

Manual de Recepcionista de Hotel

Acção: *Recepcionistas de Hotel*

Módulo: *Ufcd6 Atendimentos Diversos em Recepção*

Formadora: *Ana de Jesus*

Introdução

Este manual de Atendimento Diversos em Recepção –Ufcd6, inserido no referencial de *Educação e Formação de Adultos, Nível Secundário*, cuja parte profissionalizante é a **Recepção em Hotelaria**, visa ilustrar e fundamentar a aquisição ou aperfeiçoamento de competências por parte dos formandos cujo intuito é aumentar a sua qualificação escolar e profissional, encontrando, assim, respostas para as necessidades do tecido empresarial local.

Desta forma, propomo-nos a mostrar seguidamente, através de algumas fichas-exemplo (que serão adaptadas consoante as necessidades do público-alvo), informação teórica e alguns modelos de exercícios práticos a serem utilizados nas sessões ministradas, que permitirão um adequado desenvolvimento do perfil de proficiências proposto no referencial de competências-chave desta acção.

A Equipa Técnico-Pedagógica da Acção

Formador(a): _____

(assinatura)

E.F.A. – N.S. – Recepção em Hotelaria, Grândola

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

O QUE É O TURISMO?

- ❑ Um dos mais relevantes sectores da actividade económica
- ❑ Contribui para a criação de riqueza e melhoria do bem estar dos cidadãos

Como?

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

- criação de produção e emprego
- investimento e inovação (promoção)
- estimula o desenvolvimento de infra-estruturas colectivas
- favorece a preservação do ambiente
- favorece a recuperação do património histórico e cultural
- favorece o desenvolvimento regional
- satisfaz necessidades dos indivíduos

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

A actual dimensão mundial do turismo, como actividade económica, é impressionante. De acordo com o WorldTravel & Tourism Council (WTTC), em 1999, o turismo e viagens representaram :

- 11,7% da economia mundial
- 10,9% do consumo mundial
- 11,7% do investimento total
- 10,5% do emprego global

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

- **ALGUMAS DEFINIÇÕES DE TURISMO**
- É o conjunto de relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal.

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

- ALGUMAS DEFINIÇÕES DE TURISMO
- O turismo compreende as actividades desenvolvidas pelas pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual, por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios, ou outros.

Organização Mundial do Turismo / World Tourism Organization (OMT /WTO), 1991.

Definição também adoptada pela ONU.

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

■ Características fundamentais do Turismo:

- Deslocação**
- Permanência pouco prolongada**
- Deslocação e permanência não utilizadas para actividade lucrativa principal**

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

Definições da Organização Mundial do Turismo (OMT)

- **Visitante**
- **Turista**
- **Excursionista**

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

Definições da Organização Mundial do Turismo (OMT)

VISITANTE

Todo aquele que se desloca temporariamente para fora da sua residência habitual, quer seja no seu próprio país ou no estrangeiro, por uma razão que não seja a de aí exercer uma profissão remunerada

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

Definições da Organização Mundial do Turismo (OMT)

TURISTA

Visitante temporário que permanece no local visitado mais de 24 horas

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

Definições da Organização Mundial do Turismo (OMT)

EXCURSIONISTA

Visitante temporário que permanece no local visitado, fora da residência habitual, menos de 24 horas

I. O TURISMO: ASPECTOS CONCEPTUAIS

1.1. Conceitos de Turismo

Visitantes estrangeiros em Portugal

X 1000

<i>Visitantes</i>	<i>1990</i>	<i>%</i>	<i>1995</i>	<i>%</i>	<i>2002</i>	<i>%</i>
Turistas	8019	44	9705	42	12167	43.8
Excursionistas	10179	56	12925	58	15814	56.2
Total	20188		24625		28150	

CLASSIFICAÇÕES E TIPOS DE **TURISMO**

Atendendo às suas causas, influências e factores que intervêm nas deslocações das pessoas.

a) Segundo a origem dos visitantes

- **Turismo doméstico ou interno**

deslocações dos residentes de um país , viajando apenas dentro do próprio país

- **Turismo receptor**

abrange as visitas a um país por não residentes

- **Turismo emissor**

visitas de residentes de um país a outro país

CLASSIFICAÇÕES E TIPOS DE TURISMO

Estas três formas básicas podem ser combinadas de vários modos:

- **Turismo interior**

turismo realizado dentro das fronteiras de um país e compreende o turismo doméstico e o receptor

- **Turismo nacional**

movimento dos residentes de um dado país e compreende o turismo doméstico e o turismo emissor

- **Turismo internacional**

abrange unicamente as deslocações que obrigam a atravessar uma fronteira e compreende o turismo receptor e emissor

CLASSIFICAÇÕES E TIPOS DE **TURISMO**

Segundo as repercussões na balança de pagamentos

Dado que as entradas de visitantes estrangeiros contribuem para o activo da balança de pagamentos de um país, na medida em que provocam a entrada de divisas, e que a saída de residentes nesse país têm um efeito passivo sobre aquela balança por provocarem uma saída de divisas, o turismo externo classifica-se em:

CLASSIFICAÇÕES E TIPOS DE TURISMO

Segundo as repercussões na balança de pagamentos

- **Turismo externo activo (turismo de exportação ou *incoming*)**
- **Turismo externo passivo (turismo de importação ou *outgoing*)**

CLASSIFICAÇÕES E TIPOS DE **TURISMO**

c) Segundo a duração da permanência

- **Turismo de passagem**
- **Turismo de permanência**

CLASSIFICAÇÕES E TIPOS DE **TURISMO**

Segundo a organização da viagem

- **Turismo individual**
- **Turismo de grupo**

TURISMO DE MASSAS E TURISMO **DE MINORIAS:** **A QUALIDADE NO TURISMO**

O turismo hoje é uma actividade popular e massificada:

- Incremento do rendimento individual / férias pagas
- Aumento da escolaridade e cultura
- Desenvolvimento das ideologias liberais
- Desenvolvimento tecnológico
- Aumento do peso da classe média
- Esbatimento das diferenças sociais e culturais

TURISMO DE MASSAS E TURISMO DE MINORIAS: A QUALIDADE NO TURISMO

As diferentes motivações e os diferentes comportamentos permitem distinguir **Turismo de massas** e **Turismo de minorias**

Turismo de minorias / turismo alternativo

Turismo realizado por pequenos grupos ou indivíduos / famílias isoladas, caracterizado por um princípio de selecção económica e/ou cultural.

TURISMO DE MASSAS E TURISMO DE MINORIAS: A QUALIDADE NO TURISMO

Turismo de massas

Turismo realizado pelas pessoas de menor nível de rendimentos, viajando em grupos, com gastos reduzidos e permanência de curta duração.

TURISMO DE MASSAS E TURISMO DE MINORIAS: A QUALIDADE NO TURISMO

Consequências e impactos do crescente grau de massificação do turismo :

- intensificação da utilização das infra-estruturas e equipamentos turísticos
- excessiva utilização dos espaços → destruição
- perversão da calma e repouso
- degradação dos monumentos e centros históricos
- destruição do património natural mais sensível

TURISMO DE MASSAS E TURISMO DE MINORIAS: A QUALIDADE NO TURISMO

Outras características do turismo de massas:

- os motivos prendem-se com a necessidade de evasão e com o efeito de imitação
- época de férias em Julho e Agosto
- alojamento em estabelecimentos hoteleiros de menor categoria e em meios complementares de alojamento : parques de campismo, quartos particulares ...
- orientado para os centros de maior concentração turística

TURISMO DE QUALIDADE *VERSUS* QUALIDADE DO TURISMO

■ **QUALIDADE DO TURISMO**

Condição essencial para o desenvolvimento do turismo

- qualidade dos alojamentos
- qualidade dos transportes
- qualidade da utilização dos espaços
- qualidade do enquadramento natural
- qualidade dos equipamentos complementares
- qualidade dos recursos humanos

TURISMO DE QUALIDADE *VERSUS* QUALIDADE DO TURISMO

- CONCEITO DE QUALIDADE
- qualidade é um conceito relativo, cada segmento de mercado tem os seus padrões (*p.ex. um parque de campismo pode oferecer tanta qualidade como um hotel de 5 estrelas*)

TURISMO DE QUALIDADE *VERSUS* QUALIDADE DO TURISMO

■ QUALIDADE

- *" é o ajustamento dos produtos e serviços às exigências da clientela "*
- *"é atender às necessidades dos clientes fazendo bem as coisas à primeira "*
- *" o produto melhor é o que a maioria dos clientes quer comprar"*
- ***" é a aptidão de um produto ou serviço para satisfazer as necessidades do cliente, dando-lhe satisfação "***

TURISMO DE QUALIDADE *VERSUS* QUALIDADE DO TURISMO

**Qualidade é igual à
satisfação das
necessidades e
exigências dos
consumidores**

É um conceito dinâmico que deverá
acompanhar a evolução das preferências
dos consumidores

■ PORQUÊ ?

- **Globalização dos mercados, produtos e processos → maior permeabilidade à concorrência externa;**
- **Factor determinante das escolhas dos consumidores: já não é o preço mas a relação qualidade/preço;**
- **O consumidor é mais consciente, selectivo e exigente – agora são os produtos que se adaptam aos gostos e preferências dos consumidores**
- **A qualidade não se limita ao produto em si. Estende-se a todo o processo desde a concepção até à assistência após venda.**
- **A relação com o cliente não se inicia nem se esgota no acto de consumo, todo o ciclo exige qualidade.**

MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

O sucesso de um negócio turístico depende, em grande parte, da capacidade de resposta, às necessidades e preferências dos consumidores.

**é fundamental conhecer os
consumidores**

MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

H.P. Gray (1970) – primeiros estudos sobre as motivações turísticas. Identifica duas razões principais para viajar:

- *(desejo de vaguear)*

Característica básica da natureza humana que leva a deixar as coisas que são familiares e procurar lugares e culturas diferentes.

- *(desejo de sol)*

Depende da existência, noutro lugar, de amenidades diferentes ou melhores das que estão disponíveis na área de residência.

MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

Crompton (1979)

Motivação básica → Quebra de rotina

- Motivações específicas (sócio-psicológicas):
- Escape do meio vivido
- Exploração e avaliação de si próprio
- Relaxamento/repouso
- Prestígio
- Aumento das relações sociais
- Saúde
- ...

MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

Leiper (1984)

- **Lazer Recreativo** (restabelece)
 - Restabelece descanso (recuperação da fadiga mental e física)
 - Restabelece relaxamento (recuperação da tensão)
 - Restabelece divertimento (recuperação do “aborrecimento”)
- **Lazer Criativo** (produz algo de novo)

MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

- **Organização Mundial do Turismo (OMT/WTO)**

Classifica as motivações em duas categorias que estão na origem das imagens que se fazem de um destino

- **Motivações de tipo racional :**
confiança, segurança, poupança, tradição, conformismo
- **Motivações do tipo afetivo :**
curiosidade, novidade, afetividade, liberdade, amizade.

MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

- **L. Cunha (1997)**
 - **Motivações constrangedoras : negócios, reuniões, saúde, estudos**
 - **Motivações libertadoras : férias, desportos, repouso, cultura,...**
 - **Motivações mistas**

MODELO PSICOCÊNTRICO- ALOCÊNTRICO

S. PLOG

Plog classifica as pessoas em diferentes tipos psicológicos e constrói uma nova tipologia do carácter dos turistas.

■ Alocêntricos

- Curiosos, com desejo de aventura
- Atracção pelo desconhecido
- Preferem áreas não turísticas
- Alto nível de actividade
- Gostam de contactar pessoas de outras culturas
- Gostam de liberdade e flexibilidade nos locais de destino

MODELO PSICOCÊNTRICO- ALOCÊNTRICO

S. PLOG

Plog classifica as pessoas em diferentes tipos psicológicos e constrói uma nova tipologia do carácter dos turistas.

■ Cêntricos

- fraco pendor pela aventura
- procura os destinos mais em voga
- descontração e prazer: simples diversão e entretenimento
- Clima, sol , termas

MODELO PSICOCÊNTRICO- ALOCÊNTRICO

S. PLOG

Plog classifica as pessoas em diferentes tipos psicológicos e constrói uma nova tipologia do carácter dos turistas.

- **Psicocêntricos**

- concentrados nos pequenos problemas pessoais
- inibidos, ansiosos, passivos
- pouco interesse pelo mundo exterior
- quanto aos destinos turísticos preferem os que já conhecem ou os mais frequentados
- preferem viagens organizadas
- destinos que não perturbem o seu modo de vida

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

A actividade turística não se limita às deslocações de pessoas entre vários países e regiões.

É necessário avaliar os efeitos múltiplos produzidos pelo turismo.

COMO?

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO



MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

1. ENTRADAS

- Considera-se como **entrada** cada chegada à fronteira de um **visitante** que não resida nesse país. É um indicador bastante limitado e insuficiente para, por si só, sustentar qualquer tipo de análise, visto revelar os seguintes inconvenientes:
 - contagem feita por estimativa (apenas são registados os visitantes fora da EU)
 - contagem múltipla
 - engloba turistas e excursionistas
 - a análise baseada apenas nas entradas não considera os efeitos do turismo: a procura de bens e serviços prestados

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

2. DORMIDAS

- não engloba dormidas em estabelecimentos não licenciados, quartos particulares, casas de amigos e parentes, casa própria, etc.

ENTRADAS E DORMIDAS, 2002

em milhões

	Entradas	Dormidas
Portugal	28	24
Irlanda	3	38

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

Entradas de estrangeiros em Portugal (milhões)

	1996	1997	1998	2002
Turistas	9,730	10,172	11,295	12167
Excursionistas	13,300	13,841	15,030	15814
Total	23,030	24,013	26,325	28150

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

3. DESPESAS TURÍSTICAS

- As despesas turísticas são, de acordo com as estatísticas de turismo da OMT, “as despesas de consumo totais feitas por um visitante, incluindo as despesas para, e durante, a sua viagem e estadia no destino”
 - Viagens
 - Alojamento
 - Refeições e bebidas
 - Animação, cultura e actividades desportivas
 - Compras
 - Outras despesas

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

4. PERMANÊNCIA MÉDIA (ESTADIA MÉDIA)

- É o nº de dias que cada turista permanece, em média, no território nacional.

em Portugal a P_m variou, entre 1985 e 1995, de 10,4 para 7,7

um turista espanhol permanece em média 2,8 dias, um canadiano 15,9 dias e um alemão 12,5 dias

$$P_m = \frac{\text{nº de dormidas}}{\text{nº de turistas}}$$

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

4. PERMANÊNCIA MÉDIA (ESTADIA MÉDIA)

- É o nº de dias que cada turista permanece, em média, no território nacional.
 - A permanência média varia com a nacionalidade do turista, idade, rendimento, capacidade do país receptor.
 - A tendência de diminuição da permanência média deve-se fundamentalmente
 - ao aumento das viagens de longa distância e
 - à fragmentação dos períodos de férias.

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

5. CAPACIDADE DE ALOJAMENTO

- É o potencial turístico existente num país ou região, que permite avaliar o número de dormidas que os meios de alojamento oferecem num determinado momento ou período. É um indicador importante por constituir a base da oferta turística.
 - obtém-se multiplicando o nº de camas, quartos ou lugares existentes pelo número de dias do período considerado.
 - Mede o potencial da oferta e não o seu número efectivamente disponível.

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

- Permite determinar o grau de utilização da capacidade de alojamento e avaliar em que medida haverá excesso ou necessidade de novos alojamentos.

Taxas de ocupação (total de hotéis)

<i>Regiões</i>	<i>1996</i> %	<i>1997</i> %	<i>1998</i> %	<i>2000</i> %
<i>Algarve</i>	<i>55.4</i>	<i>55.7</i>	<i>57.6</i>	<i>59.3</i>
<i>Lisboa</i>	<i>44.9</i>	<i>45.7</i>	<i>48.4</i>	<i>51.5</i>
<i>Costa do Estoril</i>	<i>43.5</i>	<i>44.3</i>	<i>49.1</i>	<i>52.2</i>
<i>Madeira</i>	<i>64.8</i>	<i>62.3</i>	<i>64.8</i>	<i>66.1</i>

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

**Taxa de Ocupação
Líquida (TOL)**

$$TOL = \frac{\text{n}^\circ \text{ de dormidas}}{\text{n}^\circ \text{ de camas} \times 365} \times 100$$

**Taxa de Ocupação
Quarto (TOQ)**

$$TOQ = \frac{\text{n}^\circ \text{ de quartos ocupados}}{\text{total de quartos} \times 365} \times 100$$

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

**Taxa de Ocupação
Rendimento (TOR)**

$$\text{TOR} = \frac{V}{C \times P \times 365} \times 100$$

V - volume de vendas/ano

C- capacidade(quartos/camas)

P – preço diário da unidade de alojamento (quarto/cama)

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

**Taxa de Ocupação
Líquida (TOL)**

$$TOL = \frac{\text{nº de dormidas}}{\text{nº de camas} \times 365} \times 100$$

**Taxa de Ocupação
Quarto (TOQ)**

$$TOQ = \frac{\text{nº de quartos ocupados}}{\text{total de quartos} \times 365} \times 100$$

**Taxa de Ocupação
Rendimento (TOR)**

$$TOR = \frac{V}{C \times P \times 365} \times 100$$

Nota: conforme o período considerado seja anual, mensal, semanal ou diário o valor a introduzir em denominador deverá ser 365, 31(variável no caso mensal), 7 ou 1 respectivamente.

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Exemplo 1:

Um hotel com 100 quartos duplos, ao preço de 50 € diários por quarto, numa noite teve a seguinte ocupação:

40 quartos ocupados por casal ao preço normal

30 quartos ocupados com desconto de 30%

20 quartos ocupados por pessoa só ao preço de 30 €

10 quartos não ocupados

De acordo com os dados indicados as várias taxas de ocupação diárias verificadas foram:

$$\text{TOL} = \frac{40 \times 2 + 30 \times 2 + 20 \times 1}{100 \times 2} \times 100 \quad \triangleright \quad 80\%$$

$$\text{TOQ} = \frac{40 + 30 + 20}{100} \times 100 \quad \triangleright \quad 90\%$$

$$\text{TOR} = \frac{40 \times 50 + 30 \times 35 + 20 \times 30}{100 \times 50} \times 100 \quad \triangleright \quad 73\%$$

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

Exemplo 2:

Um hotel com 60 quartos duplos : 40 quartos vista cidade ao preço de 80 € , 20 quartos vista mar ao preço de 100 €. A ocupação numa noite foi a seguinte:

10 quartos vista terra ocupados por casal ao preço normal

5 quartos vista mar ocupados por casal ao preço normal

15 quartos vista terra ocupados por casal com desconto de 25%

12 quartos vista mar ocupados por casal com desconto de 25%

8 quartos vista terra ocupados por pessoa só com desconto de 50%

De acordo com os dados indicados as várias taxas de ocupação diárias verificadas foram:

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

6. TAXA DE OCUPAÇÃO HOTELEIRA

$$TOL = \frac{10 \times 2 + 5 \times 2 + 15 \times 2 + 12 \times 2 + 8}{60 \times 2} \times 100 \quad \triangleright \quad 76.7\%$$

$$TOQ = \frac{10 + 5 + 15 + 12 + 8}{60} \times 100 \quad \triangleright \quad 83.3\%$$

$$TOR = \frac{10 \times 80 + 5 \times 100 + 15 \times 60 + 12 \times 75 + 8 \times 40}{40 \times 80 + 20 \times 100} \times 100 \quad \triangleright \quad 65.7\%$$

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

7. GRAU DE SAZONALIDADE

$$GS = \frac{Ev}{Et} \times 100$$

Ev – nº de entradas/dormidas
no Verão
(Jul/Ago/Set)

Et – nº de entradas/dormidas
no ano

quando se consideram apenas as entradas estes indicadores reflectem o turismo externo excluindo os fluxos turísticos internos.

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

7. GRAU DE SAZONALIDADE

**Entradas de Visitantes e
Dormidas (1993)
Portugal**

Meses	Entradas (x 1000)	Dormidas (x 1000)
Janeiro	1046	2370
Fevereiro	941	2345
Março	1260	2379
Abril	1845	4629
Maio	1617	5080
Junho	1558	7612
Julho	2257	9666
Agosto	3465	11231
Setembro	1935	7798
Outubro	1700	5087
Novembro	1325	3223
Dezembro	1628	3072
Total	21580	65244

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

8. TAXA DE PARTIDA

Permite determinar a % de população de um determinado país ou região que goza férias fora da sua residência habitual por um período superior a 4 dias.

Taxa de Partida Bruta

$$TP(b) = \frac{V}{Pt} \times 100$$

V – nº de viagens efectuadas no período em estudo

Pt – população total do país com mais de 15 anos

Taxa de Partida Líquida

$$TP(l) = \frac{Pf}{Pt} \times 100$$

Pf – nº de pessoas que partem para férias fora da área de residência habitual pelo menos uma vez

Pt – população total do país com mais de 15 anos

MEDIDAS E INDICADORES ESTATÍSTICOS NO TURISMO

8. TAXA DE PARTIDA

Permite determinar a % de população de um determinado país ou região que goza férias fora da sua residência habitual por um período superior a 4 dias.

Taxa de Partida para o Estrangeiro

Taxa de Partida para o Estrangeiro
1999

$$TP(e) = \frac{Pfe}{Pt} \times 100$$

**Pfe – nº de pessoas
que partem para
férias no estrangeiro**

**Pt – população total
do país com mais de
15 anos**

Países	%
Alemanha	68
Reino Unido	65
Suécia	65
França	17
Espanha	12
Portugal	9

Turismo, lazer e recreio



Lazer – corresponde ao tempo realmente livre

Recreio – conjunto de actividades exercidas durante o tempo livre

Turismo – distingue-se do recreio porque implica necessariamente uma deslocação enquanto o recreio pode ou não dar origem a uma viagem

Turismo, lazer e recreio

Lazer – corresponde ao tempo realmente livre

Recreio – conjunto de actividades exercidas durante o tempo livre

Turismo – distingue-se do recreio porque implica necessariamente uma deslocação enquanto o recreio pode ou não dar origem a uma viagem

Assim o turismo pode ser considerado como uma forma particular de lazer e recreação, distinguindo-se pela componente da viagem e duração da mesma

Metodologia Exploratória Para um processo de ensino - aprendizagem que responda às necessidades de cada grupo há a necessidade, cada vez maior, de uma constante adaptação, quer pela parte do formador, quer pela parte do formando. Assim, o método privilegiado eleito para ministrar este módulo foi o **método activo**. Contudo, há que dar a devida saliência aos **métodos expositivo, demonstrativo e interrogativo**, que também serão usados em determinadas partes das sessões (tal como se pode verificar a partir do material contido neste manual), consoante os conteúdos que se tentem desenvolver e ainda de acordo com as competências a evidenciar. Neste sentido, convém ter presentes os seguintes pontos, abordados e desenvolvidos pela equipa técnico – pedagógica , e que, de facto, são fundamentais para o aperfeiçoamento das competências dos formandos.

Discussão de grupo Este método é útil se os membros do grupo sentirem-se à vontade uns com os outros e sem inibições para falar. Deixar o grupo à vontade leva tempo e nem sempre é possível, mas pode ser facilitado pela experiência e incentivo do orientador. A discussão de grupo expõe uns às crenças, valores e práticas de outros. Esta interacção promove o apoio dos colegas. Uma das melhores formas de incentivar a discussão do grupo é através da colocação e resolução de um problema. As questões podem ser levantadas pelo formador ou pela experiência dos participantes.

Interpretação de uma personagem e simulação

Muitas vezes, os formados preferem aprender através da interpretação, observação, encenação ou através de exercícios simulados. Desta maneira, é mais fácil transmitir seus conhecimentos para o “mundo real”.

Métodos Visuais Cartazes, fotografias, ilustrações, projecções, apresentação de diapositivos, vídeos e trabalhos de arte, podem ser ferramentas de ensino poderosas. É mais fácil iniciar uma discussão depois da apresentação do material visual. Por exemplo, pode-se questionar o grupo sobre o impacto que o material exerceu sobre eles, o que eles gostaram ou não, o que não ficou muito claro, o que foi perturbador e o que foi útil.

Participação do grupo A experiência demonstra que as pessoas aprendem melhor quando participam no processo de aprendizagem ao invés de serem apenas espectadoras. No passado, os formados eram colocados à parte, enquanto o professor apresentava uma **aula expositiva**. Embora este método possa ser útil para transmitir mensagens importantes num curto espaço de tempo, a aprendizagem que conduz a mudanças de comportamento, é mais facilmente assimilada através da participação activa dos alunos.

Contar histórias e compartilhar as próprias experiências.

Estes podem ser métodos eficazes de aprendizagem. As pessoas gostam de ouvir outras experiências e, muitas vezes, identificam-se mais com estas experiências do que com o relato de factos sem muita relevância para eles. Histórias fictícias também podem ser importantes para transmitir mensagens. Embora a história possa ser a respeito de personagens inventadas, o ouvinte pode identificar e entender facilmente o assunto. Por outro turno, tal facto também constitui um importante ponto de motivação.

Conclusão:

Este guia teve como finalidade não só o reconhecimento de alguns pontos-chave do referencial de competências desta acção, como também a ilustração de algumas actividades pedagógico-didácticas realizadas durante as sessões do módulo. Neste sentido, tornou-se fundamental a interacção formador/formandos; formandos/formador e formandos/formandos, pelo que as estratégias aqui desenvolvidas implicam sempre muito dinamismo, intervenção e a pré-aquisição e consequente aperfeiçoamento de muitos conceitos adquiridos, exigindo, desta forma, um elevado grau de proactividade por parte de todos os elementos envolvidos no processo. Note-se, porém, que se torna sempre indispensável a constante (re)adaptação de materiais, estratégias e métodos ao público-alvo, habitualmente multifacetado que constitui, maioritariamente, este tipo de grupos, já de si heterogéneo.

A Equipa Técnico-Pedagógica da Acção

Formador(a):

(assinatura)

BIBLIOGRAFIA

Marques, J. Albano (2007) Manual de Hotelaria
Política e
Procedimentos
Civilização Editora

Marques, J. Albano (2007) Introdução à Hotelaria
Introdução à
Hotelaria
Civilização Editora

Súmulas de Gestão de Compras
Escola de Hotelaria e Turismo do Estoril