	Maio	6 511 175	1 070 923
Junho	7 177 554	1 041 697	Junho	7 167 299	1 111 694
Julho	8 231 230	1 171 400	Julho	8 623 586	1 342 773
Agosto	9 633 427	1 410 095	Agosto	9 935 751	1 637 931
Setembro	7 624 574	1 144 562	Setembro	7 664 771	1 242 880
Outubro	6 358 685	994 052	Outubro	6 769 497	1 126 379
Novembro	4 071 968	713 057	Novembro	4 246 059	741 202
Dezembro	3 515 940	661 233	Dezembro		

Fonte: INE, Atividades Turísticas.

Tabela 2: Comparação do número de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, em 2019 e 2022, em Portugal e na Região Norte.

Anos e meses	Total	Norte	Anos e meses	Total	Norte
2019	27 142 416	5 873 026	2022		
Janeiro	1 273 443	295 989	Janeiro	849 084	206 381
Fevereiro	1 393 567	309 843	Fevereiro	1 242 820	300 041
Março	1 863 147	407 753	Março	1 573 441	360 631
Abril	2 331 199	498 434	Abril	2 349 533	535 888
Mai	2 625 708	551 425	Mai	2 542 538	572 200
Junho	2 740 152	562 599	Junho	2 672 856	577 517
Julho	2 849 319	585 758	Julho	3 028 946	659 607
Agosto	3 335 024	702 278	Agosto	3 379 525	776 823
Setembro	2 896 432	616 762	Setembro	2 896 871	652 405
Outubro	2 500 447	548 509	Outubro	2 631 006	601 649
Novembro	1 755 112	409 128	Novembro	1 738 402	402 296
Dezembro	1 578 866	384 548	Dezembro		

Fonte: INE, Atividade turística.

Relativamente à estada média, um dos principais desafios para o Turismo de Portugal e para o Turismo do Porto e Norte, registou-se igualmente um crescimento a nível nacional. Com um total de 2,11 de estada média no mês de agosto no ano de 2022, verificou-se um aumento relativamente aos 2,01 do ano de 2019 no mesmo período. Na Região Norte, este crescimento verificou-se, em todos os meses do ano, exceto janeiro.

Os proveitos totais nos alojamentos turísticos no ano de 2022 na Região Norte, aumentaram em praticamente todos os meses, janeiro, fevereiro e março, foram exceção. Com um total de 112 milhões de receita no mês de agosto, verificou-se um aumento de 30 milhões de receita no mesmo período relativamente ao ano de 2019.

Tabela 3: Estada média nos estabelecimentos de alojamento turístico, em 2022 e 2019, em Portugal e na Região Norte.

Anos e meses	Total	Norte	Anos e meses	Total	Norte
2019	2,58	1,84	2022		
Janeiro	2,38	1,71	Janeiro	2,34	1,68
Fevereiro	2,41	1,70	Fevereiro	2,35	1,75
Março	2,47	1,77	Março	2,55	1,84
Abril	2,57	1,84	Abril	2,56	1,89
Mai	2,50	1,82	Mai	2,56	1,87
Junho	2,62	1,85	Junho	2,68	1,92
Julho	2,89	2,00	Julho	2,85	2,04
Agosto	2,89	2,01	Agosto	2,94	2,11
Setembro	2,63	1,86	Setembro	2,65	1,91
Outubro	2,54	1,81	Outubro	2,57	1,87
Novembro	2,32	1,74	Novembro	2,44	1,84
Dezembro	2,23	1,72	Dezembro		

Fonte: INE, Atividade turística.

Tabela 4: Proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico, em Portugal e na Região Norte, em 2019 e 2022, em milhões.

Anos e meses	Total	Norte	Anos e meses	Total	Norte
2022			2019	4 295 814	642 935
Janeiro	106 775	18 474	Janeiro	164 943	27 270
Fevereiro	153 269	27 786	Fevereiro	172 733	28 311
Março	232 984	37 588	Março	248 243	38 200
Abril	386 393	62 901	Abril	334 929	50 906
Mai	457 064	74 835	Mai	408 100	63 013
Junho	544 583	79 221	Junho	465 982	67 675
Julho	681 297	90 305	Julho	534 629	70 105
Agosto	793 794	112 130	Agosto	638 292	82 392
Setembro	609 732	94 701	Setembro	501 535	73 821
Outubro	496 791	81 437	Outubro	391 135	62 618
Novembro	288 622	45 805	Novembro	230 023	39 967
Dezembro			Dezembro	205 269	38 657

Fonte: INE, Atividade turística.

Segundo o TravelBI, no ano de 2021, a Região Norte, foi o 2º destino mais procurado pelos residentes, com um total de 3,7 milhões de deslocações, o que significa um aumento de 22,4 %, comparativamente ao ano anterior e representa 22,2% da quota de viagens, a 2ª melhor do país. A quota de dormidas por parte dos residentes em Portugal na Região Norte representa 16,6%, tendo a 3ª melhor quota do país.

Tabela 5: Percentagem de quotas de viagem e dormida dos residentes em Portugal, em 2021, por NUTS II.

NUTS II de destino	Quota viagens	NUTS II de destino	Quota dormidas
Centro	29,2%	Algarve	29,4%
Norte	22,2%	Centro	26,5%
Algarve	17,4%	Norte	16,6%
AM Lisboa	16,1%	AM Lisboa	13,4%
Alentejo	12,0%	Alentejo	10,5%
RA Madeira	1,9%	RA Açores	2,0%
RA Açores	1,3%	RA Madeira	1,6%

Fonte: TravelBI, Portugal 2021 mercado em números.

No ano de 2021, os cinco principais mercados emissores para a Região Norte continuaram a ser Espanha, França, Alemanha, Reino Unido e Itália. A Espanha destaca-se como principal mercado emissor, muito devido à proximidade geográfica com Portugal, com um total de 381 mil visitantes no ano de 2021. Segue-se a França com 175 mil turistas a visitarem o Norte, a Alemanha com 83 mil visitantes, o Reino Unido com 58 mil visitantes e, por último, a Itália com 51 mil turistas.

Tabela 6: Hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, na Região Norte, por países de residência.

Países de residência	Total dos Alojamentos turísticos
NORTE	3 348,7
PORTUGAL	2 176,1
ESTRANGEIRO	1 172,6
EUROPA	984,2
União Europeia	878,1
Alemanha	83,2
Espanha	381,3
França	175,4
Itália	50,9
Reino Unido	57,7

Fonte: INE, ESTATÍSTICAS DO TURISMO – 2021.

Apresentados os primeiros indicadores que evidenciam a importância do turismo, compreende-se a necessidade de uma gestão estruturada do turismo.

Apresenta-se, em seguida, a gestão do destino em Portugal.

3.3 Gestão do Turismo em Portugal

Em Portugal a área do Turismo encontra-se sob a tutela do Ministério da Economia e do Mar, com uma Secretaria de Estado do Turismo, Comércio e Serviços, responsável pela definição de políticas na área do Turismo

Do ponto de vista nacional, o Turismo de Portugal é a autoridade turística nacional, com jurisdição sobre o território nacional e tem como objetivo o desenvolvimento turístico e a promoção interna e externa de Portugal como destino turístico.

O Turismo de Portugal conta ainda com uma rede de 12 Escolas de Hotelaria e Turismo, em Coimbra, Douro-lamego, Estoril, Faro, Lisboa, Óbidos, Portalegre, Portimão, Porto, Setúbal, Viana do Castelo e Vila Real de anto António. Estas Escolas lecionam programas curriculares adaptados às exigências do mercado e com o objetivo de preparar o que serão os futuros técnicos de turismo.

Conforme descrito na Portaria nº 364/2017, de 26 de outubro, a estrutura do Turismo de Portugal é composta pelos seguintes Departamentos e Direções:

a) Planeamento

- Direção de Estratégia – que tem como funções principais: propor e avaliar medidas de política tendentes a assegurar a competitividade e sustentabilidade do turismo português, acompanhar a atividade das entidades regionais de turismo, garantir a articulação das políticas nacionais e regionais dos fundos comunitários e acompanhar o processo de negociação dos fundos comunitários aplicáveis ao setor do turismo;

- Direção de Gestão do Conhecimento – cujas funções passam por monitorizar e avaliar a atividade turística e os seus fatores de competitividade, estimular o conhecimento na área do turismo, gerir e dinamizar o Centro de Documentação do Turismo de Portugal, e monitorizar a atividade das organizações internacionais e assegurar a representação e cooperação internacional do Turismo de Portugal;

- Departamento de Auditoria e Controlo de Gestão – a quem cabe a avaliação do sistema de controlo interno do Turismo de Portugal, apresentar o plano anual de auditorias e de ações de controlo e avaliação e implementar planos de auditoria aos projetos do instituto e elaborar estudos e pareceres por solicitação do Conselho Diretivo.

b) Negócio

- Direção de Valorização da Oferta – com funções na promoção e melhoria da oferta turística nacional, através do ordenamento do território, da gestão territorial e do registo e de empreendimentos e atividades turísticas;

- Direção de Apoio ao Investimento – a quem cabe o desenvolvimento de apoios financeiros ao desenvolvimento da oferta turística, a gestão dos fundos comunitários e o estímulo e apoio ao empreendedorismo;

- Direção de Apoio à Venda – com funções no desenvolvimento de estratégias promocionais de Portugal como destino turístico e na captação eventos internacionais;

- Direção de Formação e Rede Escolar – a quem cabe valorizar e prestigiar os recursos humanos e as profissões no setor do turismo;

- Serviço de Regulação e Inspeção de Jogos – que realiza a inspeção e prevenção de práticas ilícitas relativas aos jogos e apostas online;

- Departamento de Internacionalização – com funções na monitorização e implementação da estratégia de posicionamento internacional, captação de negócios e eventos para Portugal, recorrendo às equipas internacionais.

c) Suporte

- Direção Financeira e de Tecnologias – responsável pela Gestão financeira, orçamental e patrimonial, e gestão de TIC (Tecnologias de informação e comunicação);

- Direção de Recursos Humanos – responsável pela Gestão dos recursos humanos, garantir a sua motivação e melhoria de desenvolvimento e garantir a comunicação interna;

- Direção Jurídica – para garantir o apoio jurídico ao conselho diretivo e ao Turismo de Portugal;

- Departamento de Comunicação – responsável por organizar e definir estratégias de comunicação e relacionamento institucional.

A nível internacional o Turismo de Portugal conta ainda com 17 equipas que atuam em 24 mercados emissores fundamentais na promoção turística e na internacionalização das empresas portuguesas. As equipas do Turismo de Portugal estão na Alemanha, Suíça, Áustria, Países Baixos, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Dinamarca, Suécia, Noruega, Finlândia, Espanha, Estados Unidos da América, França, Luxemburgo, Índia, Irlanda, Itália, Japão, Polónia, Reino Unido, República Checa e Rússia.

A importância destas entidades públicas e privadas é cada vez mais evidente, não só pelo seu contributo na elaboração de políticas, mas também no desenvolvimento do Turismo.

A nível regional, os principais atores institucionais que atuam na área do turismo são, as Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (CCDR), as Entidades Regionais de Turismo (ERT), as Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT) e ainda as Câmaras Municipais.

As CCDR são serviços descentralizados da Administração central dotados de autonomia administrativa e financeira, incumbidos de executar medidas proveitosas

para o desenvolvimento das respetivas regiões. Existem cinco Comissões, com base na respetiva área geográfica – artigo 1.º do DL 228/2012:

- CCDR-N - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, com sede no Porto;
- CCDRC - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Centro, com sede em Coimbra;
- LVT - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional de Lisboa e Vale Tejo, com sede em Lisboa;
- CCDRA- Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Alentejo, com sede em Évora;
- CCDR ALG - Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve, com sede em Faro.

As Entidades Regionais de Turismo (ERT) são responsáveis pelo desenvolvimento turístico a nível regional, promovendo o Turismo de acordo com as diretrizes nacionais para a área do turismo. Existem cinco, com base na respetiva área geográfica:

- Turismo do Porto e Norte de Portugal, com sede em Viana do Castelo;
- Turismo Centro de Portugal, com sede em Aveiro;
- Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa, com sede em Lisboa;
- Turismo do Alentejo e Ribatejo, com sede em Beja;
- Região de Turismo do Algarve, com sede em Faro;
- Secretaria Regional da Economia, Turismo e Cultura da Madeira;
- Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo dos Açores.

Inicialmente havia 19 regiões, mas tal como refere Amado (2008), “com base na aplicação do Programa de Reestruturação Central do Estado, através do Decreto-Lei n.º 67/2008 de 10 de abril, às 19 regiões de turismo deram lugar a 5 áreas regionais de turismo, tendo por base a Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos de Nível II (NUTSII): Norte, Centro, Lisboa, Alentejo e Algarve.” (Amado, 2008, p75).

Estas regiões têm como objetivo a promoção interna de Portugal como destino turístico e ainda o desenvolvimento de produtos turísticos.

O Decreto-lei acima mencionado define a organização e funcionamento das Entidades Regionais de Turismo, de forma a valorizar e desenvolver as potencialidades turísticas e pela gestão integrada dos destinos no quadro do desenvolvimento turístico regional de cada uma das áreas correspondentes, de acordo com as orientações e diretrizes da política de turismo definida pelo Governo.

Nos arquipélagos dos Açores e da Madeira, a área do Turismo encontra-se sob a tutela dos respetivos Governos Regionais, a Secretaria Regional dos Transportes, Turismo e Energia dos Açores e a Secretaria Regional de Turismo e Cultura da Madeira, o que lhes garante uma maior autonomia política.

No Caso dos Arquipélagos da Madeira, a Direção Regional de Turismo da Madeira” é composta por vários departamentos divididos consoante a área específica sobre a qual versam: divisão de serviços administrativos, direção de serviços e empreendimentos e atividades turísticas, direção de serviços de promoção turística, direção de serviços de animação turística e o núcleo de serviços de turismo de Porto Santo.”. Já no caso da Região Autónoma dos Açores, é a Direção Regional de Turismo que tem a seu cargo os aspetos de índole turística. Esta direção regional é um serviço executivo da Secretaria Regional da Economia.”. (Amado, 2008, p.77).

Figura 2: Regiões Turísticas em Portugal



Fonte: Visit Portugal

Existem ainda sete Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT), que são responsáveis pela promoção regional externa com Planos Regionais de Promoção Turística de forma a contribuir para a execução do Plano Nacional de Promoção Externa:

- Associação de Turismo do Porto e Norte, com sede no Porto;
- ATL – Associação Turismo de Lisboa, Visitors and Convention Bureau, com sede em Lisboa;
- Agência Regional de Promoção Turística do Alentejo, com sede em Grândola;
- ATA – Associação Turismo do Algarve, com sede em Faro;
- APM – Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira, com sede no Funchal;
- ATA – Associação de Turismo dos Açores, com sede na Ponta Delgada;

A nível local, a autoridade pertence às Câmaras Municipais, Entidades Regionais de Turismo, Comissões Municipais de Turismo e Juntas de Turismo, a gestão dos interesses turísticos locais e regionais.

IV - Caracterização geral da instituição de Instituição

O presente capítulo apresenta uma caracterização da instituição de estágio, a Associação Comercial do Porto e Norte de Portugal, do ponto de vista do seu enquadramento geográfico, história, objetivos, missão e valores. Salienta ainda o seu funcionamento e estrutura orgânica.

4.1 História e enquadramento geográfico

A Associação de Turismo do Porto e Norte de Portugal foi fundada em 1995 por um conjunto de instituições com interesse no desenvolvimento da atividade turística no Porto e Norte de Portugal. Inaugurou recentemente a sua sede na Rua Miguel Bombarda, no centro da cidade do Porto, a segunda maior cidade de Portugal da Região Norte (NUT II).

A Região do Norte é a região situada mais a norte de Portugal Continental, a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N) é a agência que coordena as políticas ambientais, o ordenamento do território, as cidades e o desenvolvimento global desta região, apoiando os governos e associações locais.

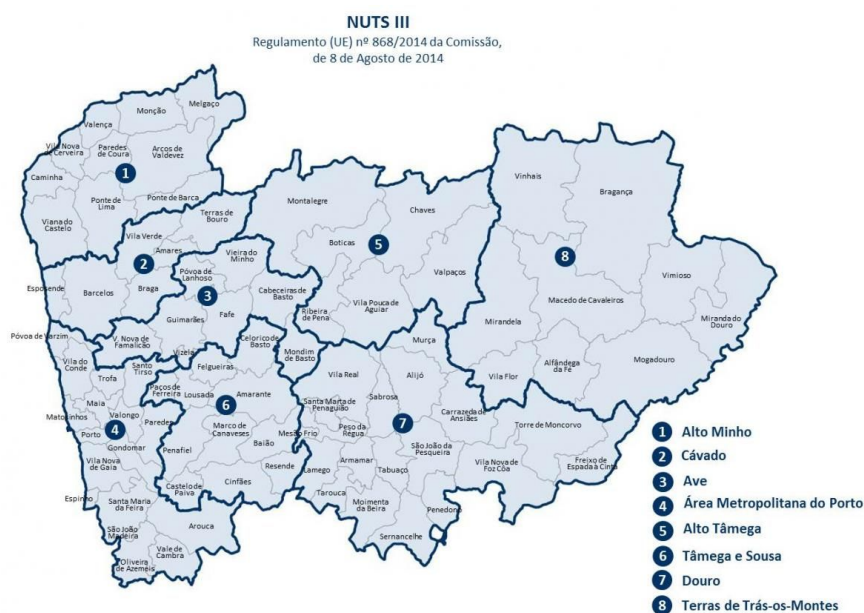
Segundo a CCDR-N a região tem cerca de 3,6 milhões de habitantes, concentrando quase 35% da população residente em Portugal. O Norte assegura perto de 39% das exportações nacionais e representa cerca de 29% do PIB da economia nacional. Em termos administrativos, a região é composta por 86 municípios e 1.426 freguesias. É a região mais populosa do país e a terceira em densidade populacional.

Com base no Pordata, em 2019, a região registou um Produto Interno Bruto (PIB) de 63,524 mil milhões de euros, sendo a segunda região com maior PIB regional, um PIB per capita de 20 840 euros.

É constituída por oito sub-regiões, conhecidas «unidades administrativas» ou NUTS III, que constituem a região:

- Alto Minho;
- Cávado;
- Ave;
- Área Metropolitana do Porto;
- Alto Tâmega;
- Tâmega e Sousa;
- Douro;
- Terras de Trás-os-Montes.

Figura 3: Mapa da Região Norte



Fonte: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Norte

Segundo a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte, a região conta com 3,7 milhões de habitantes, representando 54% da população ativa nacional. Tem ao todo 144 Quilómetros de costa marítima, 70 destinos a partir do Aeroporto do Porto, conta com 17 Milhões de euros em exportações e assenta numa balança comercial regional positiva, representando cerca de 45% das empresas exportadoras nacionais.

A região conta com um conjunto de centros criativos e culturais que emergem como marcas internacionais, como a Casa da Música e a Fundação de Serralves, na cidade do Porto, mas também o Centro Cultural Vila Flor, em Guimarães, e a Casa das Artes, em Vila Nova de Famalicão, Teatro Circo de Braga e ainda o Teatro Municipal de Vila Real e o Teatro Municipal de Bragança.

Destacam-se locais classificados pela UNESCO como Património da Humanidade, primeiramente o centro histórico do Porto, em 1996, em 1998, as gravuras rupestres de Foz Côa, também distinguidas pela UNESCO por serem a maior coleção mundial de gravuras pré-históricas em espaço livre, em 2001 o centro histórico de Guimarães e o Alto Douro Vinhateiro, como “paisagem cultural evolutiva viva”, onde nasceu um dos vinhos conhecido a nível mundial: o Vinho do Porto, e considerada a mais antiga região demarcada do mundo.

São inúmeros os produtos com um certificado de denominação de origem, como os vinhos, o azeite, o fumeiro, o mel, as rendas de bilros e a filigrana.” O grande valor do património e da cultura associada a estes produtos levou inclusivamente à criação de instrumentos promocionais temáticos, como são o caso da Rota do Vinho do Porto, da Rota dos Vinhos Verdes e da Rota do Azeite de Trás-os-Montes.” (NORTE).

A Região tem ainda grande potencialidade no Turismo de Natureza, com dois geoparques, o Geopark de Arouca e o Geopark de Terras de Cavaleiros, assim como o Parque Nacional da Peneda-Gerês e dos parques naturais, como os de Montesinho, Alvão e Douro Internacional.

Concretamente, uma das cidades que mais se destaca a nível turístico é o Porto, que possui uma riqueza monumental da cidade é tal, que desde 1996, que o seu centro histórico está classificado como Património Mundial pela UNESCO. A riqueza histórica da cidade pode ser constatada pelos inúmeros monumentos históricos, como a Sé da Catedral, a Igreja de São Francisco, o Palácio da Bolsa, a igreja da lapa, os inúmeros museus, as pontes, os parques e o fantástico rio Douro. Sem a gastronomia típica da região, nomeadamente as afamadas especialidades da região: desde a Francesinha, passando pelas Tripas à Moda do Porto e o Bacalhau à Gomes de Sá.

A cidade do Porto já conta com inúmeros prémios, em 2001 foi considerada, conjuntamente com Roterdão, Capital Europeia da Cultura e em 2012, como Melhor Destino Europeu, pela Associação de Consumidores Europeu, em 2017, eleita como melhor destino Europeu pela terceira vez consecutiva, em 2020, eleito como o melhor Destino City Break da Europa e no ano de 2022 foi considerada nos World Travel Awards, como o melhor destino de cidade do Mundo.

Famosa também pelas caves do vinho do Porto, pelos seus restaurantes, a sua gastronomia, o Museu de Serralves, a Casa da Música, e ainda, a Livraria Lello, considerada a mais bonita livraria do mundo.

4.2 Funcionamento da instituição de Estágio

A Associação de Turismo do Porto e Norte, A.R. – Porto Convention & Visitors Bureau funciona como uma Agências Regionais de Promoção Turística (ARPT), na Rua Miguel Bombarda, nº 211, 4050-381, União de Freguesias de Cedofeita, Santo Ildefonso, Sé Miragaia, São Nicolau e Vitória, concelho e distrito do Porto. Emporca adote a denominação de "Associação de Turismo do Porto NP", poderá usar, para fins comerciais as marcas "Porto.", "Visit Porto.", "Visit Porto na North", "Porto Tours", "Turismo Oficial do Porto e Norte", "Turismo Oficial do Porto", "Porto and North Official Tourism", "Porto Official Tourism", "Porto.Card", "Porto Official Product", "Porto and North Official Product".

4.3. Objetivos, missão, visão e valores

Ao contrário da Entidade de Turismo do Porto e Norte, que é uma instituição pública, a ATPNP é uma associação de direito privado, sem fins lucrativos, e tem como principal objetivo desenvolver e promover, externamente, o Porto e o Norte de Portugal como destino turístico, no sentido de gerar desenvolvimento turístico na sua área de atuação. Cabe, no entanto, à EPNP a promoção a nível nacional e em Espanha.

Para atingir o seu objetivo, a ATPNP adotou como missão a promoção externa de um destino turístico de excelência, criando uma imagem de prestígio junto dos mercados internacionais, que possa fomentar o crescimento turístico do Porto e Norte de Portugal.

No que diz respeito à visão, a ATPNP quer posicionar-se como:

“uma organização sólida na aplicação das melhores práticas e num trabalho em rede, com força necessária para ser reconhecida como uma entidade de excelência na promoção turística da região Norte.”

Relativamente aos valores, a ATPNP defende: o rigor, de forma a ser conhecida como uma entidade de excelência; o compromisso com os estatutos e pessoas envolvidas para atingir os objetivos definidos; a confiança, na demonstração dos seus propósitos, levando a uma imagem de prestígio e, ainda, a transparência na execução de procedimentos e demonstração de resultados.

4.4 Estrutura organizativa da ATPNP

A ATPNP é constituída por vários departamentos, distribuída por duas grandes áreas: a promoção externa, acolhimento e comercialização do turismo e a administração e gestão da própria Associação.

4.4.1. Órgãos Sociais

Os órgãos sociais da ATPNP são constituídos pela Direção, Conselho Fiscal e pela Assembleia Geral. (Fonte)

a) Direção

A Direção é constituída, segundo os Estatutos da ATPNP, por sete, nove ou onze membros, sendo um Presidente, dois a quatro Vice-Presidentes e os restantes vogais, eleitos em Assembleia Geral. Consoante o número de membros titulares da Direção, haverá o mesmo número de suplentes. Nas listas candidatas à Direção um dos Vice-Presidentes será um associado fundador ou equiparado e dois dos vogais que compõem a Direção serão obrigatoriamente representantes de classes de associados parceiros.

A Direção é constituída por Associados Parceiros, tendo a Câmara Municipal do Porto o direito de integrar a Direção e solicitar que a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte também a integre como Presidente.

No Triénio 2023- 25 a Direção é constituída por:

- Turismo do Porto e Norte de Portugal, representada Luís Pedro de Carvalho Martins, Presidente da Direção;

- Câmara Municipal do Porto, representada por Ricardo Miguel Araújo Cardoso Valente, Vice-Presidente da Direção;

- Associação Comercial do Porto, representada por Nuno Botelho, Vice-presidente da Direção;

- Câmara Municipal de Braga, representada por Ricardo Bruno Antunes Machado Rio, Vogal da Direção;

- ANA Aeroportos de Portugal, representada por Fernando Martins Gaspar Vieira, Vogal da Direção;
- Fundação de Serralves, representada por Ana Pinho, Vogal da Direção;
- Jase Empreendimentos Turísticos, representada por Joaquim Ribeiro, Vogal da Direção;
- Flitptrel Pilar - Holiday Inn – Representante da Classe A, representada por Mónica Gonçalves;
- Vinitur - Turismo, Vinho e Gastronomia - Representante da Classe B, representada por João Marinho Falcão, Vogal da Direção;
- A.N.E. Tours - Agência de Viagens e Turismo - Representante da Classe E, representada por Mariana Carvalho de Oliveira, Vogal da Direção;
- Roller Town - Transportes Turísticos Citadinos - Representante da Classe H, representada por André Rodrigues, Vogal da Direção;
- Santa Casa da Misericórdia do Porto – Representante da Classe I, representada por Pedro Ferreira Nunes, 1º Suplente da Direção;
- The House of Events - Agência de Viagens, Organização de Congressos e Eventos - Representante da Classe D, representada por Pedro Duarte Cardoso, 2º Suplente da Direção;
- Sogevinus Fine Wine – Representante da Classe K, representada por Maria Manuel Ramos, 3º Suplente da Direção;
- B´Trust – Representante da Classe F, representada por Sónia Brochado Januário, 4º Suplente da Direção.

Segundo os Estatutos da ATPNP, a direção tem como obrigações:

- Representar a Associação em juízo ou fora dele;
- Orientar a atividade da Associação;
- Aprovar a organização de serviços e o quadro pessoal;
- Definir, orientar e fazer executar a atividade da Associação, de acordo com as linhas gerais tratadas pela Assembleia Geral;
- Cumprir e fazer cumprir as disposições legais e estatutárias, da Assembleia Geral e as suas próprias resoluções;
- Convocar a Assembleia Geral nos termos legais e estatutários, e submeter à apreciação desta as propostas que julguem convenientes;
- Aprovar os planos de atividades e orçamentos, bem com o relatório, balanço

e contas do exercício a submeter à Assembleia Geral;

- Aprovar as alterações orçamentais e os planos de atividades que se justifiquem durante a exercício, desde que não seja afetado o equilíbrio orçamental;

- Constituir sessões, departamentos, conselhos, comissões, grupos de trabalho ou outros órgãos, permanentes ou eventuais, convidar para neles participarem associados ou pessoas individuais ou coletivas exteriores à Associação, definir-lhes os objetivos, atribuições e competências e aprovar os respetivos regulamentos;

- Apreciar as condutas que importem violação dos Estatutos e Regulamentos Internos que disciplinam a atuação dos Associados da Associação e aplicar as sanções previstas nos mesmos que sejam de sua competência;

- Admitir novos associados;

- Conferir mandatos a associados, seus representantes ou quaisquer outras pessoas ou entidades para representação em juízo ou fora dele e para assegurar a conveniente realização dos fins da Associação;

- Deliberar sobre a criação ou participação em sociedades comerciais e noutras pessoas coletivas, bem como sobre a sua dissolução e fusão;

- Em geral, deliberar sobre todas as questões que não sejam da exclusiva competência dos outros Órgãos Sociais.

b) Assembleia Geral

A Assembleia Geral é composta pelos Associados Fundadores, Equiparados e Parceiros, e elege, entre os seus membros, a Mesa da Assembleia Geral, composta por um Presidente, um Primeiro Secretário e um Segundo Secretário.

Na falta de qualquer dos membros da Mesa da Assembleia Geral, compete à Assembleia Geral designar os respetivos substitutos de entre os associados presentes.

A Assembleia Geral para o triénio de 2023-25 é constituída por:

- Hotti - Braga Hotéis, representada por Manuel Proença, Presidente da Mesa da Assembleia Geral;

- Associação para o Museu dos Transportes e Comunicações - Representante da Classe C, representada por António Gouveia Santos, 1º Secretário da Mesa da Assembleia Geral;

-Associação PDG- Porto Destino de Golf, representada por Manuel de Miguel do Sameiro e de Miguel, 2º Secretário da Mesa da Assembleia Geral.

A Assembleia Geral tem como competências:

- Eleger, trienalmente, em lista completa e no respeito pelas disposições dos presentes Estatutos, a Direção e o Conselho Fiscal;
- Definir a política associativa nas suas linhas gerais;
- Apreciar e votar o relatório da Direção, Balanço e Contas e Orçamentos anuais e o respetivo parecer do Conselho Fiscal;
- Apreciar as propostas, pareceres ou votos que lhes sejam submetidos;
- Aprovar, mediante proposta da Direção as regras e critérios para determinação do valor das quotas e outras participações dos associados;
- Aprovar regulamentos das eleições a que houver lugar a marcar as respetivas datas;
- Exercer todas as funções que lhe sejam atribuídas pelos estatutos ou pela lei e decidir sobre todas as matérias que qualquer órgão social apresente.

c) **Conselho Fiscal**

O Conselho Fiscal é constituído por um Presidente, um Secretário e um Vogal, eleitos entre os membros da Assembleia Geral, e sempre que surgirem vagas haverá um suplente. Em caso de falta do Presidente, será o mesmo substituído pelo Secretário e este pelo suplente.

- Fundação Casa da Música, representada pelo Exmo. Senhor Paulo Seixas de Sarmiento e Cunha, Presidente do Conselho Fiscal;

-José Silva Carvalho – Catering, representada pelo Exmo. Senhor Artur Jorge de Paiva Bento Junqueira, Secretário do Conselho Fiscal;

-PortoComercial - Sociedade de Comercialização, Licenciamento e Sponsorização, representada pelo Exmo. Senhor Tiago José Coutinho Gouveia, Vogal do Conselho Fiscal;

- Associação de Municípios do Vale do Sousa - Rota Românico, representada pela Exma. Senhora Rosário Machado, Suplente do Conselho Fiscal.

O Conselho Fiscal tem como obrigações:

- Fiscalizar a atividade da Direção e dos demais Órgãos Sociais;

Emitir pareceres sobre:

- Relatório, Balanço e Contas da Direção;

- Todos os assuntos que lhes forem submetidos pela Assembleia Geral e pela Direção.

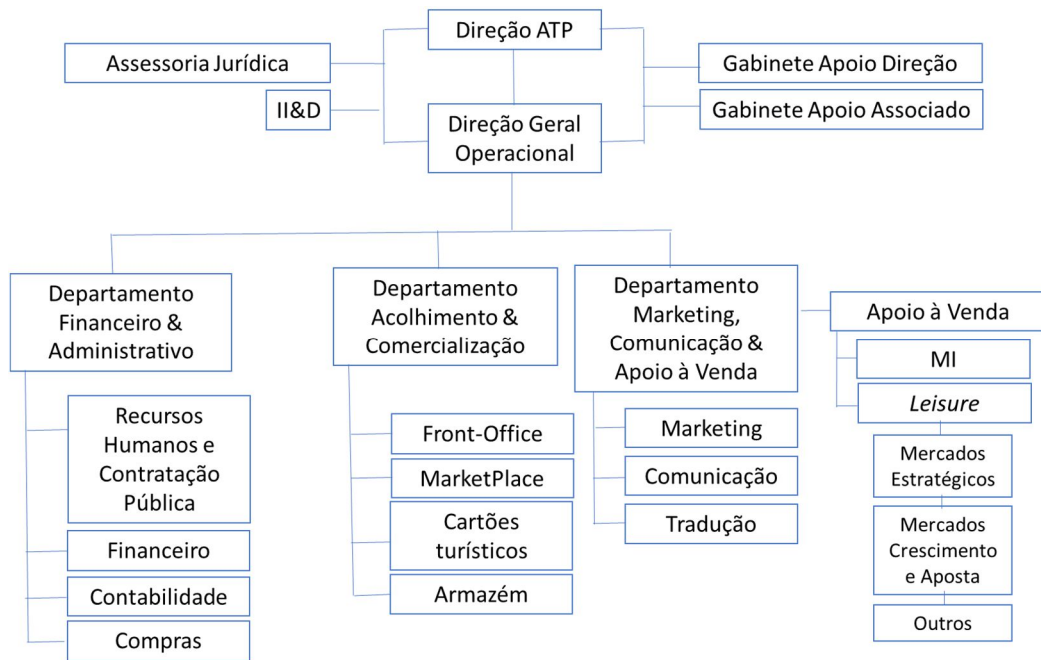
- Os órgãos da Associação têm o dever de prestar ao Conselho Fiscal as informações que lhes forem solicitadas no âmbito das suas competências.

Segundo o Plano de atividades e Orçamentos de 2023, a ATP é constituída, do topo, pela Direção seguida pela Direção Geral Operacional. Tanto a Direção como a Direção Operacional são apoiados por quatro departamentos administrativos, o Gabinete de Apoio à Direção, o Gabinete de Apoio ao Associado, Assessoria jurídica e II&D.

A cargo da Direção Geral Operacional estão três grandes departamentos, o Departamento Financeiro e Administrativo, o Departamento de Acolhimento e Comercialização e o Departamento de Marketing, Comunicação e Apoio à Venda.

Inseridas no Departamento Financeiro estão as divisões de Recursos Humanos e Contratação Pública, Financeiro, Contabilidade e Compras. Por sua vez, o Departamento de Acolhimento e Comercialização é constituído pelo Front-Office, Marketplace, Cartões Turísticos e Armazém. Já no Departamento de Marketing e Comunicação estão as divisões do Marketing, da Comunicação, Tradução e ainda a divisão do Apoio à Venda que é composto pelo MI e Leisure, onde estão ainda divididos por Mercados Estratégicos, Mercados Crescimento e Aposta e Outros.

Figura 4: Organograma



Fonte: Plano de Atividades e Orçamento 2023

A constituição completa da equipa ATPNP poderá ser vista no anexo 1.

4.5 Associados / Parceiros da ATPNP

A ATPNP funciona através da captação de Associados ou Parceiros, integrando uma respetiva categoria, sendo pessoas singulares ou coletivas, de direito público ou privado, desde que a atividade tenha intervenção direta ou indireta no turismo do Porto e Norte de Portugal.

Os Associados Parceiros serão organizados em Classes, tendo em conta as áreas de atividade de cada um. A organização dos Associados Parceiros em Classes tem o intuito de promover a troca de experiências, a criação de redes de negócios e contactos, e representação junto da Direção e demais Órgãos Sociais.

A adesão à ATPNP representa uma grande vantagem para as empresas que pretendem promover a sua empresa a nível externo, mas também, aumentar as redes de conhecimento no setor do Turismo. Destacam-se como principais benefícios:

- Acesso a ações de networking, onde terão a oportunidade de estabelecer

parcerias, troca de conhecimentos e aumentar a rede de conhecimentos com outras empresas do setor;

-Acesso a informações vitais, como estatísticas e estudos de mercados;

-Utilização da marca “Visit Porto and North”;

-Acesso a uma equipa de marketing, dedicada a promover ações dos associados nos mercados externos;

-Acesso a contactos B2B e B2C, aumentando as oportunidades de negócios.

Os Associados poderão filiar-se em mais do que uma Classe, não existindo um limite máximo para o número de quotizações, desde que cumpridos compromissos financeiros e respeitados os critérios de elegibilidade e de admissão.

Existem três categorias de Associados, Segundo o ARTIGO 1º, do Regulamento Interno 2021 da ATPNP:

-Fundadores - Os sócios efetivos que outorgaram a Escritura Pública de constituição da Associação.

-Equiparados - Pessoas coletivas de direito público, associações empresariais e outras pessoas coletivas, que desenvolvam atividade relevante no sector do turismo e representem grupos de interesse.

-Parceiros - Todas as outras pessoas singulares ou coletivas que se desenvolvam ou não atividades relacionadas ou vocacionadas para o turismo que se revelem de interesse para a prossecução dos fins e objetivos da associação.

Os cinco Associados fundadores são:

-APAVT – Associação Portuguesa das Agências de Viagem e Turismo.

-Município do Porto.

-Universidade do Porto.

-Município de Gondomar.

-Município de Espinho.

Já segundo o artigo 4º as classes são:

- Classe A: Alojamento, que inclui:

-Hóteis 5*.

- Hóteis 4*.
- Hóteis 3*.
- Hóteis 2*.
- Alojamento Local (hostels, guest houses, apartamentos turísticos, etc...)
- Turismo de Habitação/ Espaço Rural / Hotéis Rurais.
- Quintas (com alojamento).
- Parques de campismo.

- Classe B: DMC's - *Destination Management Companies*.

- Classe C: Centro de Congressos, dividido por:

-Área Exposição (até 4000m2/de 4.000a 8.000m2/de 8.000 a 12.000m2/+ de 12.000m2).

- Capacidade (até 200 pax/200 a 500 pax/500 a 1.000 pax/+ de 1.000 pax).

- Classe D: PCO – *Professional Congress Organizers*.

- Classe E: Transportes:

- Companhias Aéreas.
- Companhias ferroviárias.
- Aluguer de Autocarros.
- Empresas Rent-a-car.
- Aluguer de Van/Mini-Van/Autocaravanas/Mini-Autocaravanas.
- Aluguer de Barcos.
- Aluguer de Bicicletas/Motos e Outros Veículos.
- Transfers e Shuttles.
- Aluguer Táxi (private) / Táxi Turismo.
- Companhias de Cruzeiro.
- Empresas de Transporte de Mercadorias.

- Classe F: Serviços de Apoio

- Audiovisuais.
- Montagem/Equipamentos Stands.

- Agências Publicidade/Comunicação Design.
 - Catering/Organização de Eventos.
 - Tradução/Interpretação Simultânea.
 - Informática.
 - Guia Intérprete/Motorista de Turismo.
- Classe G: Venue Places
 - Locais para eventos sociais / culturais / negócio
 - Locais com serviço de catering: até 200 pax.
 - Locais com serviço de catering: até 200-400 pax.
 - Locais com serviço de catering: até 400-600 pax.
 - Locais com serviço de catering: até +600 pax.
- Classe H: Circuitos Turísticos/ Animação Turística/ Marítimo-turística
 - Barcos.
 - Autocarros Panorâmicos / Hop On Hop Off.
 - Carro Elétrico, Teleférico, Funicular.
 - Helicóptero.
 - Animação Turística: Bicletas / Segway / Motos / Twizy / Tuk-Tuk / Veículos elétricos / veículos similares / Pedestres.
 - Animação Turística: Atividades Radicais.
 - Animação Turística: Van / MiniVan / Carro / Caravana / Autocaravana / Mini- autocaravana.
- Classe I: Monumentos/ Museus /Atrações Turísticas
 - Casinos.
 - Bingos.
 - Campos de Golfe: 9 buracos.
 - Campos de Golfe: 18 buracos.
 - Shopping Centers.
 - Lojas Comerciais.
 - Monumentos.
 - Museus.

- Atrações Turísticas.
- Outros Locais de visita.
- Salas de Espetáculo.
- Empresas especializadas em desporto/ turismo náutico.

- Classe J: Restaurantes/Bares/Enotecas
 - Restaurantes – capacidade até 60 pax.
 - Restaurantes – capacidade mais 60 pax.
 - Bares / Discotecas.
 - Enotecas.

- Classe K: Quintas e Caves de Vinho
 - Quintas (sem alojamento).
 - Caves.

- Classe L: Saúde e Bem-Estar
 - Hospitais/Clínicas.
 - Empresas Especializadas em saúde e bem-estar.
 - Termas.
 - Spa.

- Classe M: Consultoria
 - Planeamento.
 - Marketing.
 - Gestão.

- Classe N: Tecnologia.

A entrada de novos associados é decidida todos os meses, por parte da equipa da ATPNP, durante a reunião de Direção. Para tal, é necessário que a empresa candidata apresente o formulário de candidatura, devidamente preenchido e assinado, a declaração de candidatura, também preenchida e assinada, a certidão de registo comercial, comprovativo de alvará de atividade desenvolvida, o comprovativo das licenças e seguros necessárias à atividade, o comprovativo do registo da marca

utilizada para fins promocionais/ comerciais, a certidão de inexistência de dívida às Finanças, a certidão de inexistência de dívida à Segurança Social, e o contrato de comercialização, devidamente assinado e carimbado (se a adesão for para o serviço de Acolhimento e Comercialização).

Para além destes requisitos, existem ainda alguns critérios para determinadas classes, de forma a garantir a qualidade necessária para garantir a entrada na ATPNP.

Na classe B, é necessário que a empresa candidata tenha pelo menos três anos de atividade como DMC, sendo obrigatório, a apresentação de resumo de portfólio da empresa, demonstrando ainda três programas organizados.

Na classe C, os centros de congressos têm de ter uma sala plenário com capacidade para pelo menos 200 pessoas e no máximo de 1000 pessoas, três salas paralelas, uma área de exposição no mínimo de 2000m² para um congresso com 1000 pessoas, uma área de posters e ainda uma área de catering. Além disso, os PCO têm de estar constituídos em CAE 82300 ou CAE 79110, têm de ter dois anos de atividade e apresentação de portfólio da empresa e ainda os seguros de responsabilidade civil.

Na classe E, as empresas de transportes têm de ser detentoras de comprovativo de inexistência de acidentes no registo, comprovativo da inspeção dos veículos, seguros de responsabilidade civil e ficha de aptidão do quadro de pessoal.

Na classe F, é necessário apresentar seguros de Responsabilidade Civil e Acidentes de Trabalho, ser titular de Número de Controlo Veterinário emitido pela Direção Geral de Alimentação e Veterinária, quando aplicável, comprovativo do licenciamento do local de produção, quando aplicável e comprovativo da existência de sistema de controlo de qualidade alimentar, quando aplicável.

Finalmente, na classe H, as empresas de animação turística têm de apresentar resumo do portfólio da empresa, comprovativo de licença municipal dos circuitos operados e ainda apresentação dos conteúdos dos circuitos operados.

Os associados podem ainda perder qualidade de Associado no caso de:

- Pedirem exoneração;
- Cessarem a atividade que fundamentou a sua admissão;
- Não regularizem as contribuições a que estejam obrigados nos prazos estabelecidos;
- Forem excluídos por deliberação da Assembleia Geral mediante proposta da Direção;

- Forem dissolvidos ou declarados insolventes.

Os Associados têm ainda o direito de:

- Participar e votar na Assembleia Geral e eleger e ser eleito para os Órgãos Sociais da Associação;
- Propor aos órgãos competentes da Associação as iniciativas que julguem adequadas de forma a atingir os seus objetivos e fins;
- Participar nas atividades desenvolvidas a nível nacional ou internacional em condições preferenciais em relação a não associados, com facilidade na promoção e comercialização dos seus produtos e serviços;
- Beneficiar de condições especiais na utilização dos espaços publicitários e ou publicações editadas pela Associação;
- Ter acesso à utilização do logótipo, placas de identificação da Associação e Marcas existentes segundo as disposições estabelecidas no Regulamento Interno;
- Beneficiar de condições preferenciais na aquisição ou utilização de produtos e serviços retidos pela Associação;
- Ser incluídos, com recomendação, em publicações informativas ou promocionais da Associação.

Sendo que também têm deveres, que caso não sejam cumpridos podem incorrer na destituição de associado:

- Pagar a joia e as quotas que lhes forem fixadas;
- Prestar colaboração nas iniciativas destinadas a aumentar a eficácia dos serviços e funcionamento da Associação;
- Comparecer às reuniões para as quais forem convocados;
- Contribuir para a prossecução dos fins e objetivos da Associação;
- Cumprir os Estatutos e os Regulamentos Internos;
- Participar nas sessões da Assembleia Geral e aceitar os cargos para que foram eleitos; salvo motivo justificado de escusa;
- Agir na atividade profissional ou comercial no estrito cumprimento das regras deontológicas e princípios éticos;
- Assegurar a qualidade e a capacidade técnica nas suas práticas profissionais e comerciais;
- Comunicar as suas disponibilidades relativamente aos serviços a prestar;

- Facultar informações justificadamente solicitadas pelos serviços da Associação, possibilitando a estes um funcionamento célere e eficaz;
- Comunicar à Direção o seu pedido de exoneração com uma antecedência mínima de um mês.

No momento da entrada na ATPNP, os Associados Parceiros, poderão escolher entre duas modalidades, o Acolhimento e Comercialização, a Promoção Externa, ou Ambos. Tanto o AC como a PE têm os seus benefícios e no fim cabe ao cliente decidir qual das modalidades vai ao encontro da necessidade do seu negócio.

Os principais benefícios de aderir ao serviço de Acolhimento e Comercialização, são: a recomendação dos produtos e serviços do Associado, junto da procura turística potencial e real do destino Porto e Norte de Portugal, em todos os canais de comunicação e promoção da ATPNP; beneficiar de destaque dos produtos e serviços do Associado, nos roteiros e programas dirigidos ao cliente final; e ainda a comercialização dos produtos e serviços em todos os canais de comunicação e promoção da ATPNP, de forma presencial e não presencial, dirigidos ao cliente final. A possibilidade de colocação e distribuição de material promocional dos produtos e serviços do Associado, nos postos de turismo/ lojas de turismo geridos pela ATPNP, e de organização de ações de ativação de marca e ações promocionais relativos a produtos e serviços do Associado, disponíveis no destino Porto e Norte de Portugal, nos postos de turismo/ lojas de turismo geridos pela ATPNP.

Já os benefícios de aderir ao serviço de Promoção Externa, permitem ao associado usufruir da recomendação dos produtos e serviços do Associado, junto do trade interessado no destino Porto e Norte de Portugal, em todos os canais de comunicação e promoção da ATPNP. Pode beneficiar ainda da divulgação dos produtos e serviços do Associado e de oportunidades de negócio provenientes do Convention Bureau e promoção dos produtos e serviços do Associado, disponíveis no destino Porto e Norte de Portugal, e adequados ao posicionamento do Associado no mercado, nas ações constantes do Plano anual de Marca Regional, concretamente nos mercados estratégicos, de crescimento, de aposta e de atuação seletiva, e nos instrumentos de promoção e comercialização disponibilizados para o efeito, nomeadamente nos materiais promocionais online e offline produzidos, portal do destino, press e fam trips, visitas de inspeção, feiras internacionais e de produto, workshops e roadshows, entre outros. E ainda a possibilidade de acesso aos Planos de

Comercialização e Vendas, mediante candidatura a elaborar à ATPNP, nos prazos definidos para o efeito e beneficiar de uma equipa de Apoio à Venda dedicada a promover as ações, produtos e serviços dos seus Associados junto de entidades externas e nos seus próprios canais de comunicação.

O valor da quota dependerá do tipo de modalidade escolhida. A quota do "Acolhimento & Comercialização" corresponderá em todas as Classes, a 75% do valor da Promoção Externa e para os Associados que pretendam escolher ambas as modalidades usufruirão de um desconto de 15% sobre o valor do serviço do "Acolhimento & Comercialização". A tabela de quotas poderá ser vista no anexo 2.

O pagamento de quotas é realizado em duas prestações anuais, cujas faturas serão emitidas até ao dia 15 de janeiro e 15 de junho, respetivamente, o pagamento das mesmas será regularizada num prazo máximo de 30 dias. No caso de entrada de Associados no 2º semestre, ocorrerá uma redução de 50% no valor anual da Quota do 1º ano, devendo neste caso o pagamento ser efetuado numa única prestação, no momento da inscrição na ATPNP. A ATPNP comercializa ainda os produtos e serviços dos Associados que aderirem aos serviços de “Acolhimento & Comercialização”, do qual resulta o pagamento de uma comparticipação por cada produto e serviço comercializado.

V – Atividades realizadas durante o estágio

Nesta secção irei descrever as principais tarefas e atividades realizadas no âmbito do estágio, que conforme referido anteriormente foi realizado no departamento do Gabinete do Associado da ATPNP.

O estágio foi supervisionado pelo Coordenador do Gabinete do Associado, Tiago Burmester Martins.

5.1 Atividades desenvolvidas durante o Estágio

A maior parte das atividades desenvolvidas foram realizadas no Gabinete do Associado, sendo que também prestei auxílio ao Gabinete Financeiro, assim como, os Recursos Humanos, em atividades relacionadas com a administração. Estas atividades tiveram em conta os objetivos propostos no plano de trabalho, nomeadamente:

- Atualização e acompanhamento do Portal Portocvb;
- Atualização e acompanhamento do CRM;
- Apoio e acompanhamento de todos os processos relativos à atualização de dados e informações no âmbito de apoio ao Gabinete do Associado;
- Preparação das eleições dos Órgãos Sociais e da Presidência.

5.1.1. Atualização e desenvolvimento do Portal Portocvb

O primeiro desafio que me foi proposto no início do estágio foi a atualização e acompanhamento da informação do Portal Portocvb. Este portal funciona como uma forma de apresentar não só a Associação Comercial do Porto, mas também de apresentar todos os Associados, e consequentemente promover o Porto e Norte de Portugal.

Ao longo do período de estágio, estive responsável pela atualização e inserção de conteúdos no Portal PortoCVB, referentes aos associados/parceiros da Associação. Para tal foi necessário atualizar e em certos casos construir todo o perfil dos Associados, de forma a manter a plataforma completamente atualizada.




O perfil de cada empresa consiste num conjunto de informações, começando pelo texto de apresentação da empresa, tanto em português como inglês, assim como o logo da empresa, algumas fotografias que representem da melhor forma os produtos e serviços oferecidos, contactos do Associado (número de telemóvel, telefone, morada e localização geográfica), link de acesso ao website pessoal da empresa, de um vídeo de Youtube e das redes sociais. Esta foi uma tarefa particularmente interessante, pois tal como refere Hurme (2015) a riqueza da informação passa por ajudar os clientes a tomar decisões nas compras online.

Figura 5: Perfil Restaurante come na 2

onde estamos
Rua Dr. Amândio de Figueiredo 1964
5030-046
Cumieira
[Ver mapa](#)

nostros contactos
Geral: 932594086
Telemóvel: 932594086
manuel.tapada@gmail.com










Segue-nos


  



centralidade da "Come na 2" (o confronto entre o tempo geológico e a humanização), focado no Centro Interpretativo - As Idades da Terra, no qual se apresenta um vasto espólio de amostras de diferentes rochas, argilas e centros oleiros de toda a Estrada Nacional 2, testemunhos históricos e se expressam de forma marcante a Gastronomia e os Vinhos, fazendo um natural casamento com o Douro e as outras regiões vitícolas do Norte de Portugal. A vila da Cumieira e a ligação à comunidade ocupam uma posição relevante, pela preservação dos valores e peças de uso agrícola tradicionais, pelos achados arqueológicos aqui exibidos, com destaque para betão e telhas romanas e sobretudo pela presença da Ara votiva dedicada a Júpiter, deus romano. Estão também, em exposição, peças representativas de vários centros oleiros, algumas delas históricas, funcionando o espaço como valioso arquivo da memória! A envolvência geográfica (paisagem vinhateira e paisagem natural do Alvão) serve como cenário de experiências diversificadas e complementares através de caminhadas temáticas e culturais, interação com vinhas, hortas e jardins, contacto com teares tradicionais de produção de linhos, prática de Birdwatching e o suprema ligação com os céus estrelados através do desenvolvimento de práticas de Astroturismo.


Fonte: Portocvb

Figura 6: Perfil Restaurante Come na 2

pt / en / **Comece a planear**  **Aceder/Registrar**        

Pesquisar: congressos, serviços... 

[Ver video](#)  [Ver imagens](#) 



Situada na Cumieira, ao Km 72.7 da Estrada Nacional 2, a "Come na 2" agrega um conjunto de experiências e sugestões, proporcionando vivências diferenciadoras e emoções únicas que conduziram à sua integração na rede de museus do Douro e a ostentar a chancela da Cátedra UNESCO - De Geoparques, Desenvolvimento Regional Sustentável e Estilos de Vida Saudáveis.

O projeto compreende 2 centros interpretativos, um sobre a botânica, objetos e equipamentos da etnografia rural duriense e experiências de diferentes produções de olaria e modulação dos barros e, um segundo, que ocupa a centralidade da "Come na 2" (o confronto entre o tempo geológico e a humanização), focado no Centro Interpretativo - As Idades da Terra, no qual se

Fonte: Portocvb

Figura 7: Perfil do Palácio da bolsa

[Ver vídeo](#) [Ver imagens](#) [Download da brochura](#)




O Palácio da Bolsa, ou Palácio da Associação Comercial do Porto, edifício de estilo neoclássico, começou a ser construído a 6 de Outubro de 1842, data solene de colocação da primeira pedra, dado o encerramento da Casa da Bolsa do Comércio que obrigou os comerciantes portugueses a discutirem os seus negócios em pleno ar livre. Os seus mais de 180 anos de existência têm como origem a noite de 24 de Julho de 1832, durante o cerco do Porto, altura em que se dá um gigantesco incêndio no convento de S. Francisco, do qual restou somente a actual igreja.

Foi sobre estas ruínas do antigo convento, posteriormente doadas por D. Maria II, mediante expedição da carta de Lei da Concessão, datada de 19 de Junho de 1842, que os comerciantes construíram o Palácio da Bolsa para que nele se estabelecesse a praça ou bolsa do comércio e o tribunal de primeira instância. Com uma mistura de estilos arquitetónicos o edifício apresenta em todo o seu esplendor traços do neoclássico oitocentista, arquitetura toscana, assim como o neo-paladiano inglês. Foram muitos os homens que participaram na construção do Palácio da Bolsa. Partindo de Joaquim da Costa Lima Júnior, em funções a

onde estamos
Rua Ferreira Borges
4050-253
Porto
[Ver mapa](#)

Fonte: Portocvb

Figura 8: Perfil Palácio da Bolsa



Foi sobre estas ruínas do antigo convento, posteriormente doadas por D. Maria II, mediante expedição da carta de Lei da Concessão, datada de 19 de Junho de 1842, que os comerciantes construíram o Palácio da Bolsa para que nele se estabelecesse a praça ou bolsa do comércio e o tribunal de primeira instância. Com uma mistura de estilos arquitetónicos o edifício apresenta em todo o seu esplendor traços do neoclássico oitocentista, arquitetura toscana, assim como o neo-paladiano inglês. Foram muitos os homens que participaram na construção do Palácio da Bolsa. Partindo de Joaquim da Costa Lima Júnior, em funções a partir de 1840 (é ele quem submete a planta, orçamento e detalhes do projeto do Palácio da Bolsa), Gustavo Adolfo Gonçalves de Sousa, Tomás Augusto Soller, José Macedo Araújo Júnior, Joel da Silva Pereira e, terminando finalmente com José Marques da Silva, último arquiteto e decorador do Palácio. O edifício foi construído ao longo de quase 70 anos, teve seis arquitetos principais, dezenas de mestres entalhadores, estucadores, pintores, douradores, pedreiros e centenas de operários, que sempre lhe deram o que tinham de melhor. Com a implantação da República, a 5 de Outubro de 1910, o Palácio da Bolsa é inventariado e desocupado e a posse pública do edifício é lavrada a 11 de Fevereiro de 1911. Um dos quadros de um monarca presente no espaço, o de D. Carlos I, foi vandalizado com dois tiros de pistola. Contudo, ao contrário do que sucedeu noutros casos, este edifício não entra em decadência ou estagnação e mantém-se

onde estamos
Rua Ferreira Borges
4050-253
Porto
[Ver mapa](#)

nossos contactos
Geral: +351 223 399 064
Telemóvel: 969 018 930
fcarvalho@cciporto.pt

Segue-nos

[f](#) [i](#) [m](#)

Fonte: Portocvb

Como referido anteriormente, a primeira tarefa consistiu na atualização dos perfis dos parceiros da ATPNP. Na maior parte das empresas consistiu na atualização

de informações, como o número de telefone ou telemóvel, redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter) e email da empresa que não estavam atualizadas, ou então na melhoria e atualização das imagens da empresa, por solicitação dos mesmos. Em certos casos, foi necessário a criação total do perfil, visto que algumas empresas ainda não tinham página no Portal ou no caso de novas entradas de Associado no início do mês. Esta atualização é feita através do Backoffice do Portal Portocvb.

Isto implica também que as atualizações sejam comunicadas às empresas via email, de forma a confirmarem o seu agrado, indicarem as alterações necessárias ao perfil, e, se necessário, enviarem sugestões de forma a melhorar ainda mais o perfil da empresa.

A atualização do site Portocvb foi desenvolvida durante as primeiras três semanas de estágio, sendo que foi necessário o acompanhamento durante os três meses de forma construir o perfil dos Associados que ainda não tinha página no Portal e no caso dos novos Associados que entraram no decorrer do estágio.

5.1.2. Elaboração de um manual de utilização do Portal Portocvb

No decorrer da primeira tarefa, foi-me sugerido que desenvolvesse um manual de utilização do Portal Portocvb. Inicialmente, a ideia seria que o manual fosse composto com todos os passos necessários para a utilização correta da aplicação e com imagens de modo a facilitar a interpretação do manual. Consequentemente, propuseram-me que apresentasse, neste manual, não só os defeitos, mas também propostas de melhoria que poderiam ser utilizadas já no website da Rota dos Vinhos, uma vez que a ATP está a desenvolver um novo website para a rota dos vinhos.

Este manual foi criado para que fosse distribuído na Associação e também pelos Associados, de modo que todos consigam utilizar esta ferramenta e diminuir tempo utilizado na atualização do Portal, que pode ser consultado no Anexo 3.

5.1.3 Atualização e criação de novas empresas no CRM

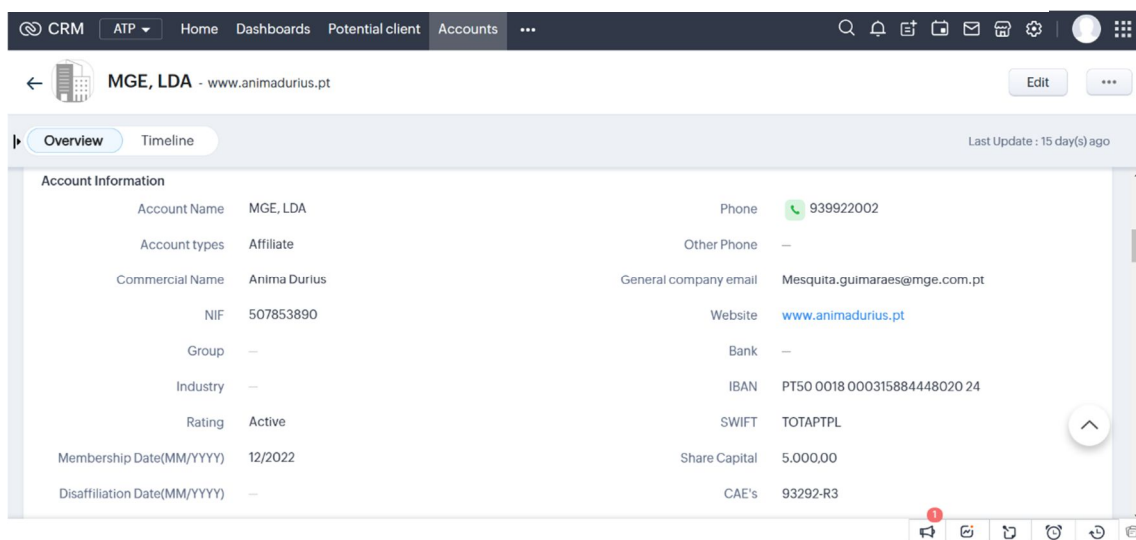
Um outro objetivo que me foi proposto foi a atualização do CRM, *Customer Relationship Management*, que é definido por Barracho (2011), como “captura, processamento, análise e distribuição de dados (o que ocorre em todos os tipos de sistemas), mas com total preocupação com o cliente (o que não ocorre nos sistemas

tradicionais), que passa a ser o centro do modelo de dados da organização. Esse padrão adotado por uma empresa que pratica o CRM proporcionará ao cliente uma percepção de relacionamento agradável. “. (Barracho, 2011, p.20)

Portanto, é uma ferramenta muito utilizada por empresas para gerenciar e analisar as interações com clientes e permite que ATPNP conheça a fundo o seu associado e trabalhe para atender às suas necessidades. Armazena informações de clientes atuais e potenciais, como o nome comercial e legal, endereço, número de telefone, NIF, website, email, tipologia, classe, número no RNT, quotas a pagar, atividades realizadas, entre outras informações.

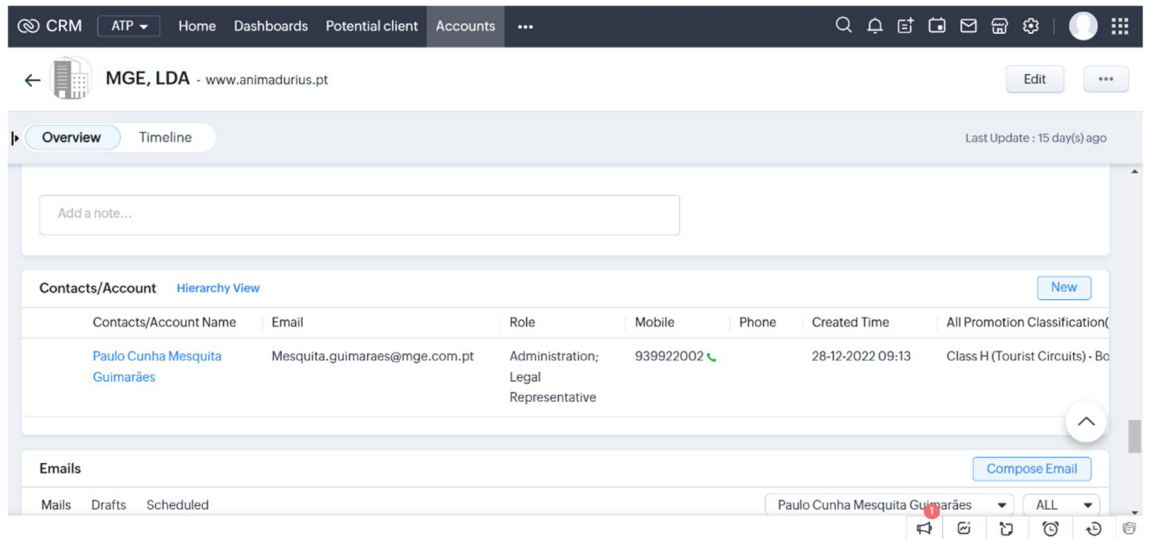
A importância desta ferramenta na eficiência da gestão de clientes é salientada por Barracho(2011), onde refere que, atualmente, é preciso competir em tempo real, alterando o próprio sistema de novos serviços para obter o melhor feedback sobre o comportamento do cliente e, com isso, melhorar a qualidade de processos operacionais, vendas e atendimento.”.

Figura 9: Base de dados CRM



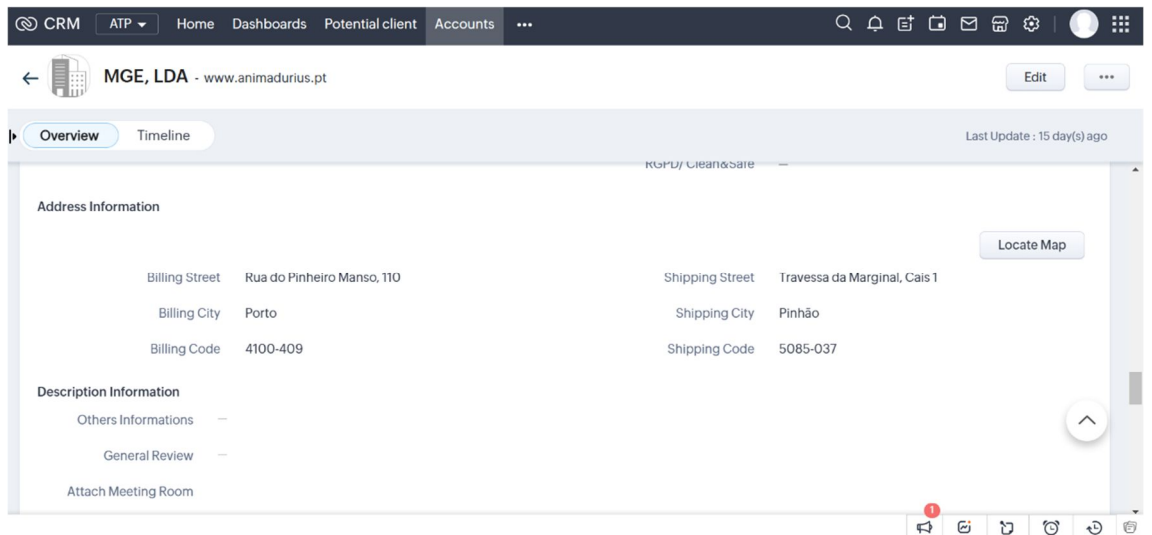
Fonte: Próprio

Figura 10: Base de dados CRM



Fonte: Próprio.

Figura 11: Base de dados CRM



Fonte: Próprio.

Eu tive como função, a atualização de todas estas informações relativamente a todos os associados da ATPNP, assim como abrir novas contas para os associados que entraram ao longo dos três meses.

5.1.4 Arquivagem e Organização de capas com protocolos e contratos

Ao longo do estágio foram-me atribuídas tarefas pertencentes a outros departamentos que não o Gabinete do Associado. Como por exemplo a arquivagem, organização de contratos e outros documentos, proposto pelo departamento financeiro. Este processo é de vital importância para a gestão de informações, e dá à ATPNP um maior controle sobre seus processos de informações.

Dentro desta tarefa, foi desenvolvido uma atualização de todas as empresas que já tinham contratos assinados e os que ainda tinham de ser assinados pelo presidente da ATPNP e pelo representante da empresa.

Esta organização foi importante para a aprendizagem da importância da organização no trabalho e de uma boa gestão de arquivo, e foi um exemplo de como uma boa organização e gestão da informação pode facilitar o desenvolvimento do trabalho, visto que os documentos que não são arquivados são mais difíceis de localizar, e muitas vezes acabam perdidos, o que resulta numa perda de informação para uma empresa.

Refira-se que segundo Reis (2006), “Os arquivos constituem desde sempre a memória das instituições e das pessoas, e existem desde que o Homem fixou por escrito as suas relações como ser social.”. Já o Glossário dos termos arquivísticos, define arquivo como, “Conjunto orgânico de documentos, independentemente da sua data, forma e suporte material, produzidos ou recebidos por uma pessoa jurídica, singular ou coletiva, ou por um organismo público ou privado, no exercício da sua atividade e conservados a título de prova ou informação.”. (Glossário dos Termos Arquivísticos, 2018 p.1).

5.1.5 Construção de tabelas Excel para execução judicial

Com vista a um maior controlo dos pagamentos dos associados, foi-me solicitado construir uma tabela Excel que traduzisse a situação das quotas dos associados pagas e por pagar. Para o efeito fiz um levantamento dos Associados com

as quotas já pagas dos anos anteriores, assim como as quotas em atraso, tanto na promoção externa, como na comercialização. Recorde-se que no caso de um associado estar com pagamento em atraso, e segundo o Regulamento Interno artigo 21º, no caso de incumprimento de quotas, haverá lugar à suspensão, de todos os benefícios relativos aos serviços complementares de Acolhimento & Comercialização e de Promoção Externa, até à regularização integral das quantias em atraso, facto que será comunicado ao Associado em falta.”. Passados 30 dias da comunicação, a Direção poderá deliberar enviar à Assembleia Geral, a proposta de destituição do Associado.

5.1.6 Elaboração de documentos para admissão de novos associados por parte da direção. Relatório de Novos Associados

No mês de novembro foi-me proposto desenvolver o documento de apresentação de possíveis novos associados para admissão da direção, que pode ser visto no anexo 4. Este documento é constituído por uma tabela com informações sobre a classe a que os novos associados pertencem, o local de exercício de funções, a quota anual e os descontos a que estão sujeitos. O documento inclui ainda um breve texto apresentação das empresas, bem como uma breve descrição das suas atividades e serviços, as vantagens para a ATPNP de adesão da empresa e a que classe serão inseridos e para que tipologia (Promoção externa ou Comercialização).

Este documento é analisado pela Direção Geral Operacional e é avaliado em reunião de direção, onde será discutido se os possíveis novos associados reúnem as condições necessárias para serem aceites.

5.1.7 Atualização de tabelas Excel

Outra das tarefas que me foram propostas foi a revisão e atualização das tabelas Excel dos parceiros, e do Backoffice do Portal Portcvb.

Esta revisão e atualização, foi importante para ter contacto com ferramentas de gestão de apoio às empresas e de que forma estas ferramentas funcionam, mas também de perceber a importância das ferramentas de gestão no funcionamento geral, não só da ATPNP, mas também de todas as empresas, sejam elas públicas ou privadas, micro ou macro. Foi igualmente importante para perceber a importância da atualização das bases de dados, o armazenamento de informações e a atualização da documentação e

ao mesmo tempo aprimorar a gestão das informações, permitindo à empresa manter somente os dados que são relevantes para a sua atuação.

A pedido do Turismo de Portugal, foi necessária a atualização de todos os associados da ATPNP, pelo que foi elaborada uma tabela, com todos os associados da instituição, a classe a que pertence, a tipologia da entidade, e o número de RNT, no caso de ter. Estes dados foram levantados no site do Turismo de Portugal através do NIF de casa associado ou nome comercial.

5.1.8 Digitalização de Contratos

Outra tarefa que me foi incumbida de realizar, foi a digitalização de contratos. A importância desta tarefa pode parecer insignificante, mas tal como é referido o Plano de Recuperação e Resiliência 2021-2016, uma administração de uma empresa digital proporciona uma otimização do funcionamento interno do Estado pode contribuir para a criação de valor.

5.1.9 Organização de Eleições

Durante o estágio fui também desafiado por parte do Tiago Martins a apoiar na preparação e realização das eleições de classes, assim como na eleição do órgão sociais.

A) Preparação para eleição de classes

Na eleição do Representante de Classe, os Associados de cada uma das Classes elegem, por maioria simples, um Representante da respetiva Classe, denominado, Representante de Classe, que é um Associado Parceiro, que para o momento de eleição indicará a pessoa que o representará. Cada Associado Parceiro só poderá ser elegível para ser representante de uma única Classe.

A eleição do Representante de Classe, será feita mediante Lista candidata, que deverá indicar o Associado que se candidata a Representante de Classe, e nome da pessoa que assumirá a representação, bem como indicar o Associado que se candidata a Suplente de Representante de Classe e o respetivo nome da pessoa que assumirá também essa representação. A eleição de Representante de Classes realiza-se de forma

trianual, para que as Classes possam participar ativamente na definição e implementação da estratégia da ATPNP, pelo que este ano as eleições correspondem ao triénio 2023-25.

O Representante de Classe, representa os interesses de todos os associados da sua Classe junto da Direção e restantes Órgãos Sociais da ATPNP, assim como promover reuniões de Classe, com determinada ordem de trabalhos, efetuando as necessárias convocatórias. Sempre que solicitado pela Direção, inquiri os Associados da respetiva Classe, no sentido de contribuir para a definição e implementação da estratégia da ATPNP ou projetos de networking entre Associados. A preparação para as eleições começou pela elaboração do Caderno Eleitoral, para tal, foi feito o levantamento das quotas dos Associados, de forma a verificar os que estão financeiramente elegíveis para irem a eleições e os que não verificam os critérios de entrada para as eleições. Para tal foi necessária uma reunião com o Diretor DAF, Joana Sampaio, de forma a averiguar quais as empresas que têm o pagamento das quotas em dia e as que tinham as cotas em atraso. No caso das empresas que têm quotas em atraso não têm direito de voto nas eleições. Tendo sido feita esta verificação, foi elaborada uma tabela Excel, para a realização do check-in nas eleições, com todos os parceiros da ATPNP e os seus representantes para eleições. A verde todos os parceiros com as cotas em dia, e a vermelho os parceiros com quotas em atraso de forma a facilitar interpretação visual da tabela para os colaboradores e Associados da ATPNP, que pode ser visto no anexo 5.

Seguiu-se o desenvolvimento dos boletins de votos. O modelo foi desenvolvido por mim e pelo responsável do gabinete do associado, Tiago Martins, que contém o logo da ATPNP, com o título “Eleições de representante de classes do triénio 2023-25”. Cada classe teve um boletim de voto diferente, assinalado devidamente, como o candidato para a sua classe, assim como o suplente, que tem como função substituir o associado principal nas suas funções. De seguida foram impressos os boletins de voto e conseqüentemente cortados e colocados no local das votações.

Figura 12: Boletim de votos da Reunião de Classes

ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO E NORTE
CONVENTIONVISITORS BUREAU

ELEIÇÕES DO REPRESENTANTE DE CLASSE TRIÉNIO 2023-2025

Classe A

Empresa/Representante candidata(o):
Hilton Porto Gaia/ Mónica Gonçalves

Empresa/Representante suplente:
Vila Foz Hotel & Spa/ Susana Tavares

Fonte: Próprio

No dia da eleição foi organizada a sala de check-in, com os boletins de votos, a lista com todos os Associados com o respetivo representante e a urna de voto. O check-in foi realizado pelo Tiago Martins, do GA, Joana Sampaio do DAF, Filipa Gomes, TAF e por mim, entre as 11h e as 13h30. No fim da eleição realizou-se o procedimento de contagem de votos, sendo o júri constituído pelo coordenador do GA, Tiago Martins, a Diretor DAF, Joana Sampaio, o Técnico TAF, Filipa Gomes e por mim. No fim deste procedimento, realizei a tarefa de desenvolver a ata da eleição, com o local, data, hora e o registo dos resultados das eleições, uma pequena descrição dos acontecimentos, os vencedores de cada classe, os suplentes e o número de votos obtidos.

Estas eleições foram importantes porque permitiu, não só, ter um contacto direto com os Associados, mas também aprender a lidar com o stress inerente de realizar um check-in e com a pressão de realizar todas as tarefas na perfeição.

B) Preparação da eleição dos Órgãos Sociais

Os Órgãos Sociais, com exceção dos membros do Conselho Estratégico, são eleitos por meio de lista, em Assembleia Geral convocada para o efeito. O mandato

dos membros dos Órgãos Sociais tem a duração de três anos, sendo permitida a reeleição para qualquer cargo, sem limitação alguma quanto ao número de mandatos, pelo que as eleições realizadas correspondem ao triénio 2023-25. Na preparação para a Assembleia Geral de 15 de dezembro, fui responsável pela elaboração da capa da Assembleia Geral, que por lei, deve estar à disposição e apreciação dos Associados. Esta capa contém, a convocatória para a Assembleia, os estatutos da ATPNP, o Regulamento Eleitoral da ATPNP e o Caderno Eleitoral. A convocatória foi realizada pelo coordenador do GA, Tiago Martins, de acordo com a lei, 30 dias antes da realização da assembleia. O caderno eleitoral foi desenvolvido por mim e pelo coordenador do GA, Tiago Martins, que é possível ver no anexo 6. Numa tabela Excel, foram inseridos todos os Associados, com a respetiva classe, a que o grupo pertence, no caso de pertencer a um grupo, o representante do Associado que vai votar e ainda espaço de assinatura. À semelhança, do Caderno Eleitoral das Eleições de Classes, foi realizada uma reunião com o Coordenadora do DAF, Joana Sampaio, para verificar a situação financeira dos Associados, os que têm quotas em atraso não podem, por lei, votar. Na tabela, a verde, os Associados que podem votar e a amarelo os associados que não podem votar.

De seguida, elaborei um conjunto de documentos, que podem ser vistos no anexo 7 para a Assembleia Geral, necessários por lei, como as Declarações de Aceitação à Mesa da Assembleia Geral, as Declarações de aceitação ao Conselho Fiscal e as Declarações de Aceitação à Direção.

A preparação seguiu-se com o desenvolvimento dos boletins de votos. O modelo foi desenvolvido por mim e pelo coordenador do GA, Tiago Martins, que contém o logo da ATPNP, o título “Eleição dos Órgãos Sociais da Associação de Turismo do Porto Triénio 2023-25”, como o candidato para a presidência da ATPNP, que no caso foi lista única, e finalmente foram impressos os boletins de voto e consequentemente cortados.

Figura 13: Boletim de voto dos Órgãos Sociais

ASSOCIAÇÃO
DE TURISMO DO
PORTO
E NORTE
CONVENTIONEVISITORS BUREAU

Eleição dos Órgãos Sociais da Associação de Turismo do Porto
Triénio 2023-25

• **Lista A (Lista única)**

Fonte: próprio

No dia da Assembleia, eu e o coordenador do GA, Tiago Martins, preparamos a mesa de receção, com os Cadernos Eleitorais, os dois boletins de voto e todo o material necessário para a realização do check-in e da votação. O check-in foi igualmente realizado por mim e pelo coordenador do GA, Tiago Martins.

5.1.10. Participação em reuniões

A) Participação na Reunião de possível entrada de uma empresa para a associação

No decorrer do estágio, foi-me dada a oportunidade de assistir às reuniões de admissão de novos associados. A primeira reunião que participei destinou-se para a avaliação de uma possível filiação da empresa Tobogã com a ATPNP. A reunião contou com a presença da Diretora Departamento de Acolhimento e Comercialização, o responsável do Gabinete do Associado, o Técnico de Atendimento desde 2021 e ainda o responsável pela empresa Tobogã.

Esta reunião consiste no primeiro contacto entre a ATPNP e a empresa que tenciona aderir, neste caso a Tobogã, de forma a que a empresa perceba de que forma a ATPNP funciona e quais as vantagens e desvantagens de aderir à Associação. Serve

também para a ATPNP aferir quais os serviços e produtos da empresa em questão têm para oferecer e de que forma a sua entrada pode ser uma mais valia.

A reunião começou com uma pequena apresentação do Tiago Martins, sobre o funcionamento da ATPNP, explicando todo o funcionamento da ATPNP e quais os seus benefícios. De seguida pediu que a empresa Tobogã fizesse igualmente uma apresentação de forma a perceber os serviços que oferece e de que forma pode ser uma mais valia para ATPNP.

De seguida a Diretora Departamento de Acolhimento e Comercialização, explicou as duas vertentes, o Frontoffice e o Backoffice, e de que forma poderia a Tobogã ser comercializada nessas duas vertentes. Comunicou ainda algumas das mudanças no comportamento de compra dos turistas nos postos de turismo, pós pandemia Covid-19, no qual os turistas procuram cada vez mais experiências na Região do Gerês e Turismo de Natureza e sustentabilidade, o que seria um benefício para a ATPNP visto que a Tobogã opera no Gerês. Foram feitas algumas questões por parte dos representantes da ATPNP, tanto por parte da Diretora do AC como do responsável do GA, relacionadas com a disponibilidade de guias, e que línguas estão disponíveis para os visitantes, assim como, com a dificuldade dos serviços oferecidos e o tempo de duração do Aeroporto do Porto até às instalações da Tobogã de forma a perceber de que forma seria necessário serviço de transfer para os turistas. Todas estas questões foram debatidas entre os representantes da ATPNP e o representante da Tobogã, de forma a perceber se a Tobogã é a empresa ideal para ser comercializada pela ATPNP e também se a Tobogã se encontra interessada em aderir à ATPNP.

Esta reunião foi importante para perceber e entender a dinâmica de trabalho em reunião, e de que forma a ATPNP apresenta e promove os seus produtos e serviços perante possíveis clientes, e também, de que forma os clientes promovem as suas empresas perante uma oportunidade tão grande como é a integração numa Associação tão importante no Norte de Portugal.

B) Reunião de abordagem de pré-adesões ao Marketplace

Para o ano de 2023 a ATPNP tem o objetivo de implementar o projeto do Marketplace, que advém do Programa de Formação-Ação “Melhor Turismo 2020”, que segundo o Plano de Atividades e Orçamento 2023, tem como foco o

desenvolvimento em torno do programa que visa atingir objetivos de alto nível no domínio da Digitalização.

Segundo Takahata (2017), “A palavra “marketplace”, vem do idioma inglês, resultante da junção das palavras market (mercado) e place (local).” (Takahata, 2017, p4). marketplace é o local onde se comercializa produtos e serviços. Takahata acrescenta ainda que, “No “mundo real” temos os shoppings centers. Já no “mundo virtual” temos os marketplaces, que são como “shopping centers” virtuais que agrupam lojas virtuais com o objetivo de, assim como um shopping center, comercializar produtos e serviços. “(Takahata, 2017, p4).

Já para Page (2009), o e-turismo é um meio onde as empresas de turismo podem comercializar e comunicar os seus serviços e produtos com os consumidores por meio da internet.

A reunião que presenciei vem neste enquadramento, uma vez que nem todos os Associados têm conhecimentos sobre o que é um Marketplace e como funciona, nem têm conhecimentos na área do marketing digital.

Para que todos os associados estejam a par do Marketplace e de que forma funciona, a ATPNP desenvolveu uma parceria com a empresa de consultoria Telheiro & Gonçalves, de forma a diagnosticar cada empresa relativamente ao marketing digital de cada empresa e de que forma utiliza as ferramentas digitais, como as redes sociais e website. Consequentemente, a empresas fará uma formação aos Associados, que não tenham conhecimentos sobre marketing digital, dependendo da necessidade de cada empresa.

A reunião que participei entre a ATPNP e a Telheiro & Gonçalves, tratou-se maioritariamente, de um diálogo em que ambas as partes tiraram as suas dúvidas sobre qual o papel que cada parte vai ter na fase de diagnóstico e de formação.

C) Participação na reunião de adesão ao Marketplace da Portugal excellence Tours

Na sequência da última reunião projeto do Marketplace, foi estabelecido que se faria uma reunião com setenta associados de forma individual para que fosse explicado o que é o Marketplace e como funciona de modo a perceber se os Associados estão interessados em aderir ao projeto. No caso de estarem interessados em entrar no projeto Marketplace será feita uma consultoria digital à empresa e de seguida um

projeto de Formação/Ação que seria feita por parte da Telheiros & Gonçalves, de forma a preparar os responsáveis das empresas para trabalharem com a plataforma Marketplace. Foi possível assistir às primeiras duas reuniões, a primeira com a empresa Portugal Excellence Tours, no qual esteve presente o coordenador do GA, Tiago Martins, Diretora DAC, Georgina Ferreira, a representante pela empresa Telheiros & Gonçalves, Joana Silva, o consultor da Telheiro & Gonçalves João Santos e ainda Guilherme Ferreira representante da excellence tours. Foi também apresentado à empresa o projeto Marketplace, o seu funcionamento, as vantagens e qual o papel da Excellence Tour neste projeto. O objetivo inicial desta reunião é convencer as empresas a entrar no projeto Marketplace.

A segunda parte da reunião consistiu em questionário por parte do João Santos ao responsável da Excellence Tours, de forma a fazer um diagnóstico sobre o nível de digitalização da empresa e qual o nível de conhecimento sobre redes sociais, marketing digital, o uso da digitalização e a otimização do CEO.

O objetivo seguinte é reunir mais 69 empresas de forma a fazer um diagnóstico das mesmas, com o objetivo de conseguir a inscrição de pelo menos 70 empresas no projeto do Marketplace.

D) Reunião com associado sobre PCVs

Foi também possível participar numa reunião de esclarecimento de dúvidas com o Hotel Meira, sobre os PCV (Plano de comercialização e Vendas), que visam incentivar e alinhar a promoção externa das empresas com o Plano de Marca Regional.

Na reunião foram colocadas algumas questões sobre a elaboração do PCV em relação a pagamentos, NIF e ainda sobre questões relativas à sustentabilidade, um dos focos principais dos PCVs. Essas dúvidas foram esclarecidas pelo coordenador do GB, Tiago Burmester Martins e pelo Diretor AD, Joana Sampaio.

E) Participação na Reunião de Esclarecimento de dúvidas

Foi também possível assistir a uma reunião de esclarecimento de dúvidas, sobre o projeto melhor turismo Programa de Formação-Ação “Melhor Turismo 2020”, que tem como objetivo modernizar os modelos de negócio e as práticas de gestão de forma a afirmar Portugal como destino turístico de referência.

As dúvidas surgiram entre a empresa Telheiros e um Associado, que divergiam em algumas partes do projeto, o que estava a afetar a conclusão do mesmo. Este esclarecimento de dúvidas foi mediado pelo coordenador do GA, Tiago Martins e pela Georgina, que ouviram os problemas e dúvidas de ambas as partes e chegaram a um consenso do que seria a melhor estratégia a tomar de forma a agradar a ambas as partes, e fazer como que o projeto de conclua.

Foi importante assistir a esta reunião para verificar como mediar uma reunião em que os intervenientes têm posições bastantes fixas sobre um assunto. É importante assumir a responsabilidade e conduzir de forma organizada os principais assuntos e temas deste compromisso, demonstrar que valoriza as opiniões dos seus Associados e decidir de forma rápida e prática o problema, de modo a encontrar uma solução que agrade ambas as partes.

VI. Considerações Finais

O presente relatório enquadra-se no estágio curricular realizado, com vista à conclusão do Mestrado em Administração e Gestão no Turismo. O objetivo principal é descrever as tarefas realizadas e as funções desempenhadas, as aprendizagens, conhecimentos e competências.

O estágio curricular é provavelmente, a etapa mais ansiada e mais importante na vida escolar de um aluno, proporcionando uma nova experiência, nomeadamente no contexto profissional, onde são testados os nossos conhecimentos e os nossos limites.

É importante realçar a excelente receção que tive na instituição de estágio por parte de todos os profissionais envolvidos, em especial do meu coordenador, por todos os conhecimentos que me passou e que sempre me apoiou. Este contacto e inserção numa equipa coesa de profissionais foi fundamental no desenvolvimento de capacidades de comunicação e relação interpessoal, e também na troca de perspetivas e conhecimentos.

Ao longo do tempo que passei na ATPNP, todos os momentos foram de satisfação, visto que tive o apoio de todo o pessoal. Todo o período de estágio foi bastante benéfico visto ter sido um período de grande aprendizagem.

Como é demonstrado no relatório, os objetivos são bastante versáteis, já que as

funções inerentes à conclusão dos objetivos versavam tarefas bastante diversas, divididas: por um lado, solicita-se um trabalho mais prático de atualização do website, por outro lado, exige-se o apoio nas atividades inerente ao Gabinete do Associado, o que pressupõe uma série de tarefas de âmbito mais teórico.

Posso declarar que fiquei bastante entusiasmado com o trabalho proposto, visto que tive a oportunidade de aplicar alguns conhecimentos teóricos anteriormente adquiridos, assim como adquirir novos conhecimentos e dinâmicas de trabalho.

Através da minha participação como estagiário na Associação de Turismo do Porto, para além da aproximação à realidade profissional, foi-me permitido um acesso mais profundo a uma área de administração. Deste modo pude, por um lado, aumentar os conhecimentos nessa área, que não tinha até então e consolidar alguns conhecimentos desenvolvidos ao longo do curso, como a gestão de um website e a utilização de ferramentas como Excel e Word. Por outro lado, ao incutir-me responsabilidade profissional, permitiu-me reforçar a capacidade de reconhecer as minhas competências e habilidades para contribuir para o sucesso da organização, mas também responder perante as minhas ações e possíveis erros. A capacidade de lidar com a pressão, seja pelo facto de haver prazos de algumas tarefas ou simplesmente pelo desejo de não falhar, levou-me a perceber que falhar também é importante para melhorar, perceber que não é possível saber tudo e que ainda há espaço para mais conhecimento.

O estágio permitiu-me ainda concluir que a gestão de um destino turístico é um processo bastante complexo que envolve conhecimentos das mais variadas áreas, desde conhecimentos sobre o turismo, marketing promocional, empreendedorismo, línguas, gestão de projetos, gestão de pessoas, entre outras. No estágio na ATPNP foi possível ter contacto com algumas destas áreas, ao qual nunca tinha tido contactado, como a gestão de projetos e a gestão de pessoas, e a importância destas para uma gestão eficaz de um destino turístico.

É de sublinhar, uma vez mais, a importância das instituições públicas e privadas para o desenvolvimento do turismo em Portugal. Estas instituições, onde está incluída a Associação de Turismo do Porto e Norte, contribuem através do desenvolvimento de atividades, eventos e ações promocionais para o desenvolvimento do destino turístico nacional, assim como, o aumento do reconhecimento a nível mundial. É importante referir também que a importância do turismo para o crescimento económico é o resultado do trabalho desenvolvido por todas as Instituições de

Turismo, sejam elas privadas ou públicas. Fazer parte deste trabalho, mesmo que durante apenas três meses, foi assim, muito enriquecedor.

Refira-se, no entanto, como em qualquer situação ou experiência, existem sempre pontos menos positivos ou limitações. O tempo de duração do estágio de apenas 450 horas, cerca de três meses, é limitado, pelo que não permitiu um maior envolvimento nas atividades da Associação e com a equipa de profissionais. Algumas das atividades sobre as quais gostaria de ter tido oportunidade de aprofundar, como a participação no departamento de apoio à venda e acolhimento e comercialização que têm tarefas com um contacto mais profundo com o turismo, não foram assim possíveis de concretizar.

Quanto às maiores dificuldades sentidas no estágio, estiveram relacionadas com apresentação à ATPNP, visto ser um momento crucial na adaptação a uma empresa, em que a primeira impressão é sempre a mais importante, existe a tendência de nos sentirmos observados.

Senti também a dificuldade em lidar com a pressão, seja por não querer falhar, lidar com prazos para desempenhar algumas tarefas ou lidar com críticas e perceber que não sabemos tudo e que ainda há espaço para melhorar. Contudo, considero que consegui ultrapassar essas dificuldades com bastante naturalidade desempenhando sempre as minhas tarefas dentro do prazo determinado.

Em suma, considero o estágio uma mais-valia, aprendizagens foram imensas assim como os conhecimentos adquiridos enriquecedores, permitiu-me conhecer e ter contacto com pessoas novas e com realidades bastante diferentes, até então desconhecidas. Considero ainda que este estágio foi fundamental no meu desenvolvimento pessoal e profissional, e será a base do que será a minha carreira e futuro no mundo do turismo.

Referencias

Amado, A. As implicações da Gestão do valor público no sector público do Turismo. Dissertação de Mestrado. Instituto Bissaya Barreto. Coimbra. P.109.2008. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/29506/1/As%20Implica%C3%A7%C3%B5es%20da%20Gest%C3%A3o%20do%20Valor%20P%C3%BAblico%20no%20Sector%20P%C3%BAblico%20do%20Turismo.pdf>. Acedido a 28 de fevereiro de 2023.

Amaral Júnior, J. B. C. (2008). O Turismo na periferia do capitalismo: A revelação de um cartão postal. 650 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Disponível em: <https://tede.pucsp.br/bitstream/handle/3904/1/Jose%20Bento%20Carlos%20Amaral%20Junior.pdf>. Acedido em: 3 de fevereiro 2023.

Arquivo de Ciência e Tecnologia – Fundação para a Ciência e a Tecnologia. Glossário de termos arquivísticos. (2018). Disponível em: <https://act.fct.pt/wp-content/uploads/2018/09/Gloss%C3%A1rio-ACT-Outubro2018.pdf>. Acedido em: 14 de fevereiro de 2023.

Associação de Turismo do Porto e Norte. Disponível em: <https://www.portocvb.com/>. Acedido em: 27 de janeiro 2023.

Boyer, M. (2000). Histoire De l'invention du Tourism XVI – XIX siècles. Disponível em: <http://excerpts.numilog.com/books/9782876785748.pdf>. Acedido em: 2 de fevereiro de 2023

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte. Norte – Portugal uma Região Única. Disponível em: https://www.ccdr-n.pt/storage/app/media/files/af_ccdrn_brochura_regiao_pt.pdf. Acedido em: 28 de janeiro 2023.

Baracho, Daniel da Costa. B223c Customer Relationship Management (CRM): gestão de relacionamento com o cliente / Daniel da Costa Baracho. – 2012. 47 f., enc.: il. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-AQ3J6F/1/daniel_c_baracho_monografia.pdf. Acedido em: 13 de fevereiro de 2023.

FACHIN, O. Fundamentos da metodologia científica: noções básicas em pesquisa científica. 6. ed. São Paulo: 2017. Disponível em: <http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/74302802/FACHIN-Odilia-fundamentos-de-Metodologia.pdf>. Acedido a 27 de maio de 2023.

Hurne, P. (2005). MOBILE COMMUNICATION AND WORK PRACTICES IN KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATIONS. Finnish University Network of Communication Sciences & University of Jyväskylä, Finland. Disponível em: https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/20175/HT_2005_v01_n01_p_101-108.pdf?sequence=1. Acedido em: 15 de fevereiro de 2023.

Instituto Nacional de Estatísticas. Estatísticas do Turismo – 2021. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=22122921&PUBLICACOESmodo=2. Acedido em: 5 de fevereiro de 2023.

Instituto Nacional de Estatística. Atividades Turística. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaquas&DESTAQUESdest_boui=539849079&DESTAQUESmodo=2. Acedido em: 29 de janeiro 2023.

Instituto Nacional de Estatística. Estimativa preliminar da Conta Satélite do setor para 2021. Disponível em: [file:///C:/Users/pedro/Downloads/27ContSatTurismo%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/pedro/Downloads/27ContSatTurismo%20(2).pdf). Acedido a: 9 de junho de 2023.

Page, S.J. (2009) Tourism Management managing for change thord Editions. Linacre House, Jordan Hill, Oxford. Butterworth-Heinemann. Disponível em: <https://nibmehub.com/opac-service/pdf/read/Tourism%20Management%20%20an%20introduction-%203rd%20edition.pdf>. Acedido a 10 de março de 2023.

Plano de Recuperação e Resiliência. 2021-2026. COMPONENTE 19 – TRANSIÇÃO DIGITAL DA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: CAPACITAÇÃO, DIGITALIZAÇÃO, INTEROPERABILIDADE E CIBERSEGURANÇA. Disponível em: <https://dados.gov.pt/s/resources/documentacao-do-prr/20210502-190342/39-20210421-componente19vf.pdf>. Acedida a: 22 de março de 2023.

PORDATA. Disponível em: <https://www.pordata.pt/O+que+sao+NUTS>. Acedido em: e de fevereiro de 2023.

Portaria nº228/2012 de 25 de outubro. Diário da República Diário da República n.º 207/2012, Série I de 2012-10-25, páginas 6033 – 6038. Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território. Disponível em: <https://dre.pt/dre/detalhe/decreto-lei/228-2012-192426>. Acedido em: 13 de fevereiro de 2023.

Portaria nº 384/2015, de 26 de outubro. Diário da República n.º 209/2015, Série I de 2015-10-26, páginas 9224 – 9227. Ministérios das Finanças e da Economia. Disponível em: <https://dre.pt/dre/detalhe/portaria/384-2015-70804092>. Acedido em: 10 de fevereiro 2023.

Reis, Luís. O arquivo e arquivística evolução histórica Biblios, vol. 7, núm. 24, abril-junio, 2006, p. 0 Julio Santillán Aldana, ed. Lima, Perú. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/161/16172402.pdf>. Acedido em: 14 de fevereiro de 2023.

TAKAHATA, Leonardo Eidy. E-commerce no Marketplace. 2017. 17 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Marketing Digital e Comércio Eletrônico) - Universidade do Sul de Santa Catarina, Santa Catarina, 2017. Disponível em: https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/12241/1/TCC_LEONARDO_EIDY_TAKAHATA.pdf. Acedido em: 6 de março de 2023.

TravelBI. Portugal 2021 Mercado em números. Disponível em: [file:///C:/Users/pedro/Downloads/Mercado%20em%20N%C3%BAmeros%20Portugal%20-%202022%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/pedro/Downloads/Mercado%20em%20N%C3%BAmeros%20Portugal%20-%202022%20(2).pdf). Acedido em: 24 de janeiro 2023.

Turismo de Portugal. Estratégia de Turismo 2027. Disponível em: <https://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>. Acedido em: 27 de fevereiro de 2023.

Turismo de Portugal. Manual de Gestão de Destinos Turísticos. Disponível em: <https://www.chaves.pt/uploads/document/file/1460/manual-de-gestao-de-destinos-turisticos-acessiveis-pt.pdf>. Acedido em: 7 de fevereiro de 2023.

UNWTO. A Practical Guide to Tourism Destination Management (2007). Madrid, Spain. Disponível em: <https://docplayer.net/21304038-A-practical-guide-to-tourism-destination-management.html>. Acedido a 11 de maro de 2023.

UNWTO. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Madrid/New York: United Nations. Disponível em: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21. Acedido em: 9 de fevereiro de 2023.

World Travel & Tourism Council. Portugal's Travel & Tourism could surpass pre-pandemic levels in 2023, disponível em: <https://wttc.org/LinkClick.aspx?fileticket=P7yCZiAtdtg%3D&portalid=0>. Acedido em 15 de fevereiro de 2023.

Anexo

Anexo 1

Constituição da ATP

DIREÇÃO GERAL OPERACIONAL

Composta por Susana Ribeiro - Mestrado e Doutoramento em Turismo e Desenvolvimento. Técnica em áreas do turismo desde 1999, é docente e investigadora do ensino superior em turismo desde 2008. Dirigente do setor público e privado no setor do turismo na região Porto e Norte desde 2010, com maior destaque para a Direção do Departamento de Turismo da Câmara Municipal do Porto, Presidente da Direção da ATC Porto Tours, Founder da URWelcome2Visit, e mais recentemente diretora.

O Diretor Geral Operacional é designado pela Direção, para o exercício das funções previstas no artigo 22º dos Estatutos da ATP, e outras que sejam delegadas.

Apoio ao Associado

Coordenador do Gabinete do Associado - Tiago Burmester Martins, 48 anos. MBA Gestão de Empresas, Key Account Manager na área do Packaging Industrial com grande foco no Setor Vitivinícola de 2002 a 2019.

II&D

Gestora de Sistemas de Informação - Armanda Ribeiro. Licenciatura em Matemáticas Aplicadas e Informática, com 25 de experiência na direção das áreas de Tecnologias de Informação e de Inovação em diversas empresas nacionais e multinacionais, em variadas áreas de atividade (Têxtil, Saúde e Alimentar). Liderou projetos de inovação e digitalização de empresas e dos seus processos através da introdução de tecnologias e serviços.

Apoio à direção

Técnico Administrativo-Financeiro, Filipa Gomes, 37 anos. Licenciatura em Gestão e Planeamento em Turismo. Técnica na área de turismo desde 2007, com funções de técnica de atendimento até 2015 e com funções de técnica financeira e administrativa com assistência direta à direção, desde 2016.

Departamento Administrativo e Financeiro

Diretor Administrativo-Financeiro - Joana Sampaio, 43 anos. Licenciatura em Economia, Pós-Graduação em Auditoria e Contabilidade e MBA. Docente no Ensino Secundário das disciplinas de Economia, Organização Empresarial, Contabilidade, entre outras até 2018. Diretora Financeira na Cooperativa de Ensino Didáxis, coordenando os projetos QREN-POPH e P2020-POCH até 2016.

Coordenadora de Recursos Humanos - Paula Morais. Licenciatura em Direito. No Turismo, desde 2003, no âmbito do projeto Porto Tours, da Câmara Municipal do Porto. De 2006 a 2015, gestora na ATC- Porto Tours e por fusão por incorporação na ATP desde 2015.

Coordenadora Financeira - Branca Castro. Técnica de Gestão de Turismo, da Escola de Hotelaria e Turismo do Porto. De 2006 a 2017, exerceu funções administrativo-financeiras e de gestora de produto no âmbito do contrato com o Turismo de Portugal.

Técnico Administrativo-Financeiro, Ana Mesquita, 34 anos. Licenciatura em Gestão de Empresas. Auditora interna no Grupo Inditex entre 2012 e 2014, e na empresa Lopes Vinga, Artur Moreira & Associados, SROC. entre 2015 e 2017. Desde junho de 2017 responsável pela execução e acompanhamento do Protocolo no âmbito dos Planos de Comercialização e Vendas na ATP.

Técnico Administrativo-Financeiro, Helder Chantre, 43 anos. Bacharelato em Contabilidade e Auditoria. Administrativo-financeiro na Laskasas, S.A. entre novembro de 2020 e 30 de setembro de 2022. Gestor de produção na Sociedade Gráfica Marco, entre agosto de 2019 e outubro 2020. Administrativo-financeiro na Multiponto, S.A. entre março de 2008 a julho de 2019. Departamento administrativo financeiro na Prosa, S.A., entre 2007 e 2008.

Departamento de Acolhimento e Comercialização

Diretora Departamento de Acolhimento e Comercialização - Georgina Maria Pereira Ferreira Bordonhos. Licenciatura em Turismo e Licenciatura em História, com especialização em Marketing Internacional e Promoção Turística 1997, Especialização em Marketing Turístico 2005. Desempenhou funções de Chefe de Divisão Municipal

desde 2003, no município do Porto. Em 2014 ingressou na Associação de Turismo do Porto como responsável do Departamento de Acolhimento e Comercialização.

Técnica de Turismo Especialista desde 2015 - Lúcia Marisa Ferreira Leitão. Licenciatura em Ciências da Comunicação 2010, mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo 2018. Experiências anteriores: atendimento ao público 2006, Gerente de loja 2011, Gestão de escalas e equipas 2011, Rececionista de Hotel 2014. Atualmente Coordenação Front Office. Fluente em espanhol, inglês e francês.

Tourism Information Officer desde 2017 - Ana Isabel Costa e Silva, 30. Licenciatura em Turismo. Experiências anteriores: Técnica de Atendimento na Turismo Porto e Norte de Portugal, E.R 2014, Comercial 2015, Call Center Lufthansa 2016. Fluente em espanhol, inglês e francês. Tourism Information Officer desde 2017, Tatiana da Silva Lopes, 2 anos. Licenciatura em Turismo Território e Património. Experiências anteriores: Rececionista de Alojamento Local 2016, Atendimento ao público 2016. Atualmente responsável pelo Backoffice. Fluente em espanhol, inglês e francês.

Técnico de Atendimento desde 2021 - João Filipe Peixoto Lemos. Licenciatura em Turismo. Experiências anteriores: Representante Comercial, Malhas Lamel 2014, técnico de Dinamização Comercial 2018, Comercialização de artigos de artesanato 2017. Fluente em espanhol, inglês e francês.

Técnica de Atendimento desde 2021 - Telma Proença Martins. Licenciatura em Turismo, Território e Património em Coimbra, Mestrado em Gestão de Turismo na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Porto 2022. Experiências anteriores: Assistente de vendas na empresa Sociprime 2019, rececionista no Hostel Malu Hostel Design 2019, funcionária no restaurante Gaby - A Minha Casa. Fluente em espanhol, inglês e francês.

Técnico de Atendimento desde 2022 - Rui Lebreiro Pimenta. Licenciatura em Energias Renováveis pelo Instituto Superior da Maia 2014, Licenciatura em Biotecnologia Nível 6 QRQ. Experiências anteriores: Rececionista na Guest House Palácio Febizia 2017, Gestão do Alojamento Local Beautiful Apartments 2019, Guia turístico e desenvolvimento da aplicação mobil EKOESY.Ekoeasy, Gestão de clientes e Media Buyer na empresa Clever Advertising Group – Marketing e publicidade digital 2021. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Técnico de Atendimento desde 2022 - José Nogueira, 22 anos. Licenciatura em Turismo 2021. Experiência anterior: Serviço ao cliente no Burguer King da Maia

Técnica de Atendimento desde 2022, Silvana Sousa, 26 anos. Licenciatura em Turismo Território e Patrimónios, Universidade de Coimbra 2017. Experiências anteriores: Rececionista no Grande Hotel de Paris By Stay 2019, Rececionista Night Auditor no The Fullerton Hotel Sydney – Austrália, Rececionista no hotel Porto AS 1829. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Assistente Técnico desde 2022 - Ana Nunes. Curso Profissional de Técnico de Turismo 2019. Experiências anteriores: Estágio Profissional no hotel Holiday Inn 2018 e na empresa The Other Side 2020, com funções de atendimento ao cliente, apresentação dos principais pontos de interesse e comercialização de produtos turísticos. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Técnica de Atendimento desde 2022 - Isa Natércia Gorgulho. Licenciatura em Recreação Lazer e Turismo Universidade de Trás-os-Montes 2006, Mestrado em Turismo Universidade de Trás -os – Montes. Experiências anteriores: Informação turística e visitas guiadas à zona histórica da cidade de Lagos, Algarve 1999, Rececionista nos hotéis do Grupo Sonel Algarve SA, Rececionista no The Yetman, membro da Relais & Chateaux 2016, Rececionista no Hotel Torel Avantgarde 2017, Guia Turística de passeios a pé e com carrinha de 9 lugares no Douro Vinhateiro, Braga, Guimarães e Porto na empresa The Cooltours. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Técnica de Atendimento desde 2022 - Sara Faria. Licenciatura em Turismo no ISLA, Instituto Politécnico Gestão e Tecnologia 2011. Experiências anteriores: Técnica de Turismo na Agência de Viagens El Corte Inglês Boavista 2011, Chefe de Receção no 6only Guest House. Front office Manager no Cocorico Luxury Guesthouse. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Técnica de Atendimento desde 2022 - Maria Odete Ferreira. Licenciatura em Turismo, Território e Patrimónios Universidade de Coimbra 2018, mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo 2020 Universidade de Aveiro. Experiências anteriores: Estágio na empresa Opium na área do Planeamento e gestão de projetos culturais 2020, Rececionista no hotel Oliveira 2018. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Técnica de Atendimento desde 2022 - Eduarda Bastos 24 anos. Licenciatura em Turismo, Instituto Politécnico de Viseu 2018. Experiência anterior: Rececionista no hotel Mercure Porto Centro Santa Catarina 2021. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Técnico de Atendimento desde 2022 - José Almeida. Licenciatura em Turismo, Universidade de Aveiro 2019. Experiência anterior: Estágio Extracurricular na receção do hotel PraiaGolfê 2019. Fluente em Espanhol, Inglês e Francês.

Assistente Técnico desde 2022 - Ana Meireles. Terminou a Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas em setembro de 2022. Realizou o estágio profissional no Departamento de Acolhimento & comercialização/ postos de turismo.

Fiel de Armazém desde 2022, André Amaral. 12º ano escolaridade. Experiências anteriores: Preparador de Encomendas na SONAE 2012, Estafeta DHL 2015, Caixeiro Salvador Caetano 2015, Operador de Armazém CARF 2022.

Estafeta desde 2022 André Filipe Sousa. Curso Profissional 12º ano - Técnico de Turismo 2022. Experiência anterior: Estágio Pur Oporto Boutique Hotel 2022.

Departamento de comunicação & apoio à venda

Diretor de Marketing, Comunicação & Apoio à Venda – Carlos Bessa. Licenciatura e Mestrado em Marketing. 6 anos no marketing estratégico da Sonae nos temas de construção de marca e marketing digital e 1 ano na direção de Marketing da Associação Turismo dos Açores.

Técnica de Comunicação e Marketing - Diana Silva. Licenciatura e pós-graduação em Ciências da Comunicação, com especialização em Relações Públicas e Publicidade. Regressou ao Departamento de Marketing e Comunicação da ATP, onde começou a trabalhar em 2018, depois de uma passagem pela Livraria Lello, onde foi social media manager.

Gestora de Conteúdos, Filipa Vieira, 26 anos. Licenciatura em Gestão de Atividades Turísticas em 2016 tendo concluído em 2019 uma especialização em Empreendedorismo e Internacionalização. Trabalha no departamento de Marketing e Comunicação da ATP desde 2016, após ter realizado o seu estágio curricular.

Tradutora - Célia Maia. Licenciatura em Tradução e Interpretação Especializada e com Pós-Graduação em Tradução Assistida por Computador. Em 2015 começou a traduzir textos relacionados com a área do Turismo. As suas línguas de trabalho são o inglês, o francês e o castelhano.

Técnica de Comunicação e Marketing - Filipa Mesquita. Licenciatura em Ciências da Comunicação: Jornalismo, Assessoria e Multimédia, com vertente em Jornalismo. Jornalista desde 2015, passou por publicações impressas e online como o

JPN, Time Out Porto, NiT, Trivago Magazine, Attitude Interior Design Magazine e ZAP – aeiou.

Apoio à venda

Coordenadora do Apoio à Venda - Mariana Sousa - Fluente em Inglês e Espanhol. Licenciatura em Gestão Hoteleira, e Pós-graduação em Strategic Hospitality Marketing. Background em Hotelaria desde 2009, em unidades Internacionais tais como St. Regis New York, W Barcelona, e Le Meridien Barcelona. Em Portugal, deu continuidade em departamentos de Venda e Promoção Internacional em Hotelaria com funções de coordenação e estratégia em marcas como o Grupo Sana e Grupo Hotéis Real/Leading Hotels of The World.

Congress & Event Manager - Ana Santos. Licenciatura em Turismo e pós-graduação em Gestão Hoteleira. Técnica de turismo, com funções de front-office e de backoffice, de 2014 até 2018, na ATP.

Congress & Event Manager - Patrícia Morris. Curso Superior em Gestão e Planeamento em Turismo. 20 anos na indústria do turismo entre Product Manager e Event Manager em Agências DMC / PCOs. Formadora. Freelance como expert do destino no Porto e Norte até 2021.

Gestora de Mercado desde 2020, Cátia Barbosa. Pós-Graduação em Gestão e Marketing de Turismo, Especialização em Património e Turismo Cultural, Licenciatura em Gestão do Património. Técnica na área de Turismo desde 2013, na então Porto Tours e posteriormente ATP.

Gestora de Mercado desde 2018, Joana Pissarra. Licenciatura em Gestão Hoteleira. Estágio na Grécia na área de F&B em Hotel, estágio em Espanha em receção de Hotel. Estágio profissional na Associação de Turismo do Porto 9 meses.

Gestora de Mercado, Raquel Rodrigues. Pós-graduação em Administração de Turismo. Curso Geral de Gestão e Licenciatura em Tradução e Cultura Comparada. Experiência em gestão de empresas de turismo desde 2012. Gestora de Produto e da equipa Leisure na ATP entre 2015 e 2017. Experiência no desenvolvimento de projetos na área da consultoria cultural e estruturação de territórios de baixa densidade e em projetos de divulgação e comercialização de produtores e artesãos. Formadora.

Gestora de Mercado (estagiária) desde 2021, Maria Branquinho. Licenciatura em Turismo, Território e Patrimónios e Mestrado em Gestão de Destinos Turísticos. Experiência em front-office em hotelaria.

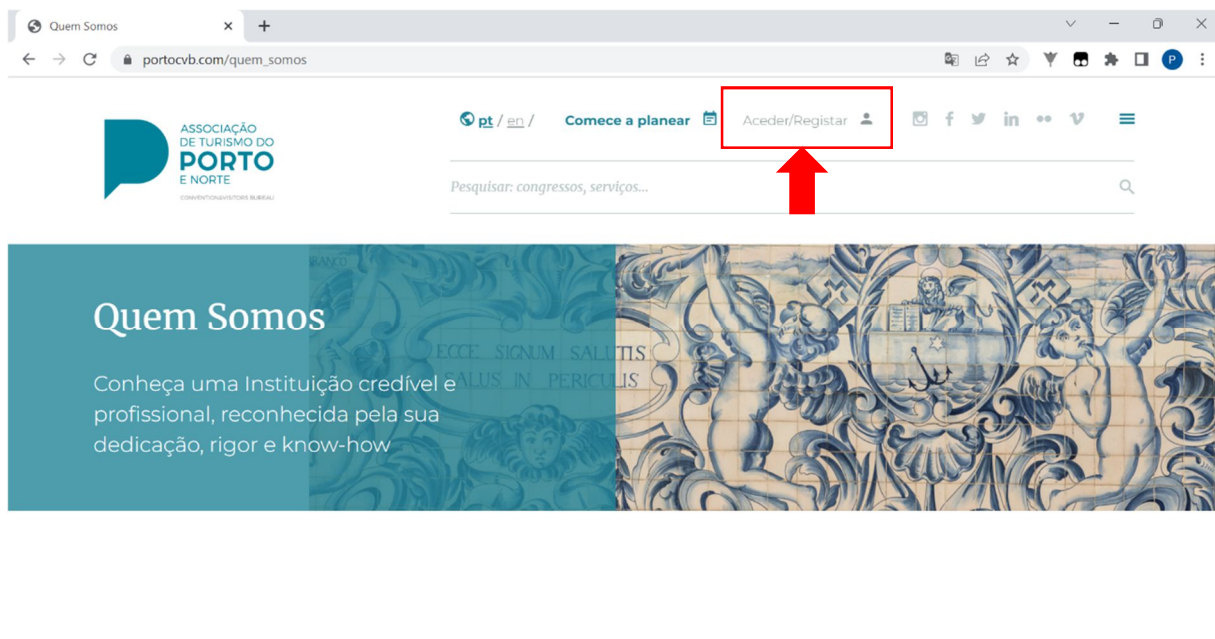
Anexo 2
Tabela de quotas

Categoria Associado		Serviço PROMOÇÃO	Serviço COMERCIALIZAÇÃO	Desconto 15%	Serviço PROMOÇÃO + COMERCIALIZAÇÃO	
Equiparado	Entidades Públicas					
	Institutos Públicos	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
	Empresas Públicas	2 500,00 €	1 875,00 €	281,25 €	4 093,75 €	
	Observadores (Municípios e Comunidades Intermunicipais)	1 750,00 €	n.a.	n.a.	n.a.	
	Associações Empresariais					
	Municípios					
	Aé 100 camas	1 750,00 €	1 312,50 €	196,88 €	2 865,63 €	
	Entre 101 e 500 camas	3 000,00 €	2 250,00 €	337,50 €	4 912,50 €	
	Entre 501 e 1.000 camas	7 500,00 €	5 625,00 €	843,75 €	12 281,25 €	
	Entre 1.001 e 5.000 camas	25 000,00 €	18 750,00 €	2 812,50 €	40 937,50 €	
Entre 5.001 e 10.000 camas	60 000,00 €	45 000,00 €	6 750,00 €	98 250,00 €		
Mais de 10.001 camas	90 000,00 €	67 500,00 €	10 125,00 €	147 375,00 €		
A aplicar aos Municípios, face à capacidade de alojamento (nº de camas) nos estabelecimentos hoteleiros (Fonte:INE, 2011)						
Parcelo	Classe A - Hotéis					
	Quota mínima por Hotel, após a qual se deverá aplicar o fator localização: Hotéis – aplicação da seguinte fórmula: [1]nº quartos (categorias "2")xcapacidade da maior sala]xquociente de localização Categoria = {1, 2, 3, 4, 5} Quociente de localização: - Porto e Vila Nova de Gaia – 1 - A&P (exceto Porto e Vila Nova de Gaia) – 0,8 - Norte – 0,7					
	5 estrelas	2 500,00 €	1 875,00 €	281,25 €	4 093,75 €	
	4 estrelas	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
	3 estrelas	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	2 estrelas	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Alojamento Local (hostels, guest houses, apartamentos turísticos, etc)	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Turismo Habitação/ Espaço Rural	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Quintas (com alojamento)	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Classe B - DMC's					
	DMC	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €	
	Tour Operadores	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €	
	Classe C - Centros de Congressos					
	Capacidade das Salas					
	até 200 pax	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	200-500 pax	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
	500-1.000 pax	3 750,00 €	2 812,50 €	421,88 €	6 140,63 €	
	+ 1.000 pax	5 000,00 €	3 750,00 €	562,50 €	8 187,50 €	
	Área Exposição					
	até 4.000 m2	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
4.000-8.000 m2	2 500,00 €	1 875,00 €	281,25 €	4 093,75 €		
8.000-12.000 m2	3 750,00 €	2 812,50 €	421,88 €	6 140,63 €		
+12.000 m2	5 000,00 €	3 750,00 €	562,50 €	8 187,50 €		
Classe D - PCO's						
	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €		
Classe E - Transportes	Companhias aéreas	2 500,00 €	1 875,00 €	281,25 €	4 093,75 €	
	Companhias ferroviárias	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Aluguer autocarros	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €	
	Empresas Rent-a-Car	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Aluguer de van, mini-van, autocaravanas, mini-autocaravanas	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Aluguer de barcos	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Aluguer de bicicletas, motos, e outros veículos	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Transfers e Shuttles	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Aluguer Táxi (privado) / Táxi Turismo	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Companhias de Cruzeiro	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Empresas de transporte de mercadorias	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Audiovisuais	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Montagem/ Equipamentos stands	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Agências Publicidade/ Comunicação/ Design	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Catering/ Organização eventos	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
Tradução/ Interpretação simultânea	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €		
Informática	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €		
Bancos	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €		
Guia intérprete/ Motorista de Turismo	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €		
Classe G - Venue places	Locais para eventos sociais/ culturais/ negócio	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €	
	Locais com serviço de catering: até 200 pax	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €	
	Locais com serviço de catering: 200-400 pax	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
	Locais com serviço de catering: 400-600 pax	1 750,00 €	1 312,50 €	196,88 €	2 865,63 €	
	Locais com serviço de catering: +600 pax	2 000,00 €	1 500,00 €	225,00 €	3 275,00 €	
Classe H - Circuitos turísticos/ Animação Turística	Helicóptero	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Barco	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Autocarro panorâmico	1 000,00 €	750,00 €	112,50 €	1 637,50 €	
	Animação turística: atividades radicais	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Animação turística: bicicletas, segway, pedestre, veículos elétricos, tuk tuk, motos, twizy, veículos similares	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Animação turística: van, mini-van, carro, autocaravanas, mini-autocaravanas,....	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Elétrico, teleférico, funicular	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
Classe I - Monumentos/ Museus/ Atrações Turísticas	Casinos	2 000,00 €	1 500,00 €	225,00 €	3 275,00 €	
	Bingos	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Campos de Golfe: 9 buracos	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Campos de Golfe: 18 buracos	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Shopping Centers	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
	Lojas comerciais	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Monumentos	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Museus	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Atrações turísticas	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Outros locais de visita	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Salas de espetáculo	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Empresas especializadas em desporto/ turismo náutico	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Classe J - Restaurantes/ Bares/ Enotecas	Restaurantes - capacidade até 60 pax	625,00 €	468,75 €	70,31 €	1 023,44 €
		Restaurantes - capacidade mais 60 pax	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €
Bares/ Discotecas		500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
Enotecas		500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
Classe K - Quintas e Caves de Vinho	Quintas (sem alojamento)	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Caves	1 500,00 €	1 125,00 €	168,75 €	2 456,25 €	
Classe L - Saúde e Bem-Estar	Hospitais	1 250,00 €	937,50 €	140,63 €	2 046,88 €	
	Empresa especializadas em saúde e bem estar	750,00 €	562,50 €	84,38 €	1 228,13 €	
	Termas	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
	Spa's	500,00 €	375,00 €	56,25 €	818,75 €	
Classe M: Consultoria	Planeamento		1 200,00 €	- €	1 200,00 €	
	Marketing		1 200,00 €	- €	1 200,00 €	
	Gestão		1 200,00 €	- €	1 200,00 €	
Classe N: Tecnologia			1 200,00 €	- €	1 200,00 €	

Anexo 3
Manual do Utilizador do portal PortoCVB

1º Passo: Inscrição de novo Parceiro.

-Aceder ao portal: <https://www.portocvb.com/>, e clicar em aceder/regar;



-Clicar em solicitar conta;



-Preencher a o registo da proposta de filiação, e clicar em enviar;

Registrar x +
portocvb.com/register

pt / en / Comece a planear Aceder/Registrar

Pesquisar: congressos, serviços...

1. Seleccione o(s) serviço(s) correspondente(s) à sua filiação *

- Promoção Externa
- Comercialização
- Ambos

2. Designação legal da entidade *

3. Marca comercial

Registrar x +
portocvb.com/register

pt / en / Comece a planear Aceder/Registrar

Pesquisar: congressos, serviços...

19. Observações *

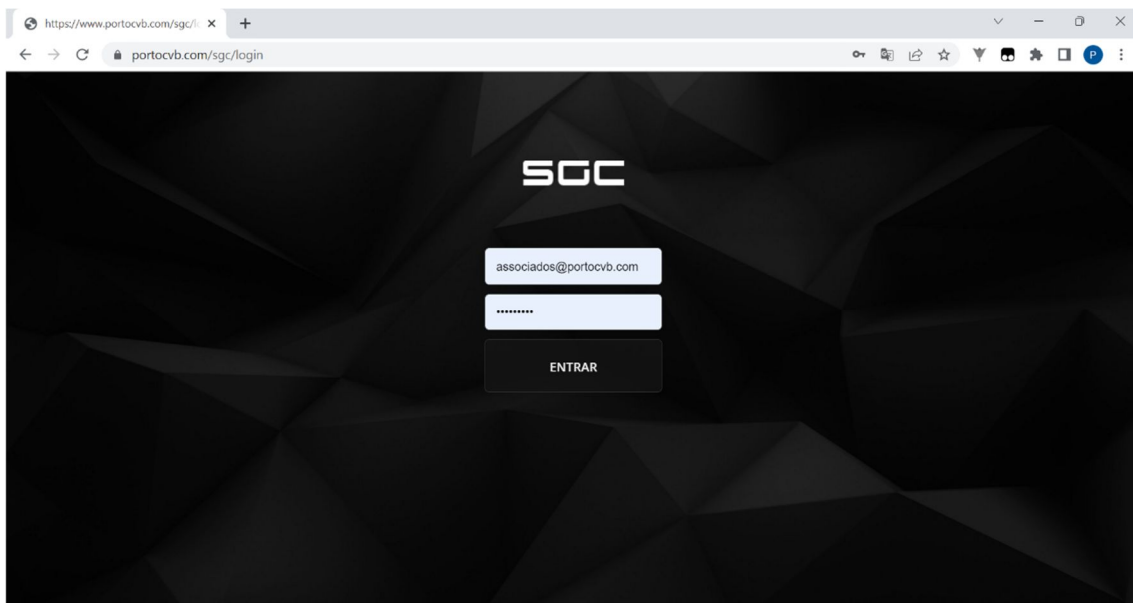
Autorizo o tratamento dos dados recolhidos no presente formulário. Para mais informações consulte os nossos [Termos de Utilização](#).

* Campo de preenchimento obrigatório

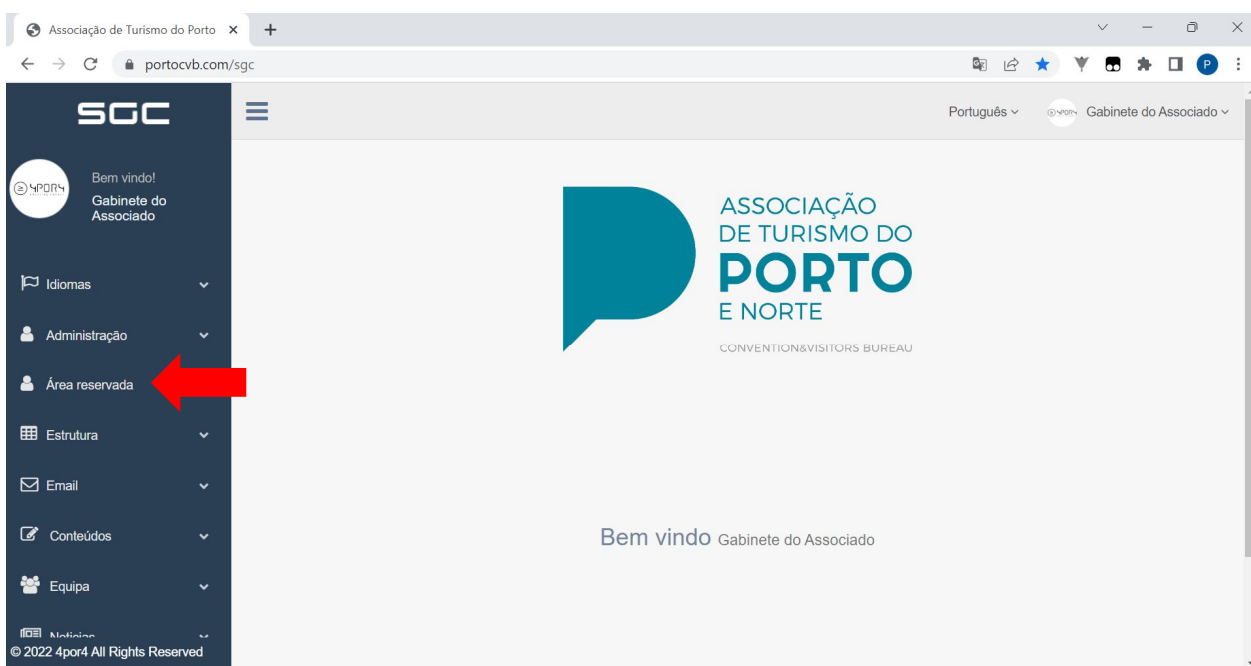
➔

2º Passo: Associar novo parceiro ao portal Portocvb.

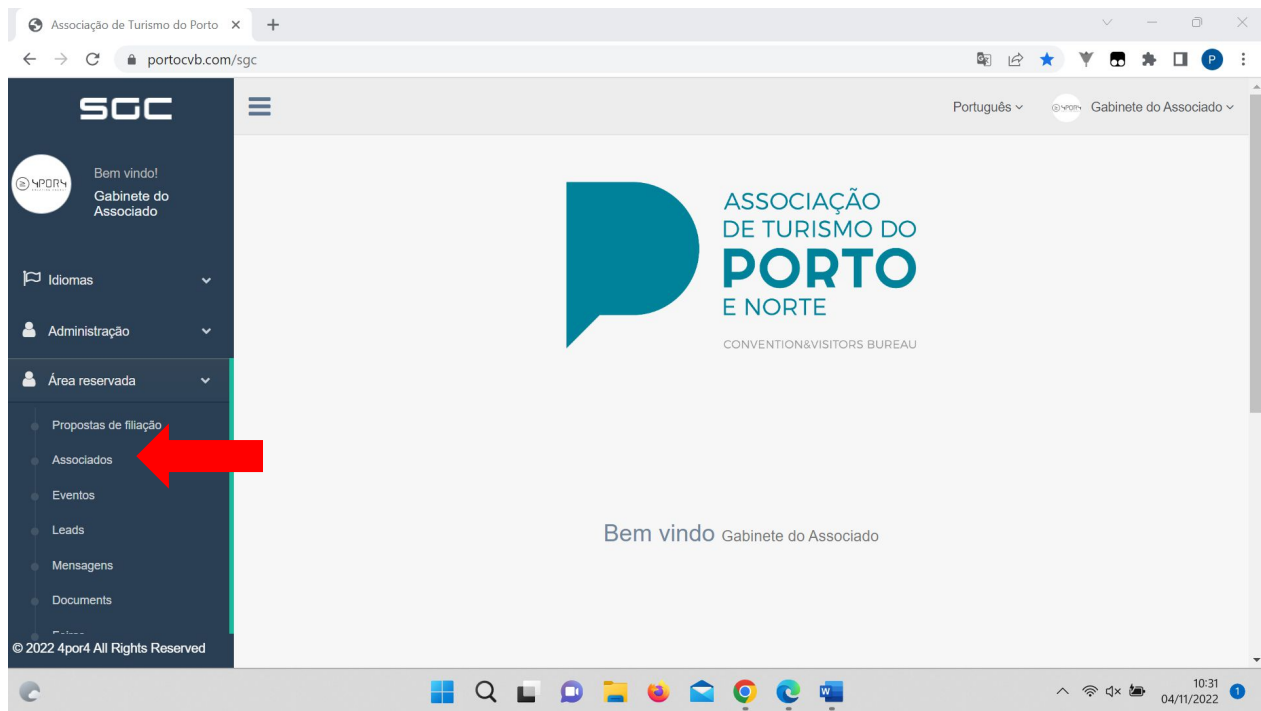
-Aceder ao Backoffice: <https://www.portocvb.com/sgc/login>, com o email associados@portocvb.com;



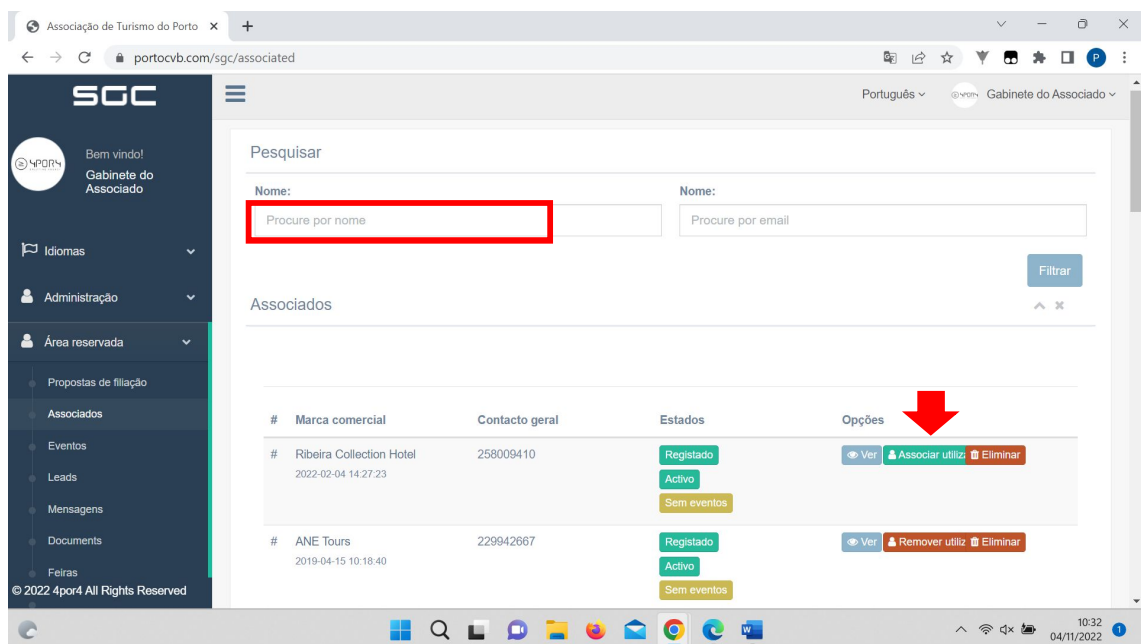
-Clicar em área reservada;



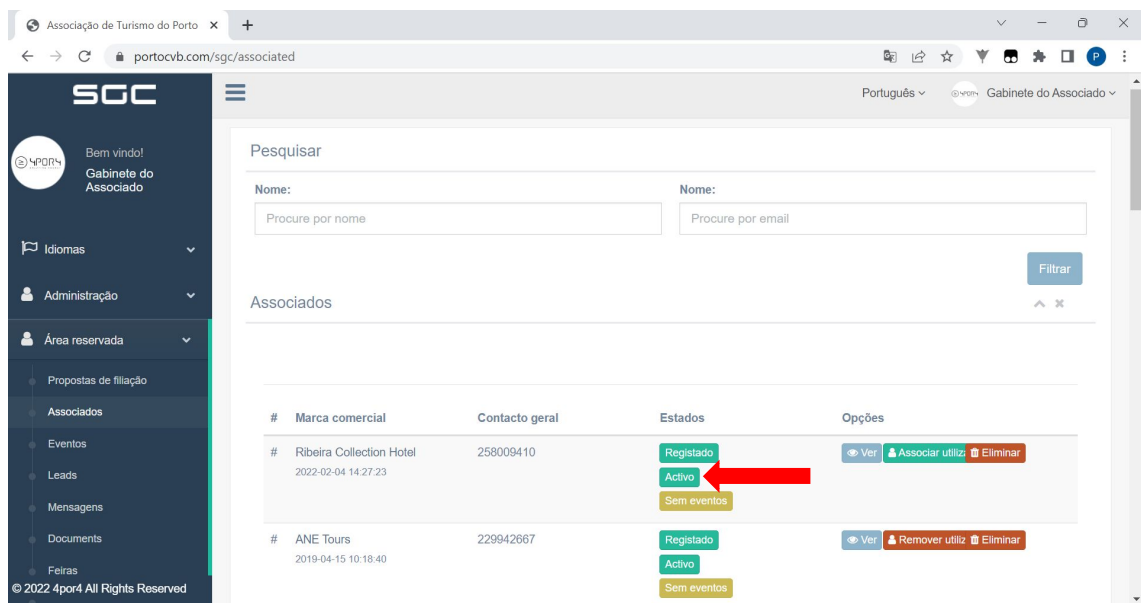
-Clicar em associados;



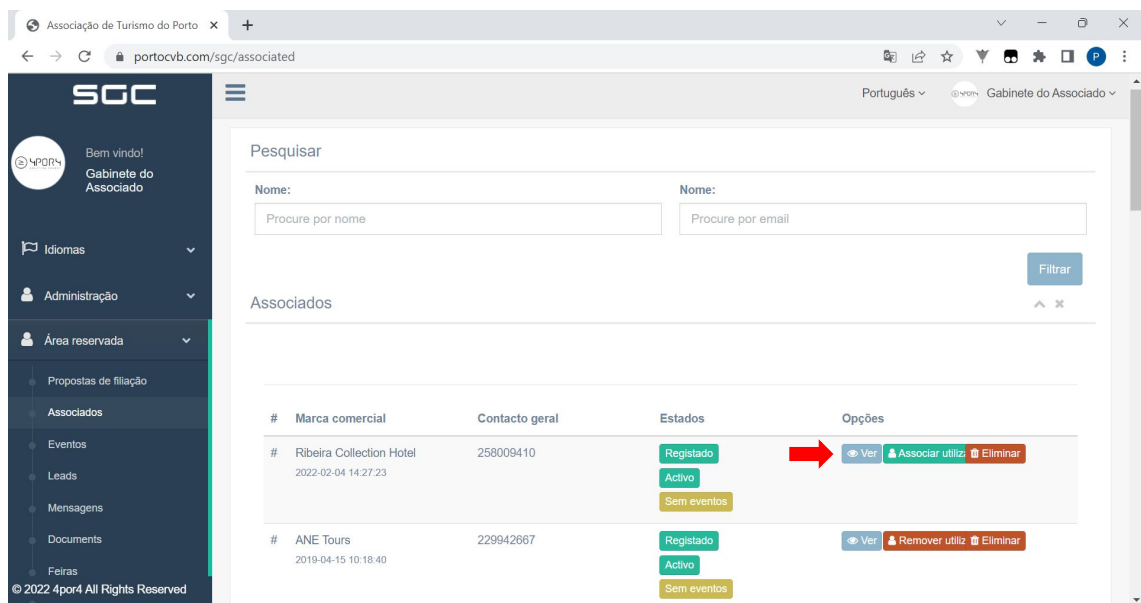
-Pesquisar pelo nome da empresa e clicar em associar utilizador;



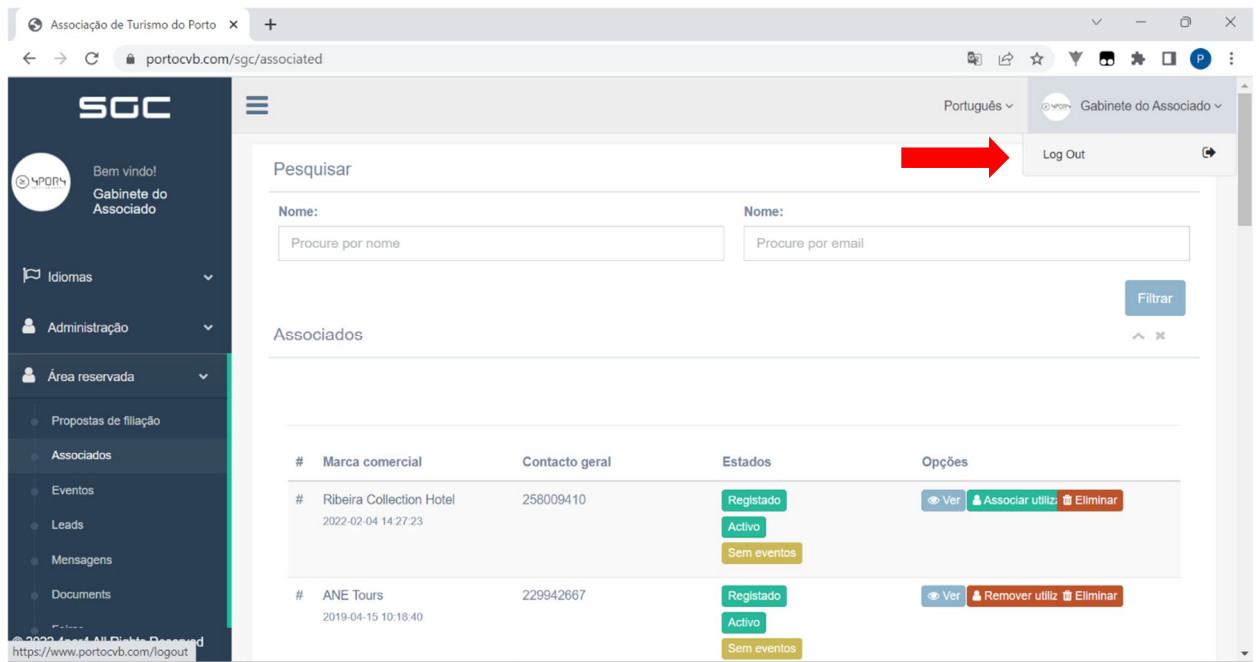
-Clicar em Activo para aparecer no site ou inativo para não aparecer no site



-Clicar em ver para rever informações da empresa;

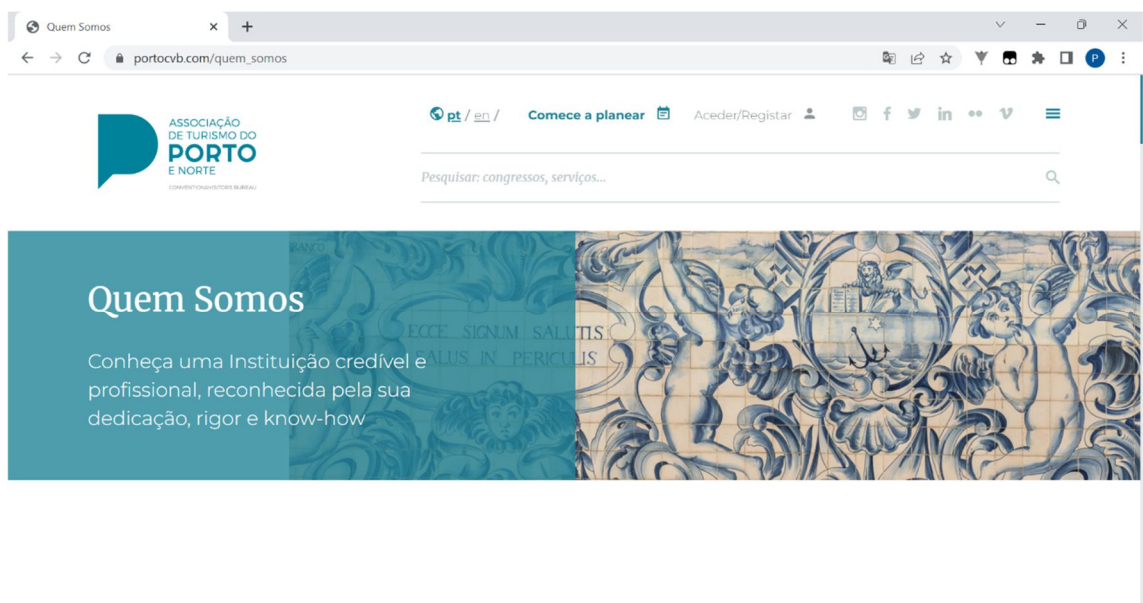


-Fazer log out.

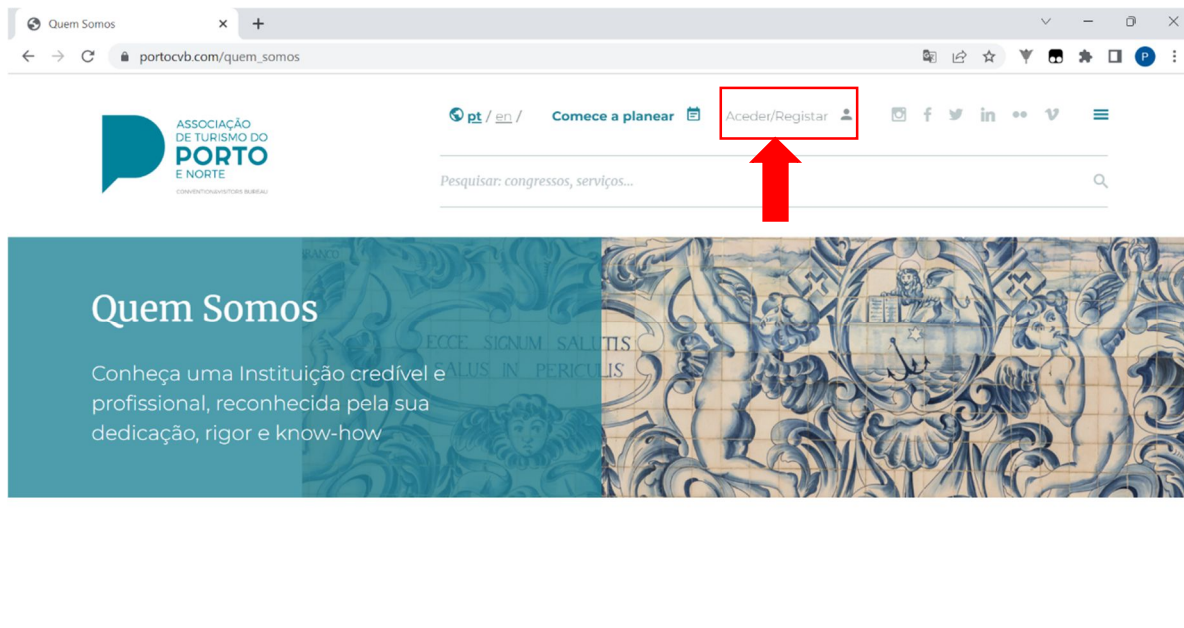


3º Passo: Editar perfil no portal Portcvb.

-Aceder ao portal: <https://www.portocvb.com/>.



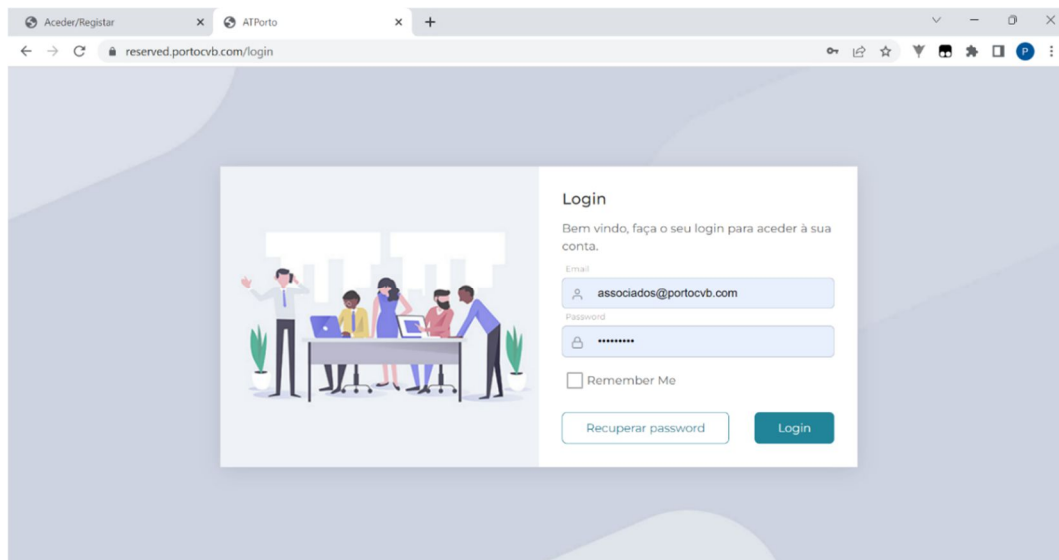
-Clicar em aceder/regar;ar;



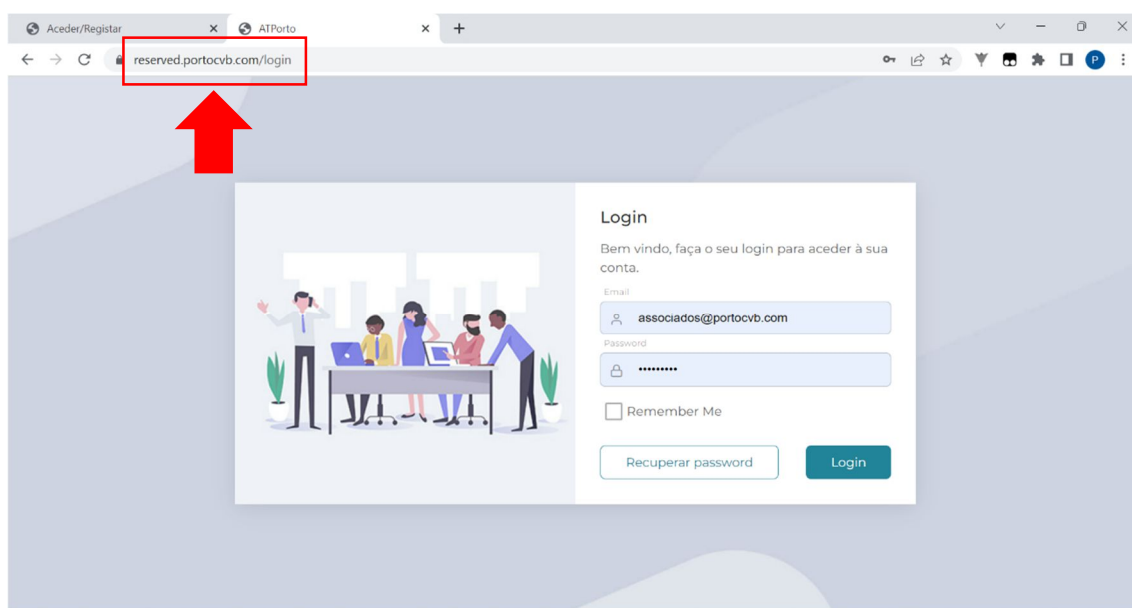
-Clicar em já tenho conta;



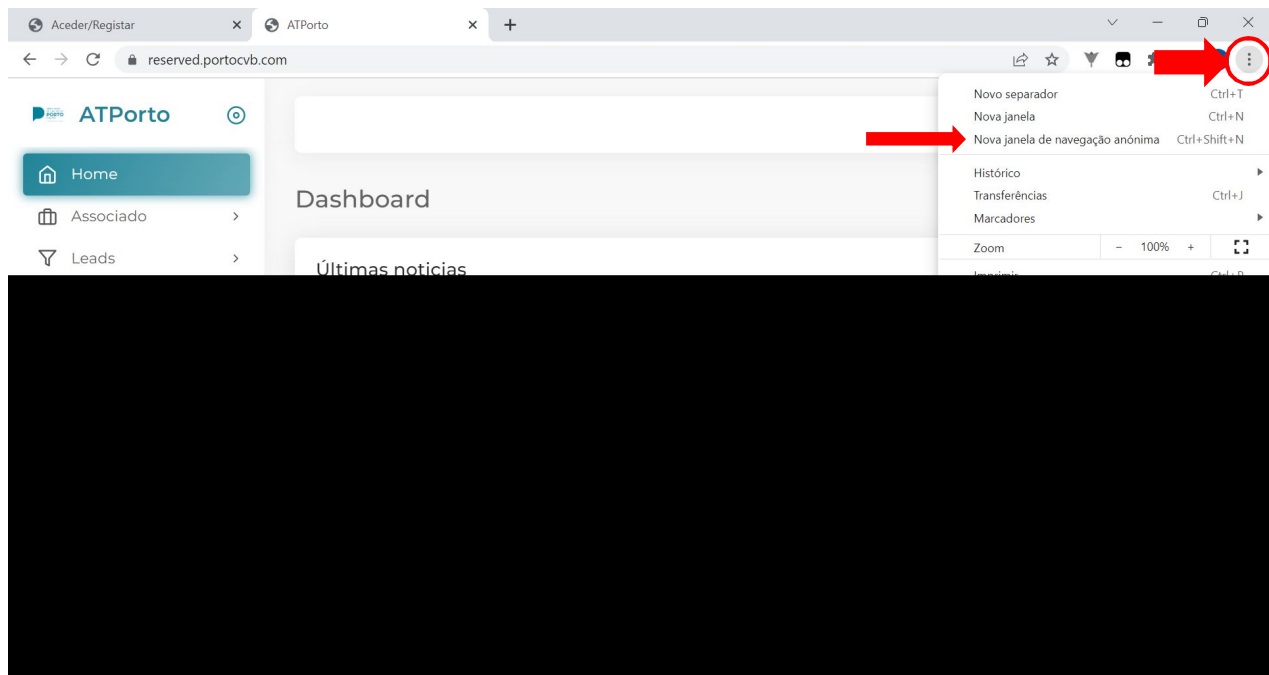
-Entrar com o email: associados@portocvb.com.



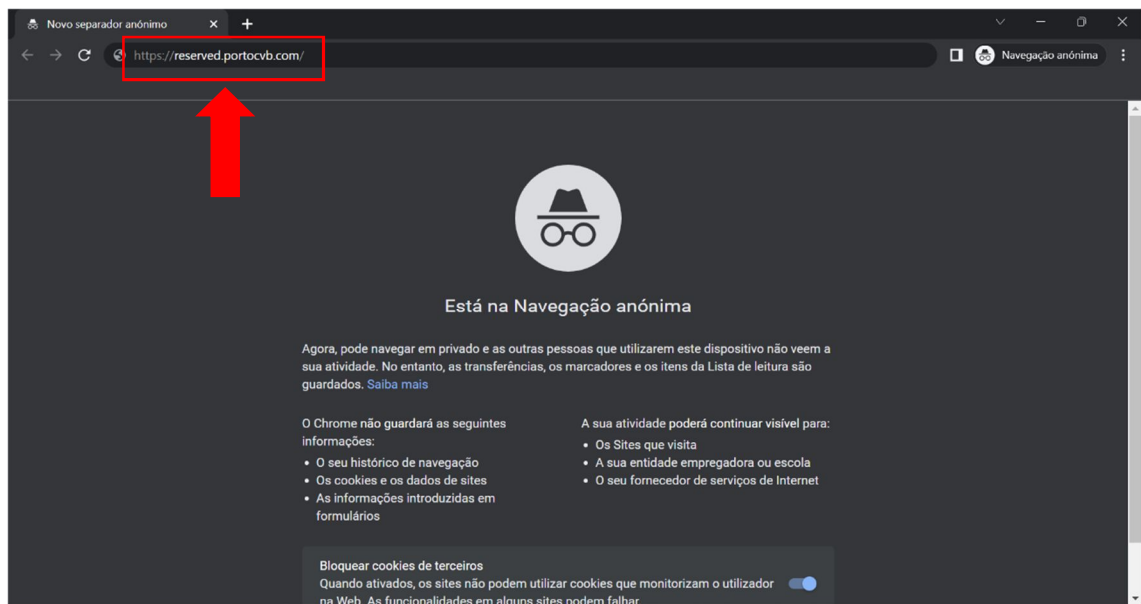
-Copiar link da página acima;



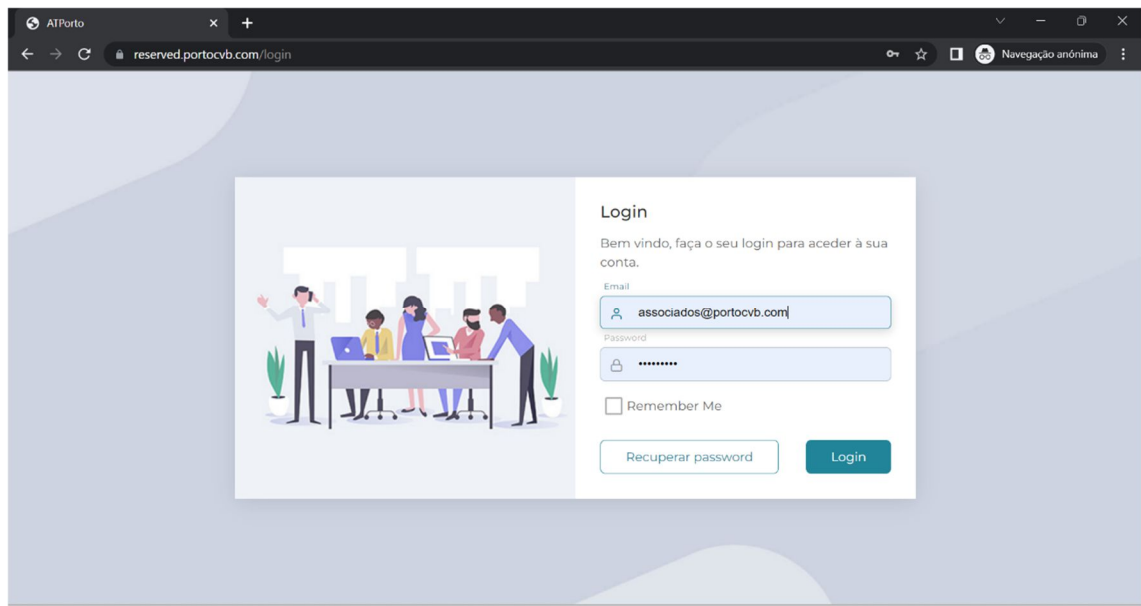
-Clicar nos 3 pontinhos no canto superior direito e seleccionar nova janela de navegação anónima ou janela inprivate;



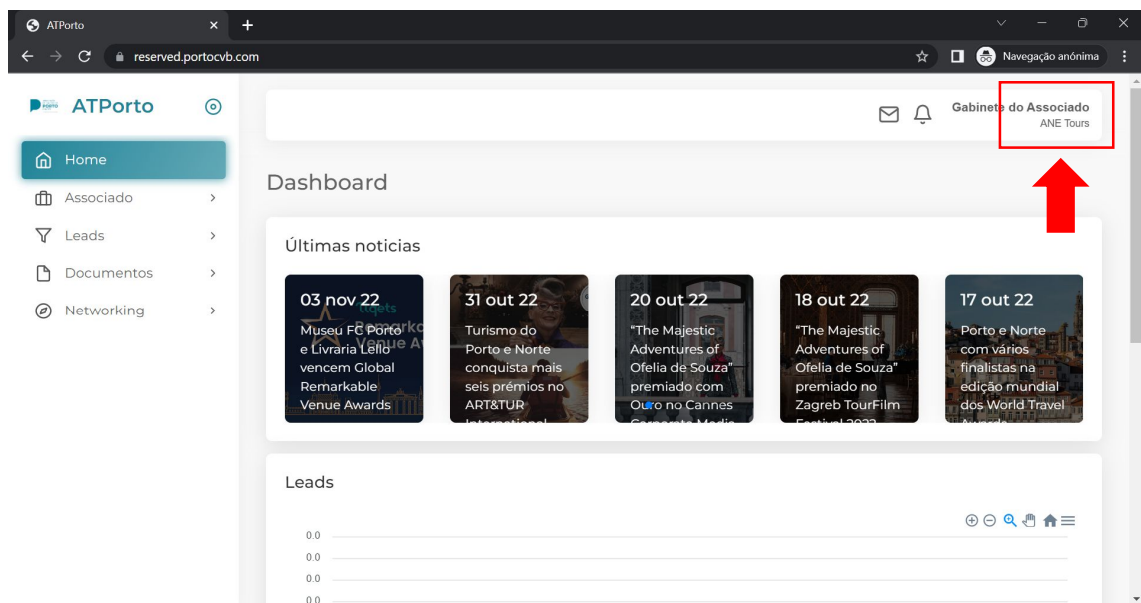
-Colar o link na pesquisa em anónimo, e clicar em ENTER;



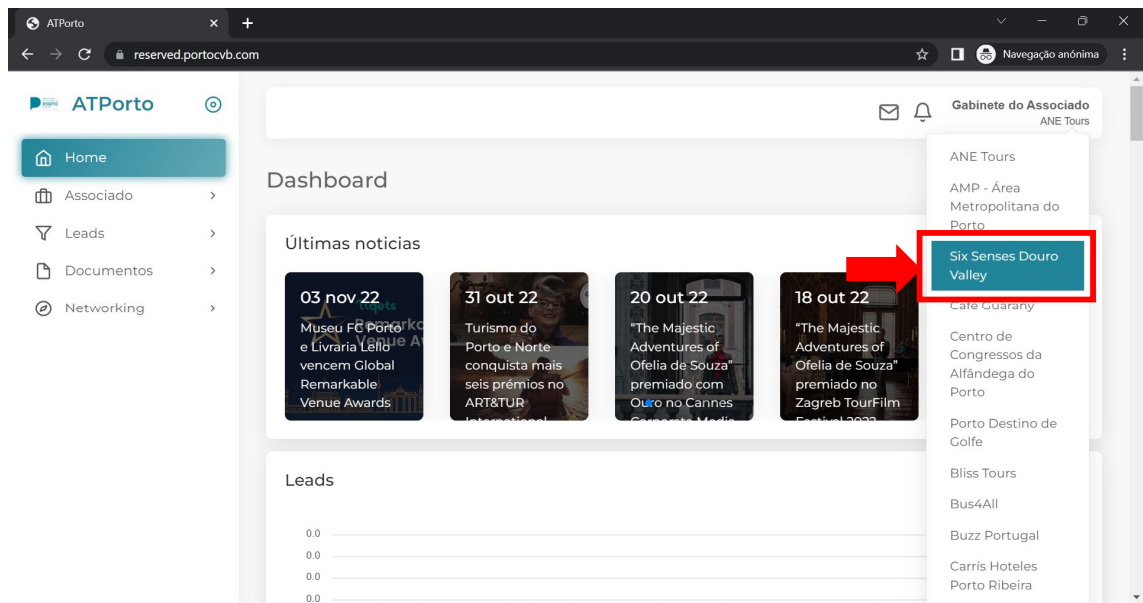
-Aceder com o email: associados@portocvb.com.



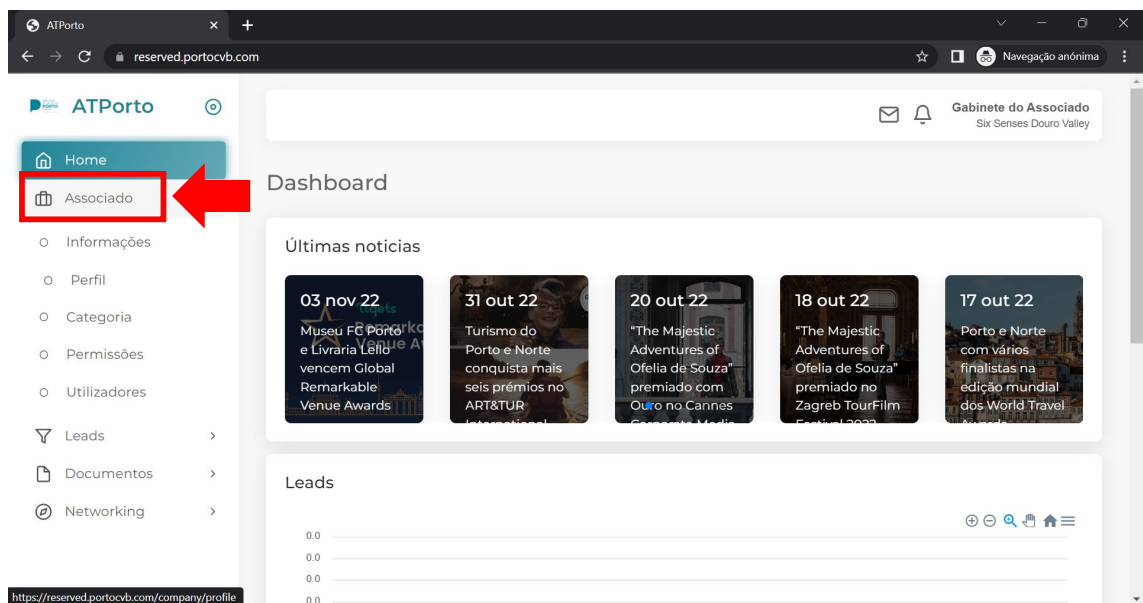
-Selecionar o associado desejado no canto superior direito;



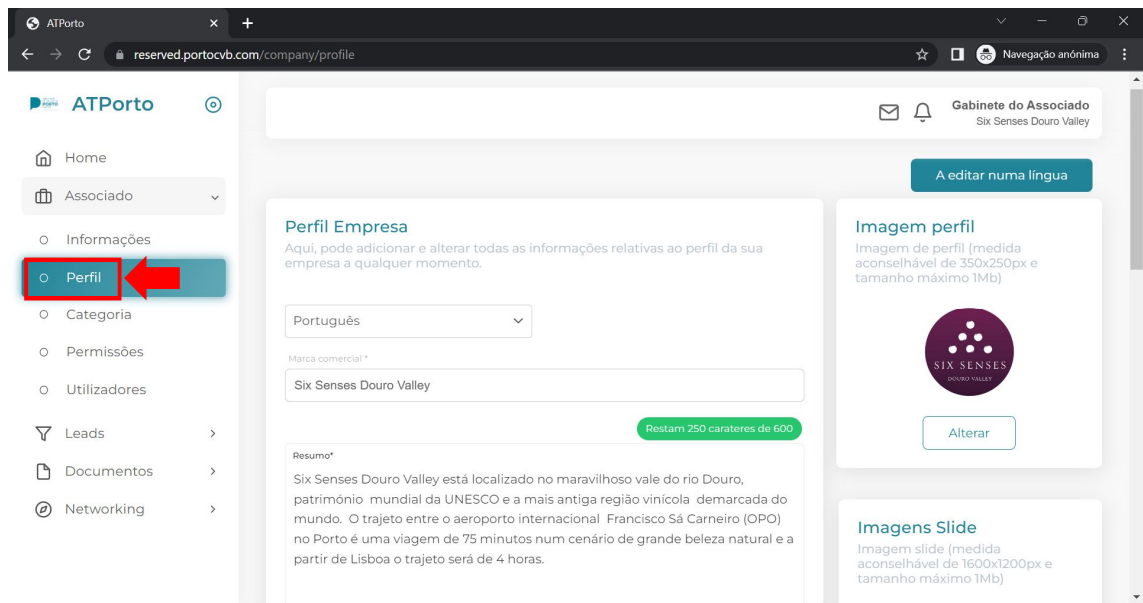
-Seleciona a empresa;



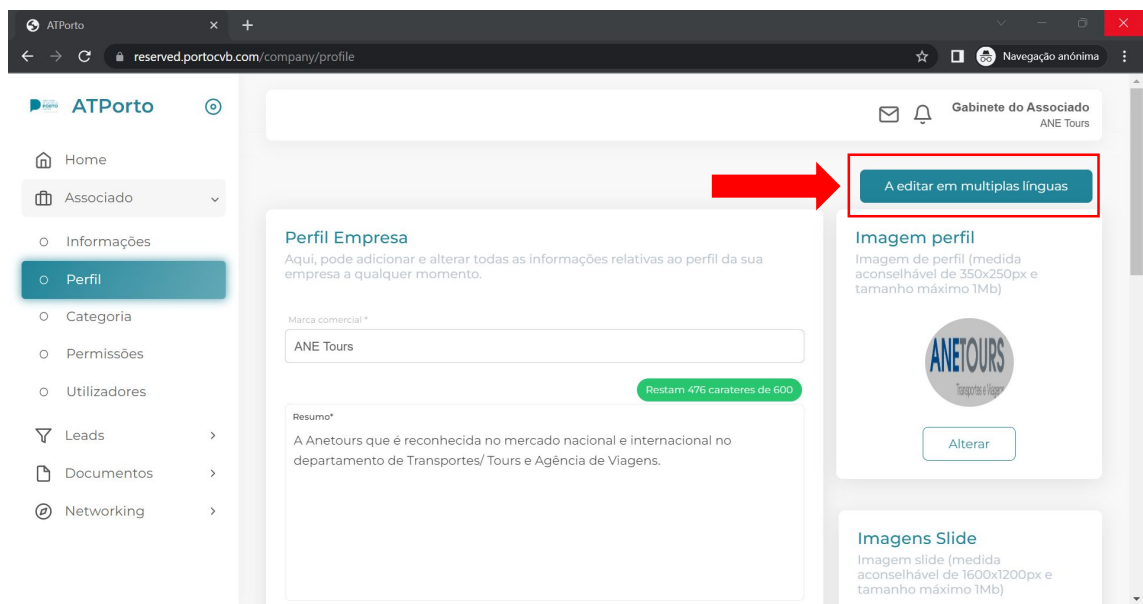
-Clicar em Associado;



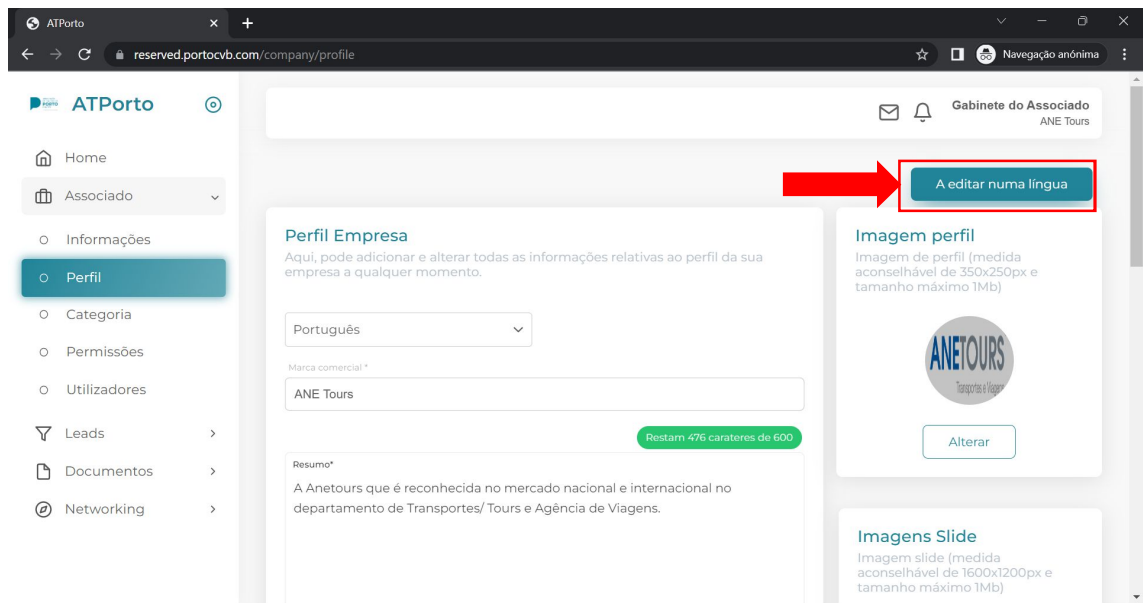
-Clicar em perfil, para alterar texto, imagens e contactos. Nota: É melhor altera primeiro o logo, imagens e informações em ambas as línguas e de seguida alterar os textos clicando em editar numa língua de forma a editar uma língua de cada vez;



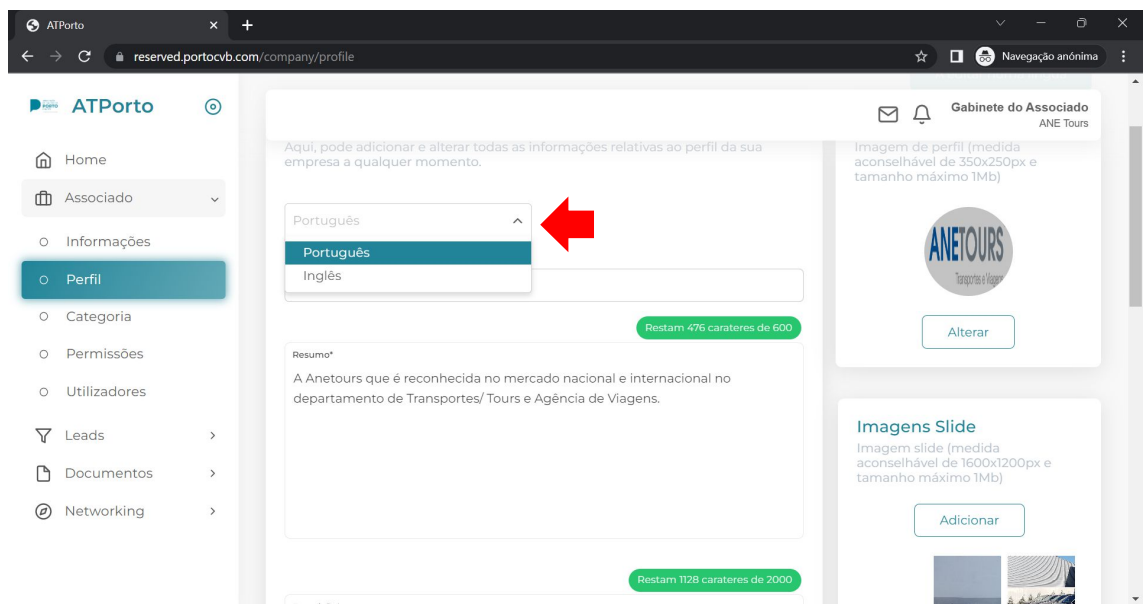
-Alterar informações em ambas as línguas; Nota: Ideal para alterar logo, imagens e informações sobre a empresa em ambas as línguas de uma só vez;



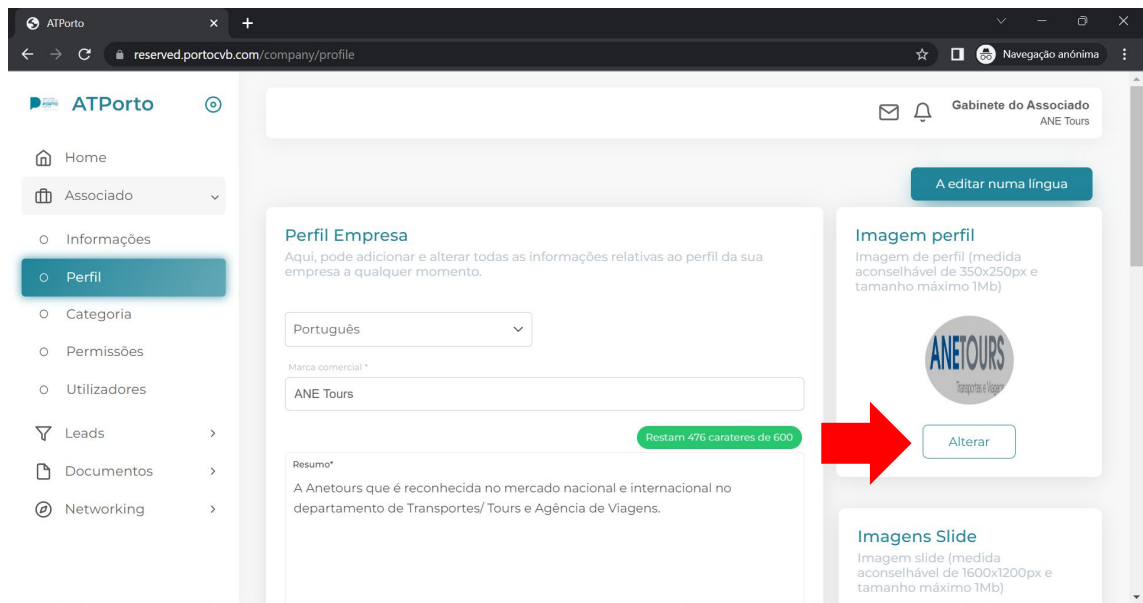
-Para alterar informação numa só língua; Nota: Ideal para editar os textos em Inglês e em Português.



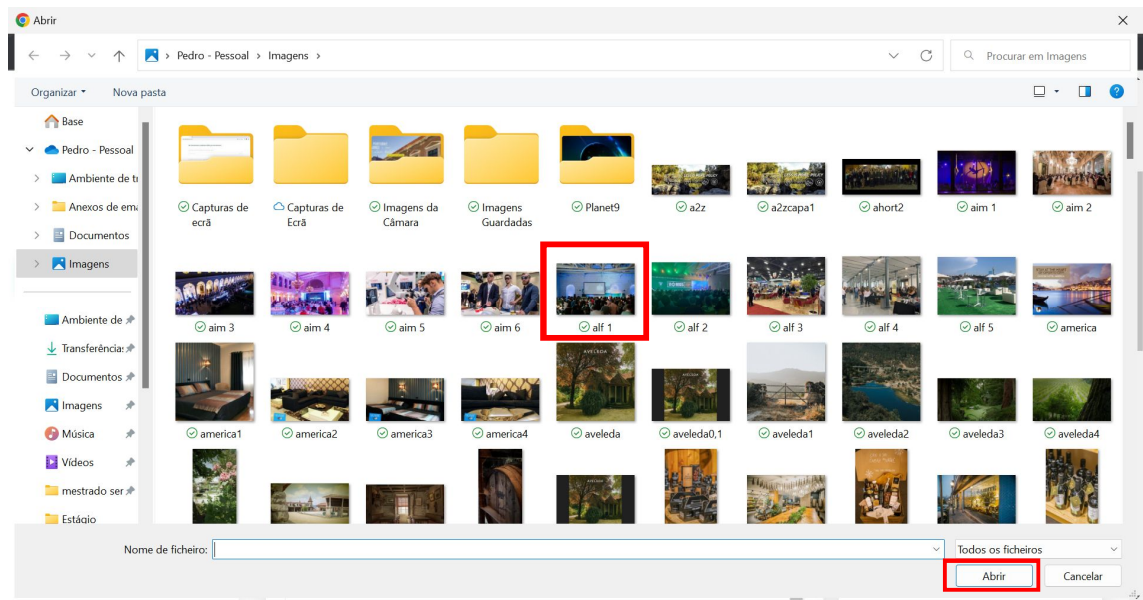
-Para editar texto, em Inglês ou Português;



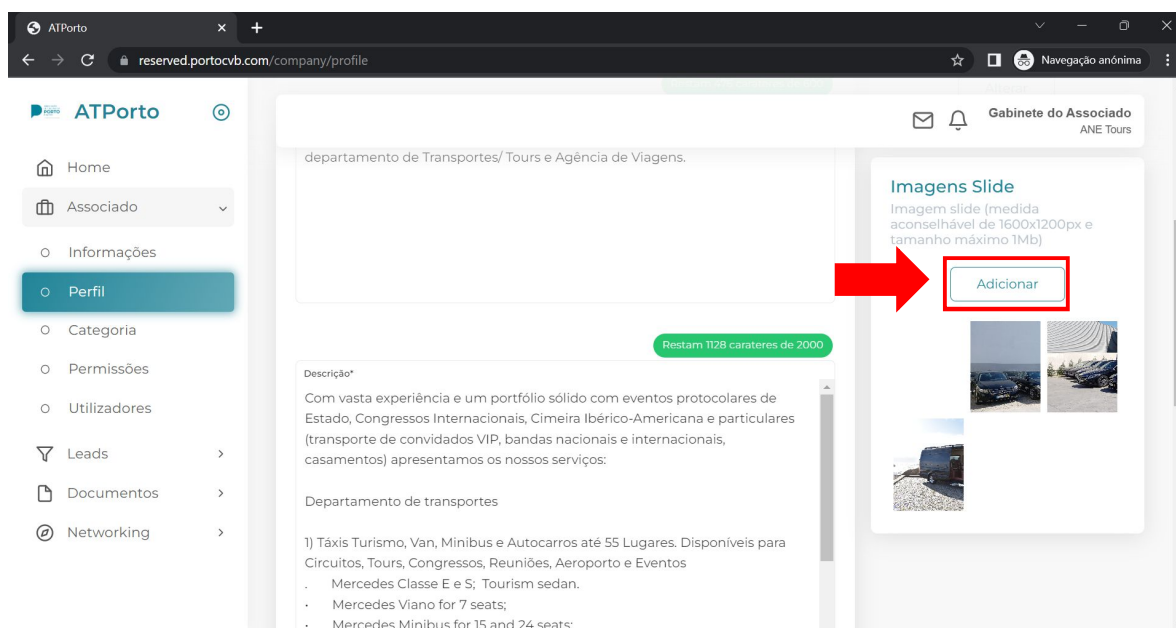
- Para alterar o logo da empresa, clicar em alterar;



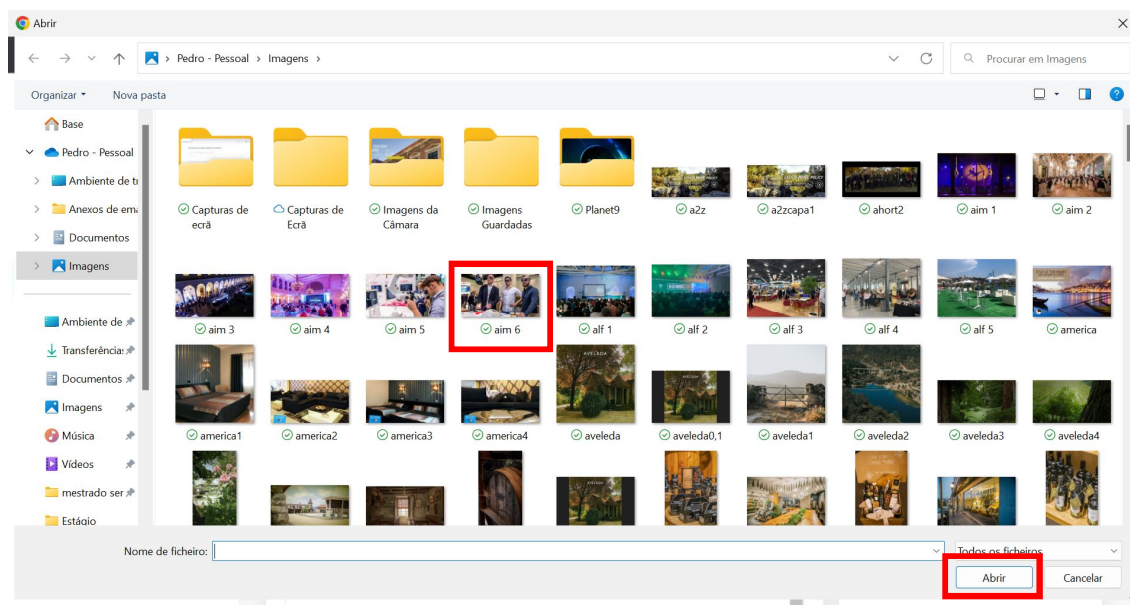
-Escolher a imagem deseja da para o logo, clicar e abrir;



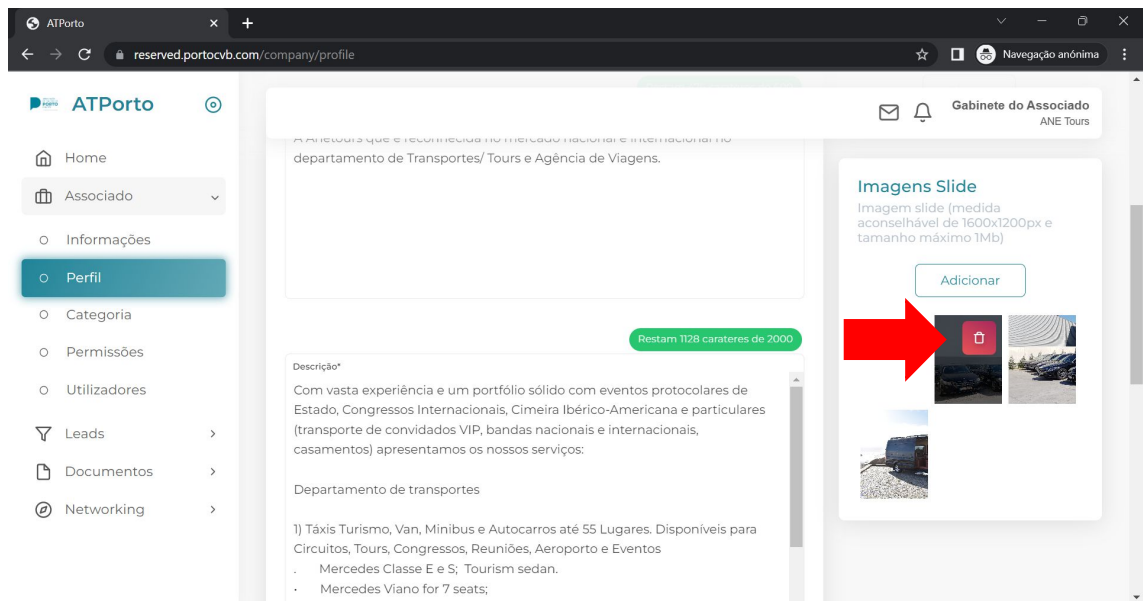
-Para alterar Imagens; Nota: Para trocar a imagem de lugar é necessário apagar todas as fotos primeiro e de seguida adicionar de novo as fotografias na ordem desejada.



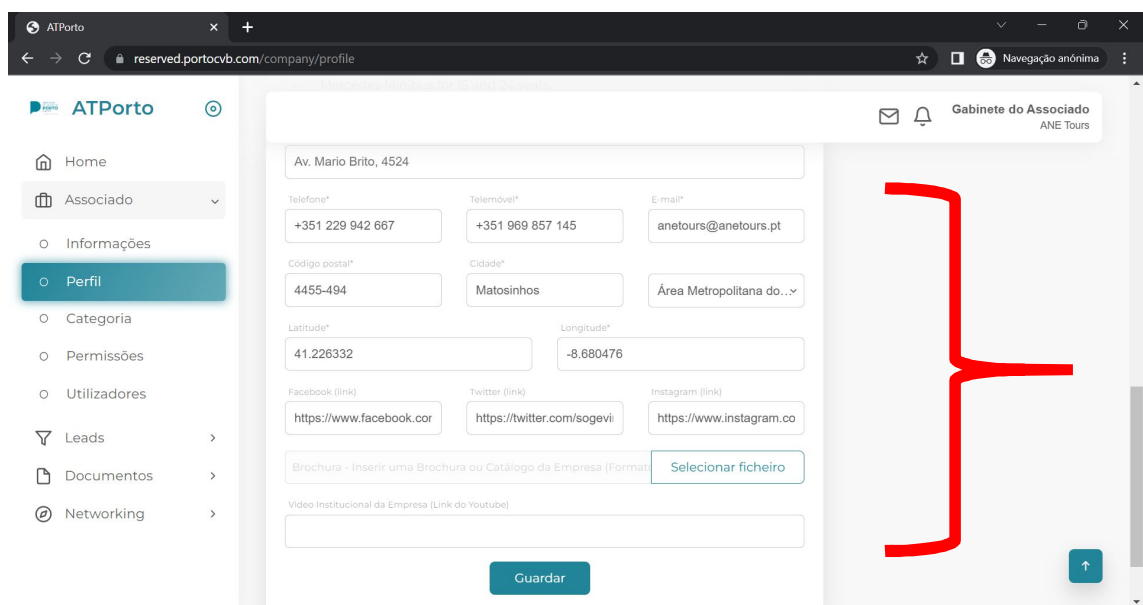
-Escolher imagem e clicar em abrir;



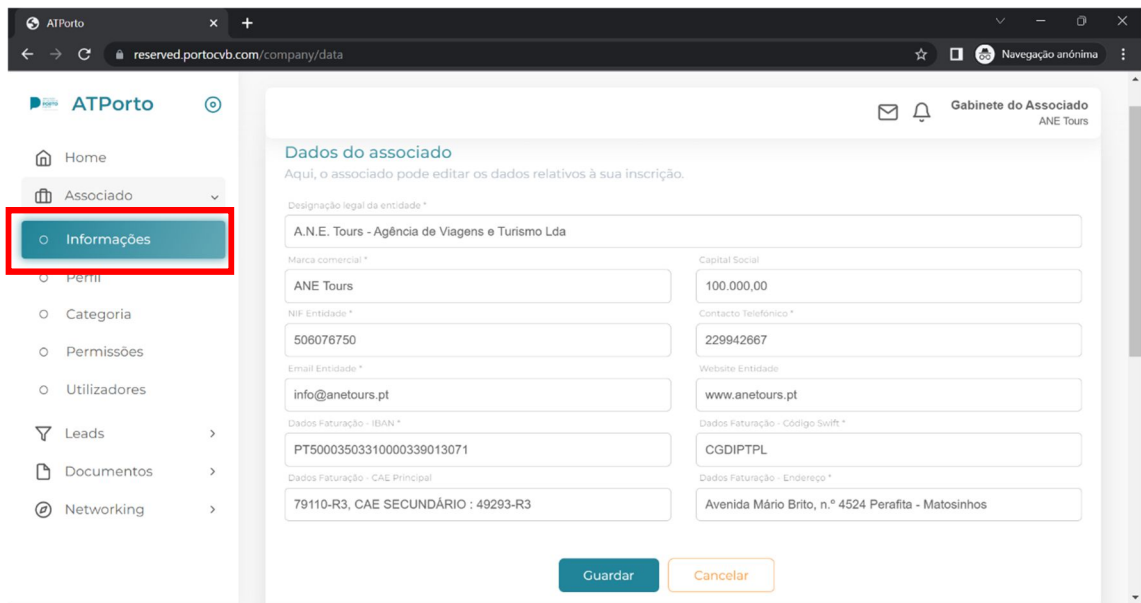
-Para apagar imagens – colocar o rato em cima da imagem e clicar no símbolo do caixote do lixo;



-Alterar informações (Contactos, Morada, Localização e Redes sociais)

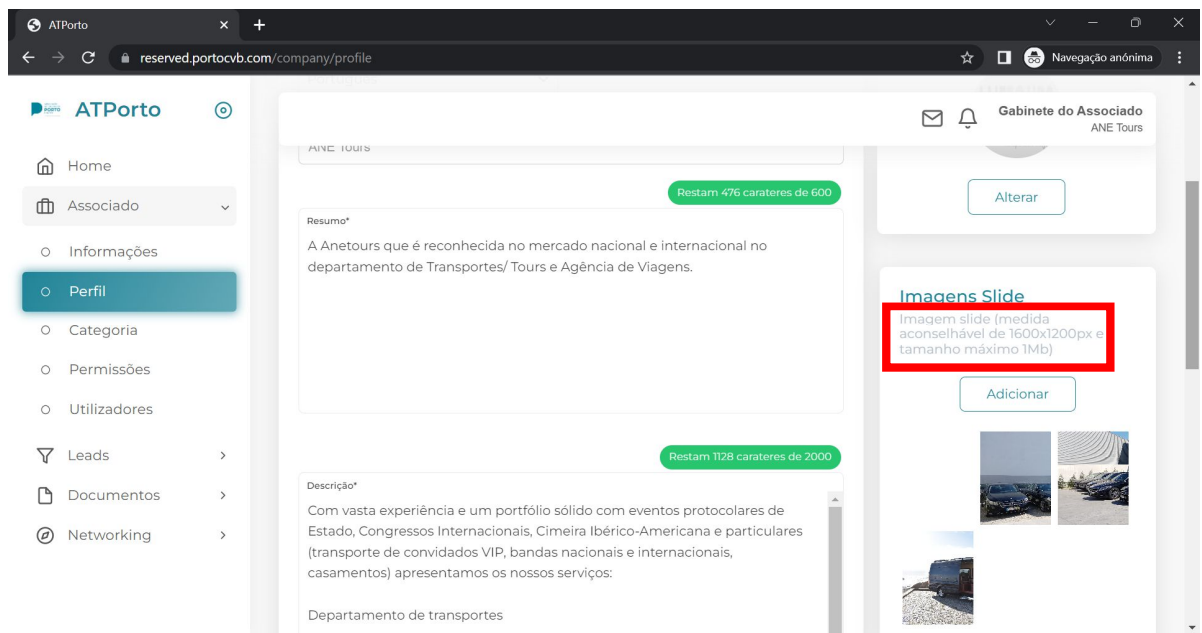


-Clicar em informações para alterar email, website da empresa, NIF, dados de faturação, etc.



Defeitos do portal Portocvb

-Só aceita imagens com uma certa qualidade (600x1200px e tamanho máximo 1Mb);



-Só estão disponíveis três redes sociais (Instagram, Facebook e Twitter), sendo que alguns associados requisitaram outras redes como por exemplo: Canal de Youtube, linkdin, tripadvisor, whatsapp

ATPorto

reserved.portocvb.com/company/profile

Gabinete do Associado
ANE Tours

Morada*
Av. Mario Brito, 4524

Telefone* +351 229 942 667 Telemóvel* +351 969 857 145 E-mail* anetours@anetours.pt

Código postal* 4455-494 Cidade* Matosinhos Área Metropolitana do...
▼

Latitude* 41.226332 Longitude* -8.680476

facebook (link) <https://www.facebook.com> Twitter (link) <https://twitter.com/sogevli> Instagram (link) <https://www.instagram.com>

Brochura - Inserir uma Brochura ou Catálogo da Empresa (Formato PDF) Selecionar ficheiro

Video Institucional da Empresa (Link do Youtube)

Guardar

-Necessária demasiada documentação na inscrição da empresa no portal Portocvb;

Registrar

portocvb.com/register

16. Documentos (máximo 2Mbs por documento)

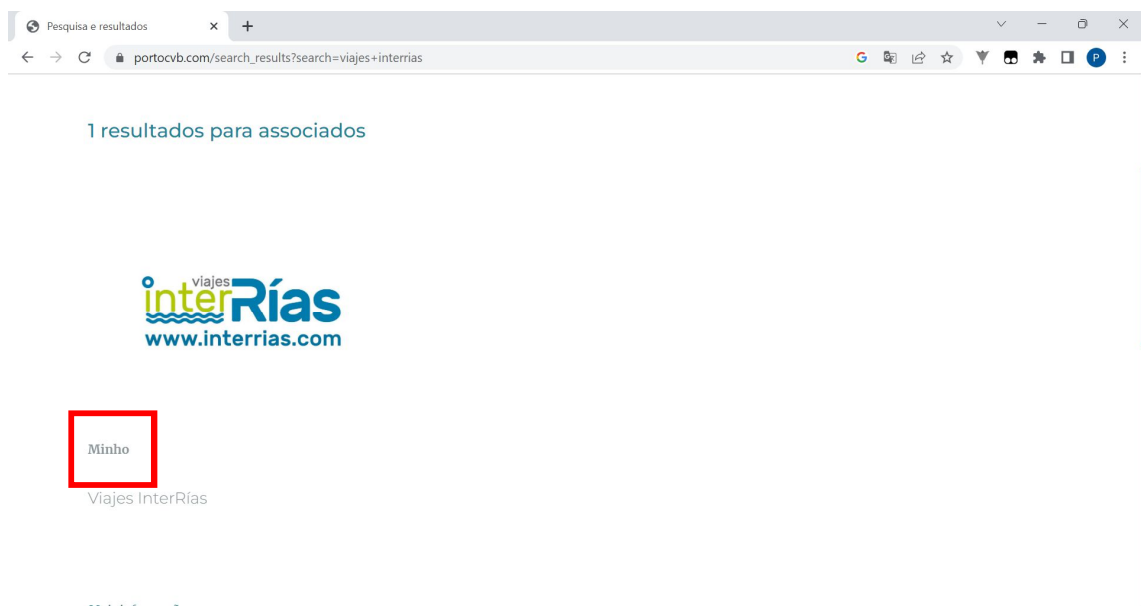
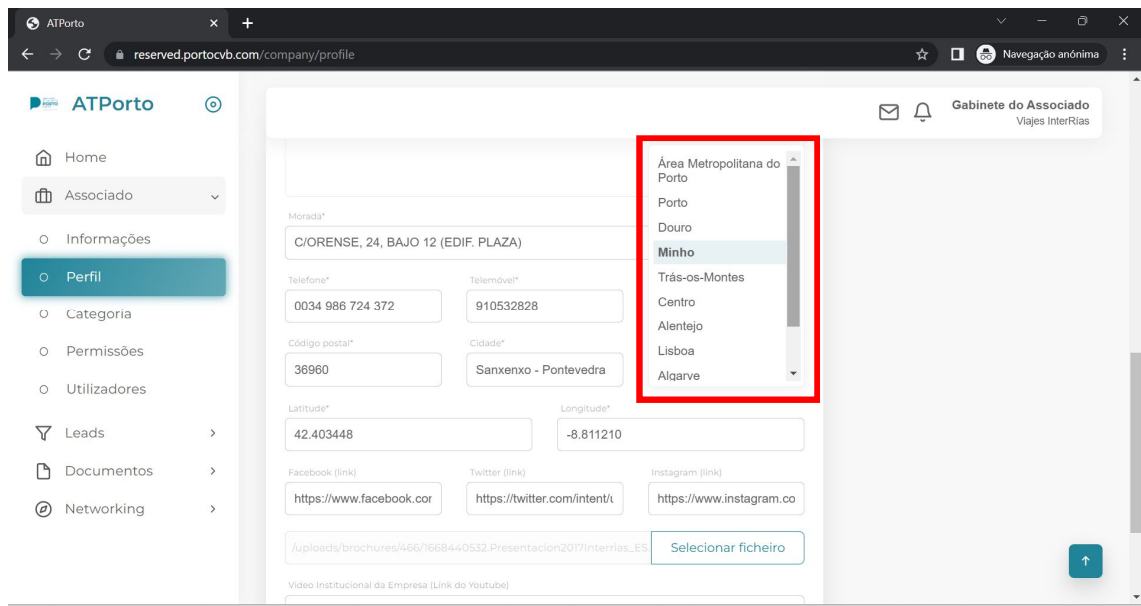
Certidão de não dívida às Finanças (em .pdf) *
Anexar ficheiro upload

Certidão de não dívida à Segurança Social (em .pdf) *
Anexar ficheiro upload

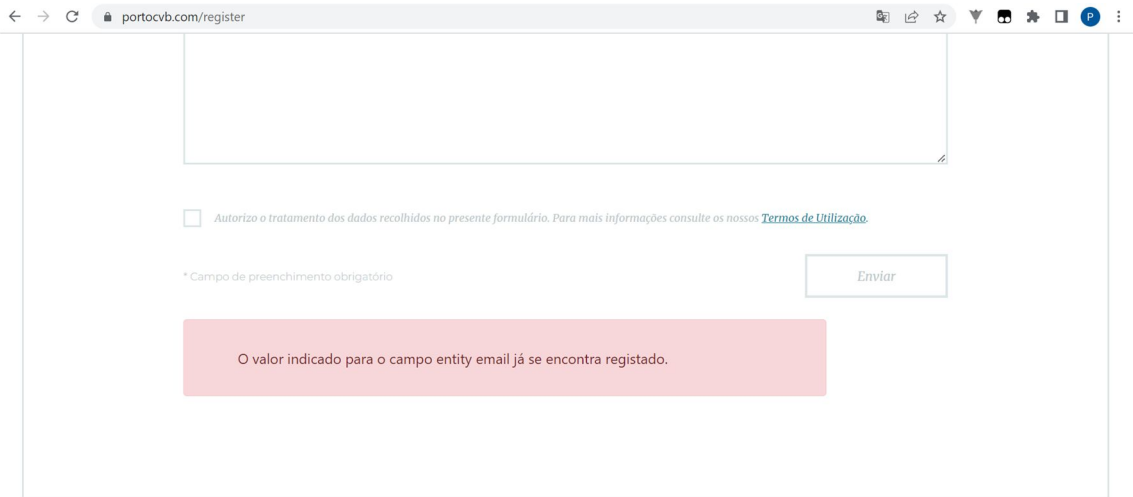
Licença para exercício da atividade (em .pdf) *
Anexar ficheiro upload

Não disponível

-Faltam localizações no site: (Ex: Empresa Viajes Intérrias é uma empresa localizada em Espanha, mas só aparecem regiões Portuguesas), em consequência no site aparece a localização da empresa numa região que não corresponde à correta.



-No momento da inscrição da empresa no portal Portocvb, não dá para colocar associados com email iguais, sendo que há grupos que têm hotéis com o mesmo email.

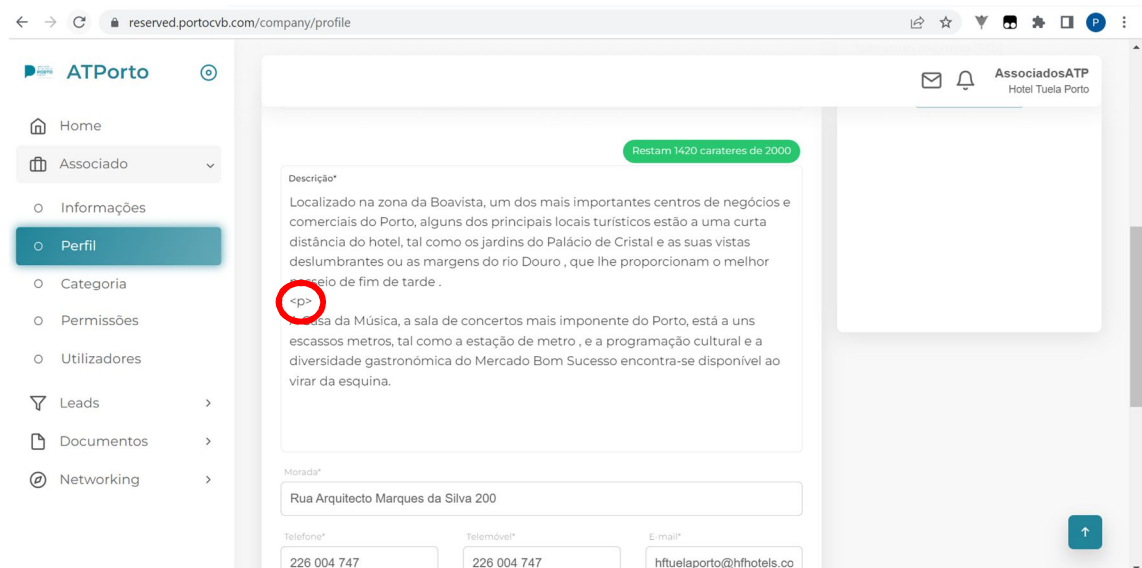


Notas:

-No caso de a imagem ser superior ao recomendado, e não for aceite, recomendo utilizar a ferramenta de recorte: Coloquei um link de um vídeo do Youtube a explicar o funcionamento da ferramenta de recorte:

https://www.youtube.com/watch?v=-VveefUiwhc&ab_channel=EmrcMondim

-Para colocar parágrafos, utilizar o seguinte código: <p>



[Ver imagens](#) 🖼️



O hotel HF Tuela Porto é o melhor ponto de partida para explorar esta encantadora cidade e as surpresas que estão à sua espera do outro lado da janela do seu quarto.

Localizado na zona da Boavista, um dos mais importantes centros de negócios e comerciais do Porto, alguns dos principais locais turísticos estão a uma curta distância do hotel, tal como os jardins do Palácio de Cristal e as suas vistas deslumbrantes ou as margens do rio Douro, que lhe proporcionam o melhor passeio de fim de tarde.

A Casa da Música, a sala de concertos mais imponente do Porto, está a uns escassos metros, tal como a estação de metro, e a programação cultural e a diversidade gastronómica do Mercado Bom Sucesso encontra-se disponível ao virar da esquina.

onde estamos

Rua Arquitecto Marques da Silva 200
4150-483
Porto

Anexo 4
Documento de Admissão de novos Associados

Parecer	Despacho

Para: Direção da ATP

Data: 10/05/2022

Ref: 08/GA/2022

Assunto: | **Admissão de novos Associados – A&C - Promoção Externa**

Ao abrigo da alínea K, do nº 1, do artigo 22º, submete-se à aprovação da direção a admissão dos seguintes associados:

- Promoção Externa-

Produto/Classe	Marca e outra designação da Empresa	Local	Quota anual	OBS
		TOTAL		

Restaurante Real by Casa da Calçada - Localizado no Hotel Casa da Calçada, com uma localização excelente no centro histórico do Porto, junto á Avenida dos Aliados, o Restaurante Real é um espaço repleto de pormenores arquitetónicos, que dá a oportunidade de contemplar o jantar com teto panorâmico, de forma a proporcionar uma aventura gastronómica num ambiente requintado com um toque romântico e moderno. É também assim que se pode descrever o menu – o melhor da dieta mediterrânica, com um twist contemporâneo. Conta ainda com uma carta de vinhos com mais de 100 referências, apostando, sobretudo, em Young Wine Makers, produções sustentáveis, e vinhos da quinta – Calçada Wines. Tendo em conta a mais valia deste restaurante propõe-se a filiação do Restaurante Real na Classe J na Promoção Externa.

Hotel Navarras - Localizado no coração de Amarante, entre as montanhas da serra e o vibrante centro histórico da cidade, o Hotel Navarras foi recentemente renovado, com espaços em sintonia com a cidade e as necessidades de quem procura trabalho ou em lazer. Dispõe de 58 quartos com ar condicionado, televisão por cabo, wifi, casa de banho privativa com banheira ou chuveiro e produtos selecionados de higiene pessoal, idealizados para o conforto, com uma decoração atual e intemporal que convidam a ficar. O Hotel Navarras é o local ideal para acolher eventos corporativos, como reuniões, conferências e team Buildings, ou ainda, celebrações de momentos especiais, como aniversários, casamentos, batizados e Festas Privadas, dispondo de instalações polivalentes que se adaptam a todos os seus desejos e necessidades, com salas de reuniões com luz natural, totalmente equipadas e com capacidade até 80 pessoas e

várias opções de refeições. Poderá também reservar uma das 4 salas de reuniões com espaços interiores com um total de 1100m² e espaços exteriores com vista sobre a cidade. Propõe-se a sua filiação no grupo dos nossos associados na Classe A na Promoção Externa.

Media Travel & Logistics – Constituída em 2010, a Media Travel & Logistics posiciona-se no mercado de viagens com a oferta aos seus clientes de um serviço Premium no transporte de pessoas e mercadorias. A desburocratização, descentralização, valorização dos recursos humanos, posicionamento tecnológico, a perspetiva de ganhos mútuos, e, o serviço prestado por um especialista, sempre presente, são o foco para a diferenciação que representa a oferta da Media Travel & Logistics, sendo especialista na otimização das negociações com os fornecedores e gestão eficiente de contratos preferenciais, redução da complexidade do processo de viagens com a adoção de boas práticas, aliando as mais desenvolvidas ferramentas aos conhecimentos específicos dos consultores, prestação de um serviço de assessoria na definição e implementação de políticas de gestão de viagens, monitorização e acompanhamento dos gastos dos clientes com a disponibilização de relatórios de gestão, consciência ambiental e Crisis management, projetar para além dos gastos diretos em viagens, serviço 24 Horas prestado por consultores dedicados, equipa especializada no transporte de pessoas e mercadorias, experiência na gestão de grandes eventos e viagens para destinos de risco, viagens à medida das necessidades reais dos clientes e acompanhamento contínuo das necessidades reais dos nossos clientes. A sua oferta diversificada e diferenciada faz com que a sua adesão represente uma clara mais-valia no portfólio de associados na Classe B na Promoção Externa.

Rino Terra - O Rinoterra é um alojamento local localizado em caminha que proporciona uma agradável combinação de vistas para o rio Minho e para a serra. Todas as unidades têm ar condicionado, máquina de café, minibar, wifi, televisão com canais por cabo, sistema de renovação de ar e uma casa de banho privativa com piso radiante. Além disso, serve pequenos-almoços, almoços e jantares. O Rinoterra poderá organizar excursões, workshops e outras atividades na zona do Minho e Douro. Outras comodidades deste hotel elegante incluem um bar/lounge, health club, piscina exterior rodeada por palmeiras, espreguiçadeiras e uma área de relvado, spa para os clientes desfrutarem de massagens, envolvimentos corporais e tratamentos faciais, uma piscina

interior aquecida, uma banheira de hidromassagem e um banho turco. O alojamento encontra-se localizado estrategicamente, a 6 km da Praia de Moledo e a cerca de 10 minutos de carro de Vila Praia de Âncora e a 2 km da Estação Ferroviária de Caminha. Visto a mais valia deste espaço e localização estratégica aconselha-se a filiação na classe A para Promoção externa.

Pestana Douro Riverside - O Pestana Douro Riverside, Hotel 4 estrelas, pertence ao Grupo Pestana Pousadas, situa-se na margem direita do rio Douro, a 10 minutos do centro da cidade do Porto. Oferece uma vista deslumbrante sobre o rio Douro. Além dos confortáveis quartos e suítes, conta com restaurante grill, um rooftop com bar e piscina infinita, ginásio, salas de massagens e piscina coberta. É também uma excelente opção para reuniões, com várias salas de conferências, e um enorme salão adaptável a grandes eventos. O Pestana Douro Riverside está localizado nas instalações de uma antiga fábrica de sabonetes e velas. A grande chaminé de tijolos que fica em frente à recepção é uma lembrança visível de sua história. O hotel combina assim a mais moderna tecnologia com o património de uma fábrica histórica. Todos os quartos estão equipados com wi-fi, entradas USB, ar condicionado, entre outras facilidades. A inclusão do Pestana Douro Riverside no portefólio de associados do Turismo do Porto e Norte, para além de acrescentar inegável valor, disponibilizaria uma maior oferta na classe A para a Promoção externa.

Restaurante em canto – Localizado estrategicamente no centro do porto, a 5 minutos da estação de São Bento, o Restaurante Em Canto oferece pratos apetitosos e um ambiente acolhedor. Em Canto é o restaurante perfeito para quem procura petiscos, tábuas e travessas para partilhar a qualquer hora do dia, num recanto tranquilo da Baixa. Com uma especial seleção de vinhos do Alentejo a acompanhar. Oferece ainda wi-fi gratuito, ar condicionado, eventos privados e mesas exteriores. Tendo em conta a mais valia para o nosso portefólio de associados, propõe-se a filiação na Classe J, para o departamento de Promoção Externa.

Restaurante Stramuntana – Localizado em Vila Nova de Gaia, o menu de cozinha Portuguesa fornece autênticas refeições neste restaurante, tudo isto, numa sala rústica, simples, na qual a decoração transmuntana é peça central. Um espaço a não perder, onde a cultura regional é transposta para o ambiente urbano da cidade invicta e do resto

do mundo, dando a conhecer as suas raízes. O Restaurante Stramuntana é uma aposta clara do verdadeiro espírito transmontano que esta casa transmite, começando pelo nome em mirandês e passando por toda a cozinha de conforto aqui confecionada pela chef Lúcia Brás. Tendo em conta o posicionamento do Restaurante Stramuntana, propõe-se a filiação na classe J para a Promoção Externa.

Tobogã – A Tobogã é uma empresa de animação turística criada em 2005, localizada no Parque Nacional Peneda Gerês, o que permite realizar as tours nos rios mais bonitos de Portugal. Especializada em Canyoning, sendo a única com Guias Profissionais e Internacionais de Canyoning. Tem a missão de criar experiências únicas para amantes de natureza e ar livre que são apaixonados por experiências de aventura. A Tobogã foi reconhecida pela Tripadvisor com o certificado de excelência consecutivamente nos anos de 2015, 2016, 2017, 2018 e 2019. As experiências inclusivas, de turismo para todos foram igualmente reconhecidas no Turismo de Portugal como exemplo de boas práticas. Oferecem ainda tours de canyoning; tours de e-bike; aluguer de pranchas SUP (Stand up Paddle) e ainda serviço de transfer. Pelo seu posicionamento, localização e da crescente procura por Turismo de Natureza, propõe-se a sua filiação na Promoção Externa na Classe H – Animação Turística, na Promoção externa e Comercialização.

Gerês Equidesafios - Equi'Desafios nasceu em 2002, através de uma visão que alia a prática de desporto com o contacto com a natureza. Sedeados no coração do Parque Nacional da Peneda-Gerês, a Equidesafios propõe aos seus clientes um alargado conjunto de atividades sob o cenário da magnífica Serra do Gerês (Tours em jipe pelas cascatas, Tours pela natureza, passeios pedestres, rafting, bóias radicais, canoagem, canyoning, tiro em arco, passeio a cavalo, passeio a charrete, kart kross, paintball, escalada, rappel, orientação e aluguer de btt). É uma empresa de atividades de montanha e lazer especializados em experiências que aliam a prática de desporto com o contacto com a natureza apoiados por uma equipa de profissionais com formação especializada, garantindo a qualidade e segurança necessária. A nível de instalações, é composta pelo Deafios Bar, Campo Aventura e Centro Hípico licenciado pela Federação Equestre Portuguesa como escola de equitação, proporcionando todas as condições para que os clientes desfrutem de todos os serviços disponíveis. Pela diversidade de serviços que oferecem, localização e da crescente procura por Turismo

de Natureza e do Parque Nacional da Peneda-Gerês, propõe-se a sua filiação na Promoção Externa na Classe H – Animação Turística, para a Promoção externa.

Pinhal Tour – É um Operador Turístico com 17 anos de experiência, localizado no centro de Portugal. Responde a pedidos para Portugal e Espanha, sejam grupos ou individuais, propondo diversos tipos de programas (culturais, gastronómicos, românticos, de aventura, incentivos, caminhadas, enoturismo, etc...). Os serviços oferecidos pela Pinhal Tour são dedicados aos parceiros com alojamento, restaurantes, visitas guiadas, transportes e variadas atividades. A sua oferta diversificada e diferenciada faz com que a sua adesão represente uma clara mais-valia no portfólio de associados na Classe B na Promoção Externa.

Restaurante Mind The Glass – Localizado no centro da baixa portuense, na histórica ‘Praça dos Leões’, o Restaurante Mind The Glass é um espaço moderno, descontraído e confortável, onde os mais exigentes apreciadores e amantes de vinho, cerveja artesanal e espirituosas podem provar mais de 600 rótulos a copo, com a garantia de qualidade do serviço e aconselhamento profissional do sommelier da casa. O menu foi desenhado a pensar nos vinhos, também com várias opções de Tapas - entre Tábuas de Queijos, Presuntos e Enchidos de excelente qualidade e com Denominação de Origem Protegida. À saída, é possível adquirir e levar para casa as bebidas favoritas ou os produtos gourmet servidos nas refeições a preço de garrafeira/loja gourmet. Tendo em conta a mais valia para o nosso portfólio de associados, propõe-se a filiação na classe J para a Promoção Externa.

Turim Oporto Hotel – Situado em plena Praça da Trindade, no centro do Porto, o Turim Oporto Hotel, 4 estrelas, conta com 100 quartos e disponibiliza ainda com todas as comodidades e serviços de excelência característicos da Turim Hotels (Ar condicionado, bar, facilidades para deficiente, restaurante, sala de leitura, wi-fi, sala multimédia, salas de reunião, parque de estacionamento, berço e cafetaria). O alojamento providencia uma recepção aberta 24 horas por dia, um serviço de quartos e um serviço de câmbios. Atendendo à sua localização e atributos, propõe-se a sua filiação na Classe A de forma a criar valor ao atual portfólio de associados na promoção externa.

Pedras Salgadas spa & nature park – É um conjunto turístico de 4 estrelas, situado no interior norte de Portugal a 580 metros de altitude, em pleno Parque de Pedras Salgadas, a 1h10 de distância de carro da cidade do Porto, o Parque de Pedras Salgadas dispõe de 20 hectares, com oito quilómetros de caminhos. Localizadas no coração do Parque, as Eco Houses são o local ideal para uma estadia perfeita. O Spa Termal, renovado pelo arquiteto Siza Vieira, disponibiliza uma vasta seleção de massagens, tratamentos termais e de estética, partilhando as suas áreas com uma magnífica piscina interior com circuitos de águas, sauna e banho turco. O restaurante "Casa de Chá", com vista privilegiada para os encantos do parque, é perfeito para saborear as deliciosas e autênticas iguarias da gastronomia de Trás dos Montes. O "Pedras Salgadas spa & nature park" é ideal para um retiro familiar ou profissional, pleno de pureza e de um ambiente relaxante que quebra o stress do quotidiano. Enquadrado dentro do Turismo de Natureza, propõe-se a filiação deste associado na Classe A – Alojamento.

The Editory Artist Baixa Porto Hotel - Localizado no coração do Porto, a 5 minutos a pé da estação de metro do bolhão, o The Editory Artist Baixa Porto Hotel é um hotel de 5 estrelass, que dispõe de acesso Wi-Fi gratuito em todas as áreas. O Editory Artist Baixa Porto Hotel possui 17 quartos espaçosos, modernos e climatizados com uma televisão de ecrã plano por cabo, cofre e um minibar. Cada quarto inclui uma casa de banho privativa com produtos de higiene pessoal gratuitos e secador de cabelo. Funciona como um hotel-escola para os alunos da Escola de Turismo do Porto, o The Artist alberga um restaurante com um menu variado, um bar e serviço de quartos. Com uma receção 24 horas, o The Editory Artist Baixa Porto Hotel apresenta comodidades como um centro de negócios, uma sala de reuniões e serviço de lavandaria. As principais atrações da cidade ficam a uma curta caminhada, incluindo a Torre dos Clérigos, a Livraria Lello e o Mercado do Bolhão. A inclusão do Editory Artist Baixa no portefólio de associados do Turismo do Porto e Norte, para além de acrescentar inegável valor, disponibilizaria uma maior oferta na classe A para a Promoção externa.

Editory House Ribeira - Situado no Porto, a 100 metros do Palácio da Bolsa, o The Editory House Ribeira Porto Hotel possui 56 quartos, equipados cada um com wi-fi, room service, mini bar, mesa de trabalho, com uma televisão de ecrã plano. Também

inclui uma casa de banho privativa. Os hóspedes poderão desfrutar do bar no local. O hotel também providencia um serviço de aluguer de automóveis. O Mercado Ferreira Borges fica a 100 metros do The Editory House Ribeira Porto Hotel, enquanto a Ribeira está a 200 metros. O Aeroporto do Porto fica a 12 km. Atendendo à sua localização estratégica e atributos, propõe-se a sua filiação na Classe A de forma a criar valor ao atual portfólio de associados na promoção externa.

The Editory Boulevard Aliados Hotel - Situado no Porto, onde disponibiliza um restaurante, uma piscina exterior, um bar e um jardim. Este hotel de 5 estrelas também providencia alojamento com recepção aberta 24 horas por dia, serviços de transfer do aeroporto, um serviço de quartos e acesso Wi-Fi gratuito. Todos os quartos do hotel incluem uma secretária, uma televisão, uma casa de banho privativa, roupa de cama e toalhas. Todos os quartos do The Editory Boulevard Aliados Hotel incluem uma chaleira e algumas unidades oferecem vistas para a cidade. Todos os quartos do alojamento possuem ar condicionado e um cofre. O The Editory Boulevard Aliados Hotel serve um buffet de pequeno-almoço ou um pequeno-almoço à carta. Os locais de interesse mais populares perto do Hotel incluem a Estação de Metro de São Bento, a Gare de São Bento e o Palácio da Bolsa. O aeroporto mais próximo é o Aeroporto Francisco Sá Carneiro, a 15 km do alojamento. Tendo em conta a mais valia para o nosso portfólio de associados, propõe-se a filiação na Classe A, no departamento de Promoção Externa.

Quinta do Amaral - Situada em Ponte de Lima, na região demarcada do Vinho Verde, sub-região do Lima, berço da casta Loureiro, é uma propriedade histórica com registos desde 1710. A 30km do oceano atlântico, a Quinta do Amaral possui 30 hectares, 14 são vinhas da casta Loureiro e oito de floresta – onde se destacam nogueiras, castanheiros e pinheiros mansos, alguns dos quais com mais de 200 anos. Da combinação destas características a unidade produz o seu próprio vinho branco de uvas. O enoturismo da Quinta do Ameal é um refúgio e o ponto de partida para descobrir o Vale do Lima e a casta Loureiro. A Casa Grande, com três suites independentes e a Casa da Vinha com duas suites, oferecem a privacidade e o conforto. Além das visitas às vinhas e adegas e das provas de vinho, oferece ainda um conjunto de atividades, como passeios guiados de kayak no rio, bicicleta, river trekking e percorrer a ecovia do rio Lima a partir da Quinta do Ameal. Os espaços exteriores

como a piscina, o jardim e os alpendres, convidam a momentos de descanso. Pelo seu posicionamento, localização e da crescente procura por Enoturismo, propõe-se a sua filiação na Promoção Externa na Classe A.

Celorico Emotions – A Emotions é uma empresa que organiza e promove atividades de animação turística, surge como um projeto inovador que pretende ligar tudo o que o Norte de Portugal (Minho, Trás-os-Montes e Alto Douro) tem para oferecer. Em parceria com as mais conceituadas unidades hoteleiras, de Turismo Rural e Quintas de Enoturismo, a Emotions promove atividades desportivas, radicais, culturais e gastronómicas para que famílias, empresas e grupos possam desfrutar do verdadeiro conceito “Emotions”. Com uma disparidade de “pistas” incrível, desde areia, montanha, planícies e planaltos, o “Emotions Portugal TT” leva o cliente a conhecer os recantos do norte de Portugal, com destaque para o turismo Histórico, Cultural e Gastronómico de cada Região. A sua oferta diversificada faz com que a sua adesão represente uma clara mais-valia no portfólio de associados na Classe B na Comercialização e venda.

Tripwix - A Tripwix é uma empresa de arrendamento temporário de luxo que oferece aos turistas mais exigentes, agentes de viagens especializados, managers e proprietários das casas, um produto de alto nível e um serviço cuidadosamente personalizado. A TRIPWIX, através do seu anfitrião local, proporciona experiências únicas aos seus clientes nos seus vários destinos. Tanto as propriedades como os anfitriões têm de cumprir os exigentes critérios da marca TRIPWIX em termos de luxo e atenção ao detalhe para fazer parte da experiência. Atualmente, a TRIPWIX opera em Portugal, México, Barbados, Espanha, Itália, Turquia e Grécia. Tendo em conta a internacionalização da Tripwix propõe-se a filiação no portfólio de associados na Classe B na Promoção Externa.

CIT Global – É uma fornecedora internacional de soluções e serviços de software de comércio eletrónico e e-commerce com uma sólida experiência de 25 anos. A CIT Global fornece soluções inovadoras para os seus clientes em mais de 45 países, atendendo a marcas líderes na América do Norte, Europa, Ásia-Pacífico, Médio Oriente e África. Oferece ainda, prestação de serviços de consultoria em turismo. A

sua experiência a nível mundial faz com que a sua adesão represente uma clara mais-valia no portfólio de associados na Classe B na Promoção Externa.

The Lince Hotels & Resorts - Tendo como missão principal a aquisição, gestão e exploração hoteleira. Assumindo um dinamismo e experiência num mercado em crescimento, a marca adquiriu a sua primeira unidade hoteleira em Ponta Delgada, Ilha de São Miguel nos Açores, a 28 de junho de 2008 – o The Lince Azores Great Hotel, Conference & Spa. Com uma visão de negócio mais abrangente, o grupo aposta no Turismo de Natureza em espaço rural, e adquire o The Lince Nordeste Country and Nature Hotel, localizado no Nordeste, de São Miguel. Em 2019 o grupo ganha a concessão do Convento de Santa Clara em Vila do Conde no âmbito do concurso REVIVE. O projeto prevê um investimento superior a 8 milhões de euros na construção de um hotel de charme de 5 estrelas e com 90 quartos. O novo hotel irá criar 50 postos de trabalho e tem abertura prevista para 2022. Durante o ano de 2020, iniciou uma ampla renovação no Hotel The Lince Azores, com renovação completa dos quartos e corredores, áreas comuns, restaurante e melhoria dos serviços do SPA com 2 salas de massagens, sauna, jacuzzi e banho turco. A inclusão do The Lince Hotels & Resorts no portfólio de associados do Turismo do Porto e Norte, para além de acrescentar inegável valor, disponibilizaria uma maior oferta na classe A para a Promoção Externa.

Anima Durius - É uma empresa de animação turística, criada em 2011, para proporcionar experiências únicas e memoráveis, na região do Vale do Douro, com base no Pinhão, tem ao seu dispor um veleiro, a Stella Maris, uma lancha de madeira clássica, o Baco e um iate, o Unbelievable, para desfrutar do cenário exuberante que são as paisagens do Douro. Conta ainda com um experiente marinheiro, com vasto conhecimento sobre a região e os seus vinhos, será o anfitrião. Proporciona ainda prova de vinhos, almoços e visitas guiadas à Quinta dos Poços, uma das mais belas e antigas da região do Douro. Inclui programas de 1 hora, dia inteiro, sunset e vários dias. Devido à sua localização privilegiada, propõe-se a sua filiação na Promoção Externa na Classe H – Animação Turística, na Promoção Externa.

Caves Fonseca – Localizada no coração de Vila Nova de Gaia, em Caves com séculos de história, a Experiência Fonseca, permitem ao visitante conhecer, não só, a espetacularidade do vale do Douro, o papel que a Fonseca tem desempenhado na viticultura sustentável, mas também aprender como é feito o vinho do Porto. Inclui também a possibilidade de testar a capacidade de identificar os aromas do vinho do Porto. Com vistas fantásticas sobre a cidade do Porto e a bela ponte Luís I, os convidados vão aprender sobre o papel da Fonseca na produção do Vintage Fonseca, um dos melhores vinhos do mundo. Tendo em conta a importância e crescimento do Enoturismo em Portugal, propõe-se a filiação no portfólio de associados na classe K na

WOW - WOW é um bairro cultural em Vila Nova de Gaia, nas margens do rio Douro, localizado na Rua do Choupelo, junto às caves da Taylor's e do hotel The Yeatman. O WOW é composto por: 7 museus, 12 restaurantes e bares, 1 escola de vinho, 1 espaço de exposições temporárias, 1 loja só de vinhos e muitas outras lojas temáticas em cada museu. Todo este projeto tem como origem a recuperação de vários armazéns de vinho situados em Vila Nova de Gaia, pertencentes ao grupo Fladgate Partnership. A sua oferta diversificada faz com que a sua adesão represente uma clara mais-valia no portfólio de associados na Classe I na Comercialização e venda.

Submete à aprovação,

A Diretora Geral Operacional

Susana Ribeiro

Anexo 5
Caderno Eleitoral reunião de classes

Nº de Votos	NIF	Nome da Conta	Marca / Outra designação	Grupo	Membro comercialização	Membro promoção	Representante Legal	Assinatura
1	514323086	Valsa das Silabas, LDA	A Casa do Fado		Classe I		Ricardo Ferreira da Silva	
1	507693337	Ytravel, LDA	A2Z			Classe H	Pedro José de Sousa Brilhante Pedrosa/Luis Coelho	
1	500297177	Viagens Abreu, SA	Abreu Destination Management - Portugal / Abreu Events			Classe B	Jorge Coelho	
0	508001390	Associação dos Hotéis Rurais de Portugal	AHRP			Membro Equiparad o	Cândido da Silva Mendes; Cristina Azevedo	
1	504565826	Aim Portugal - Viagens, Congressos e Incentivos, LDA	AIM Group International			Classe B; Classe D	Madalena Miranda	
1	504807706	InvestBraga - Agência para a Dinamização Económica E.M	Alice Forum Braga			Classe C	Carlos Duarte Oliveira e Sílvia José Carlos Coutinho	
1	505371995	Amdouro - Organização de Viagens Marítimo-Turísticas, LDA	Am douro			Classe H	Maria de Lurdes Gonçalves	
1	502823305	AMP - Área Metropolitana do Porto	AMP - Área Metropolitana do Porto			Membro Equiparad o	Lino Ferreira	
1	500700834	Ana - Aeroportos de Portugal SA	ANA - Aeroportos de Portugal			Membro Equiparad o	Fernando Vieira	
1	501449752	Apdl - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, SA	APDL - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, SA			Membro Equiparad o	Marta Sá Lemos; Guilhermina Rego	
1	507635841	União Portugal - União Empresas Hotel, Restauração Turismo Portugal	APHORT - União Empresas Hotel, Restauração Turismo Portugal			Membro Equiparad o	Rodrigo Pinto Barros	
1	508565340	Aga - Associação Geoparque Arouca	Arouca Geopark			Membro Equiparad o	Margarida Belém	
1	500910839	Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo	Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo			Membro Fundador	Pedro Costa Ferreira	
0	508417600	Atturismo - Viagens e Turismo, LDA	ATT Turismo			Classe H	Luis Barbosa	
1	503588849	Barcadouro - Sociedade de Turismo Fluvial e Terrestre, LDA	Barcadouro			Classe H	Matilde Costa; Fernando Madureira da Costa; António Lima	
1	510130933	Bbdouro - Unipessoal, LDA	BBDouro			Classe H	Tiago Morais; Diogo Barros	
1	504041762	Choice Car, SA	Bedriven / Choice Car			Classe E; Classe H	Romeu Silveira	
0	514491299	Bello Giro - Terra e Ar, Lda	Bello Giro			Classe H	Paulo Portela	
0	515922498	Birdie Experiences, Lda	Birdie			Classe F	Tiago Aguiar; Ruben Megalhães	

Anexo 6
Caderno eleitoral assembleia geral

Assembleia Geral Ordinária 15-12-2022

	NIF	Nome da Conta	Marca / Outra designaçã~	Gru	Representante Leg		ASSINATURA
1	514323086	Valsa das Silabas, LDA	A Casa do Fado		Ricardo Ferreira da Silva		
1	507693337	Ytravel, LDA	A2Z		Pedro José de Sousa Brilhante Pedrosa/Luís Coelho		
1	500297177	Viagens Abreu, SA	Abreu Destination Management - Portugal / Abreu Events		Jorge Coelho		
1	508001390	Associação dos Hotéis Rurais de Portugal	AHRP		Cândido da Silva Mendes; Cristina Azevedo	x	
0	504565826	Aim Portugal - Viagens, Congressos e Incentivos, LDA	AIM Group International		Madalena Miranda		
1	504807706	InvestBraga - Agência para a Dinamização Económica E.M	Altice Forum Braga		Carlos Duarte Oliveira e Silva/José Carlos Coutinho		
1	505371995	Amdouro - Organização de Viagens Marítimo- Turísticas, LDA	Am douro		Maria de Lurdes Gonçalves		
1	502823305	AMP - Área Metropolitana do Porto	AMP - Área Metropolitana do Porto		Lino Ferreira		
1	500700834	Ana - Aeroportos de Portugal SA	ANA - Aeroportos de Portugal		Fernando Vieira		
1	501449752	Apdl - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, SA	APDL - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo SA		Marta Sá Lemos; Guilhermina Rego	x	
1	507635841	Unihsnor Portugal - União Empresas Hotel, Restauração Turismo Portugal	APHORT - União Empresas Hotel, Restauração Turismo Portugal		Rodrigo Pinto Barros		
1	508565340	Aga - Associação Geoparque Arouca	Arouca Geopark		Margarida Belém		
1	500910839	Associação Portuguesa das Agencias de Viagens e Turismo	Associação Portuguesa das Agencias de Viagens e Turismo		Pedro Costa Ferreira		
0	508417600	Atturismo - Viagens e Turismo, LDA	ATT Turismo		Luís Barbosa		
1	503588849	Barcadouro - Sociedade de Turismo Fluvial e Terrestre, LDA	Barcadouro		Matilde Costa; Fernando Madureira da Costa; António Lima		
1	510130933	Bbdouro - Unipessoal, LDA	BBDouro		Tiago Morais; Diogo Barros		
1	504041762	Choice Car, SA	Bedriven / Choice Car		Romeu Silveira		
0	514491299	Bello Giro - Terra e Ar, Lda	Bello Giro		Paulo Portela		
0	515922498	Birdie Experiences, Lda	Birdie		Tiago Aguiar; Ruben Magalhães		

Assembleia Eleitoral Triénio 2023-2025

	NIF	Nome da Conta	Marca / Outra designaçã~	Gru	Representante Leg		ASSINATURA
1	5,14E+08	Valsa das Silabas, LDA	A Casa do Fado		Ricardo Ferreira da Silva		
1	5,08E+08	Ytravel, LDA	A2Z		Pedro José de Sousa Brilhante Pedrosa/Luís Coelho		
1	5E+08	Viagens Abreu, SA	Abreu Destination Management - Portugal / Abreu Events		Jorge Coelho		
1	5,08E+08	Associação dos Hotéis Rurais de Portugal	AHRP		Cândido da Silva Mendes; Cristina Azevedo	x	
0	5,05E+08	Aim Portugal - Viagens, Congressos e Incentivos, LDA	AIM Group International		Madalena Miranda		
1	5,05E+08	InvestBraga - Agência para a Dinamização Económica E.M	Altice Forum Braga		Carlos Duarte Oliveira e Silva/José Carlos Coutinho		
1	5,05E+08	Amdouro - Organização de Viagens Marítimo-Turísticas, LDA	Am douro		Maria de Lurdes Gonçalves		
1	5,03E+08	AMP - Área Metropolitana do Porto	AMP - Área Metropolitana do Porto		Lino Ferreira		
1	5,01E+08	Ana - Aeroportos de Portugal SA	ANA - Aeroportos de Portugal		Fernando Vieira		

1	5,01E+08	Apdl - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, SA	APDL - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, SA		Marta Sá Lemos; Guilhermina Rego	x
1	5,08E+08	Unihsnor Portugal - União Empresas Hotel, Restauração Turismo Portugal	APHORT - União Empresas Hotel, Restauração Turismo Portugal		Rodrigo Pinto Barros	
1	5,09E+08	Aga - Associação Geoparque Arouca	Arouca Geopark		Margarida Belém	
1	5,01E+08	Associação Portuguesa das Agencias de Viagens e Turismo	Associação Portuguesa das Agencias de Viagens e Turismo		Pedro Costa Ferreira	
0	5,08E+08	Atturismo - Viagens e Turismo, LDA	ATT Turismo		Luís Barbosa	
1	5,04E+08	Barcadouro - Sociedade de Turismo Fluvial e Terrestre, LDA	Barcadouro		Matilde Costa; Fernando Madureira da Costa; António Lima	
1	5,1E+08	Bbdouro - Unipessoal, LDA	BBDouro		Tiago Morais; Diogo Barros	
1	5,04E+08	Choice Car, SA	Bedriven / Choice Car		Romeu Silveira	
0	5,14E+08	Bello Giro - Terra e Ar, Lda	Bello Giro		Paulo Portela	
0	5,16E+08	Birdie Experiences, Lda	Birdie		Tiago Aguiar; Ruben Magalhães	
0	5,11E+08	Bliss Tours - Viagens e Turismo Unipessoal, LDA	Bliss Tours		Francisco Marques	

Anexo 7
Declarações de aceitação

LISTA__

**CANDIDATURA À MESA DA ASSEMBLEIA GERAL
DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
(2023-2025)**

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

(Empresa), com sede no **(Morada)**, para efeito de notificações, na **(Rua), n.º**, (Código Postal)
(cidade),

pessoa coletiva **(n.º)**, declara **que aceita a candidatura a 1.º Secretário da Mesa da Assembleia Geral da Associação de Turismo do Porto**, para o triénio de 2023 a 2025, indicando como seu representante no exercício do mandato, Exmo. Senhor **(Nome)**.

Porto, 30 de novembro de 2022

LISTA _

**CANDIDATURA À DIREÇÃO DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
(2023-2025)**

LISTA _

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

CANDIDATURA AO CONSELHO FISCAL ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO

(Empresa), com sede no **(Morada)**, para efeitos ~~(2023-2025)~~ações, na **(Rua)**, n.º, **(Código Postal)**
(cidade), pessoa coletiva **(n.º)**, declara **que aceita a candidatura a membro da Direção** para o
triénio de 2023 a 2025, indicando como seu representante no exercício do mandato, o Exmo.
Senhor. **(Nome)**.

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

(Empresa), **(NIF)**, declara **que aceita a candidatura a Presidente do Conselho Fiscal** para o
triénio de 2023 a 2025, indicando como seu representante no exercício do mandato, o Exmo.
Senhor. **(Nome)**.
Porto, 30 de novembro de 2022

Porto, 30 de novembro de 2022

Lista N

CANDIDATURA À **MESA DA ASSEMBLEIA GERAL** DA ATP

TRIÉNIO 2023-2025

LISTA _

**CANDIDATURA À MESA DA ASSEMBLEIA GERAL
DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
(2023-2025)**

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

(Empresa), com sede no **(Morada)**, para efeito de notificações, na **(Rua), n.º**, (Código Postal) **(cidade)**,
pessoa coletiva **(n.º)**, declara **que aceita a candidatura a Presidente da Mesa da**
Assembleia Geral da Associação de Turismo do Porto, para o triénio de 2023 a 2025, indicando
como seu representante o Exmo. Senhor Dr. Manuel Proença.

Porto, 30 de Novembro de 2022

LISTA

CANDIDATURA À MESA DA ASSEMBLEIA GERAL
DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
(2023-2025)

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

(Empresa), com sede no **(Morada)**, para efeito de notificações, na **(Rua), n.º**, (Código Postal) **(cidade)**,
pessoa coletiva **(n.º)**, declara **que aceita a candidatura a 1º Secretário da Mesa da
Assembleia Geral da Associação de Turismo do Porto**, para o triénio de 2023 a 2025, indicando
como seu representante no exercício do mandato, Exmo. Senhor (Nome).

Porto, 30 de Novembro de 2022

O presidente do Concelho da Administração

O Diretor Executivo

LISTA

CANDIDATURA À MESA DA ASSEMBLEIA GERAL
DA ASSOCIAÇÃO DE TURISMO DO PORTO
(2023-2025)

DECLARAÇÃO DE ACEITAÇÃO

(Empresa), com sede no **(Morada)**, para efeito de notificações, na **(Rua), n.º**, (Código Postal) **(cidade)**,
pessoa coletiva **(n.º)**, declara **que aceita a candidatura a 2º Secretário da Mesa da Assembleia Geral da Associação de Turismo do Porto**, para o triénio de 2023 a 2025, indicando
como seu representante no exercício do mandato, Exmo. Senhor (Nome).

Porto, 30 de Novembro de 2022
