

Curso Técnico/a Especialista de Gestão de Turismo

UFCD - 7089

Normas Internacionais de Viagens



Componente de Formação Geral e Científica

Número de Horas: 50

2014

INDÍCE

INTRODUÇÃO.....	3
1. AS EMPRESAS TURÍSTICAS E AS NORMAS INTERNACIONAIS DE FUNIONAMENTO.....	5
2. ANÁLISE DETALHADA DE ALGUNS DOS ATORES INTERVENIENTES NA ATIVIDADE TURÍSTICA.....	11
3. A ORGANIZAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS.....	14
4. DIPLOMAS LEGAIS QUE REGULAM A ATIVIDADE DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO.....	17
5. TIPOS DE SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA.....	19
6. NORMAS E TIPOLOGIAS DOS MEIOS DE TRANSPORTE.....	27
7. ALGUNS SERVIÇOS OFERECIDOS PELAS COMPANHIAS AÉREAS.....	33
8.OS DIREITOS DE TRÁFEGO AÉREO E LIBERDADES DE CIRCULAÇÃO.....	36
9.OS CONTRATOS COM OS CLIENTES DO TRANSPORTE AÉREO.....	39
10.ATRIBUIÇÕES DO INAC - INSTITUTO NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL.....	41
11. OS DIREITOS DOS PASSAGEIROS QUANDO VIAJAM POR VIA AÉREA.....	42
12.PROCEDIMENTOS PARA CONCESSÃO DE PASSAPORTES E VISTOS.....	47
13.HANDLING AEROPORTUÁRIO	52
14.CONCLUSÃO.....	54
15.BIBLIOGRAFIA.....	56

Introdução

O turismo é uma atividade promissora não apenas pelo potencial que alberga em si mas também pelo efeito multiplicador que estimula na promoção do interesse regional, no crescimento e emprego na região, no desenvolvimento da riqueza local, nas preocupações relacionadas com o património cultural e natural, no ingresso de divisas na balança de pagamentos e nas receitas para os cofres públicos; entre muitas outras razões.

Um destino turístico para ser considerado como tal não basta querer, é preciso ter a oferta que corresponda ao que os turistas procuram. **Esta procura consiste, essencialmente, num leque variado de atividades e de experiências fora do habitat do visitante, que deve ser composto por recursos (atrações) naturais e culturais singulares, oferta de alojamento, entretenimento e alimentação peculiar, acessos e transportes, ambiente, informação, cultura e, fundamentalmente, acolhimento.**

Ao mesmo tempo que as entidades reguladoras, agentes económicos e populações locais pretendem receber mais e bons turistas na sua região, manifestam também uma preocupação crescente em preservar a identidade, o meio ambiente e o património natural, histórico e cultural dos riscos decorrentes de um turismo mal controlado.

Neste contexto, garantindo o desenvolvimento económico, a proteção do ambiente e a identidade das populações residentes, o destino turístico está minimamente preparado para oferecer uma experiência agradável e única ao visitante, assegurando a satisfação e a fidelização do visitante, e indo ao encontro da legítima aspiração da população a um desenvolvimento local sustentável.

O fenómeno turístico deve ter em linha de conta dois aspetos muito importantes: o interesse dos turistas na região e o interesse da região nos turistas. O primeiro procura, como já

vimos, regiões que atendam da melhor forma aos seus desejos e necessidades mais díspares. O segundo pretende, para além de atrair um crescente número de turistas, criar condições (normas de viagens) para uma boa receção, acolhimento e entretenimento do mesmo. O acolhimento turístico é algo sobejamente simples se houver garantias de todas as partes envolvidas na receção ao turista em cumprir as suas funções (Normas Internacionais de Viagens). Simples mas incontornavelmente necessário, tendo em conta que o acolhimento turístico baseado numa normalização é um fator diferenciador de elevada relevância.

O Aparecimento das Agências de Viagens

Em 1840, Thomas Cook iniciou o negócio das agências de viagens. No Século XIX as viagens eram exclusivas para a classe alta mas Cook tentou baixar os preços através da fretagem de barcos e da reserva em bloco de quartos de hotel. Foi também o primeiro a inventar notas de crédito aceites em bancos e hotéis por todo o mundo. Antes da introdução das agências de viagens no fim do Século XIX, os porteiros dos hotéis faziam as reservas para os hóspedes (nomeadamente de bilhetes de comboio e de barco) e recebiam uma comissão do fornecedor e as despesas de serviço por parte do cliente. Em 1920 as companhias aéreas também pagavam comissões aos porteiros dos hotéis (5%). Mais tarde abriram escritórios nos hotéis como forma de não pagarem essa comissão e terem um contacto mais direto com o cliente.

As agências de viagens tiveram a sua grande expansão com o fim da II Guerra Mundial.

1. AS EMPRESAS TURÍSTICAS E AS NORMAS INTERNACIONAIS DE FUNCIONAMENTO

A concorrência no mercado do lazer, recreio e viagens é muito forte e as empresas turísticas que pretendam ter sucesso nesta área devem focalizar a sua ação nas necessidades dos clientes, tendo sempre presente a prestação dos serviços de acordo com os mais elevados padrões de qualidade.

Para alguns o turismo é visto como uma "indústria" que gera emprego e dinheiro, para outros o turismo traz a destruição do estilo de vida tradicional, estimula relações de exploração e a dependência de uma atividade instável e sazonal.

Na realidade nenhuma das duas perspetivas é uma verdade absoluta, pois a complexidade e a abrangência da área é tão grande que nem tudo pode ser positivo nem tudo pode ser negativo. As empresas turísticas não podem ter uma visão redutora das suas atividades.

De um ponto de vista mais positivo, entende-se o turismo como uma indústria de grandes benefícios, um agente de mudança económica e social que estimula o emprego e o investimento, modifica o uso da terra e a estrutura económica das regiões e dos países, contribuindo para a balança de pagamentos dos países recetores e para a economia em geral. A conceptualização pessimista entende o turismo como um acelerador das desigualdades, que divide as comunidades e não as faz crescer de uma maneira sustentável, quer do ponto de vista social, quer ambiental, quer político ou económico.

A realidade mostra que a indústria do turismo é, atualmente, uma das atividades que apresenta os mais elevados índices de crescimento no contexto da economia mundial.

As empresas turísticas, desde a década de 90 do século XX, têm vindo a conhecer um meio caracterizado por três fenómenos principais:

- o processo de globalização;
- o ambiente de incerteza;
- a importância crescente da competitividade para o sucesso e mesmo para a sobrevivência da empresa.

A indústria turística, tal como muitos outros serviços, tem as seguintes características:

Intangibilidade - Os serviços são intangíveis. Ao contrário dos produtos, não podem ser vistos, sentidos, ouvidos ou cheirados antes da compra.

Inseparabilidade - Os serviços são produzidos e consumidos em simultâneo.

Heterogeneidade - Os serviços são muito variáveis. Dependem de quem os presta, onde são prestados.

Perecibilidade - Os serviços não podem ser armazenados.

No entanto os serviços turísticos têm também características específicas:

•**Custo elevado** - O preço dos produtos turísticos é relativamente elevado. Ir de férias pode ser a compra mais importante e dispendiosa do ano;

•**Sazonalidade** - Picos de procura sobretudo no verão;

•**Interdependência** - A indústria do turismo é composta por vários setores que dependem uns dos outros;

Impacto na sociedade - A indústria do turismo provoca impactos positivos e negativos, de ordem económica, sociocultural e ambiental significativos no destino, embora não deixe de afetar também as áreas emissoras;

Estão sujeitos a efeitos de choques externos - O turismo é muito afetado por acontecimentos dramáticos que estão fora do controlo dos seus gestores. Guerras, tempestades, ataques terroristas, poluição, acidentes, publicidade adversa têm um efeito rápido e negativo na evolução dos negócios.

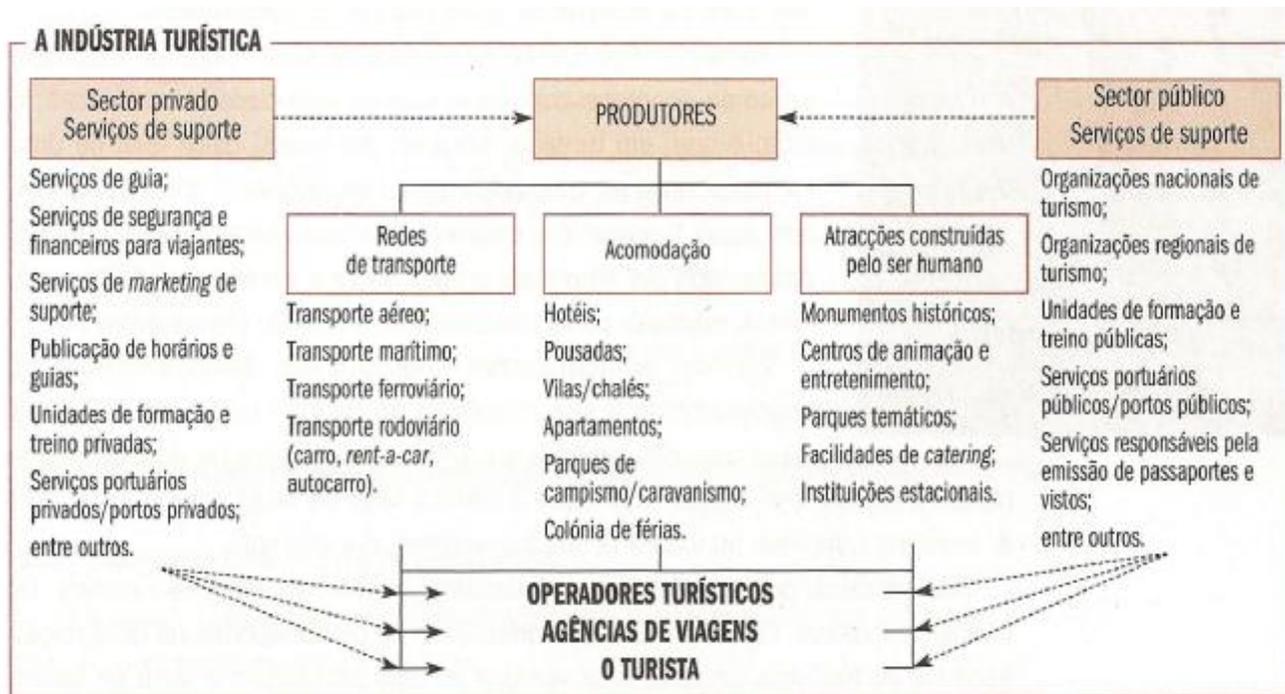
A atividade turística necessita da atuação do setor privado quando se pensa na implantação de empreendimentos turísticos, restaurantes, agências de viagens ou operadores turísticos, empresas de turismo ativo ou organizadoras de eventos.

Mas, entretanto, existem outros atores também muito importantes. Os detentores da cultura local, ou seja, a comunidade que é um parceiro central, pois é este que conviverá com o fluxo turístico e seus impactos.

Outros potenciais intervenientes são as associações e organizações de cunho social e ambiental que poderão auxiliar nas discussões sobre as alternativas para a inclusão social e utilização sustentável dos recursos naturais, culturais e outros. Também a comunidade científica deve participar ativamente na atividade turística desenvolvendo o trâmite metodológico e a investigação corretos.

O setor público é outro ator importante, a quem cabe orientar a atividade pautando as reflexões de cada momento e compor o processo com a implementação, isoladamente ou em parceria, das ações planeadas de promoção, regulamentação, fiscalização, etc.

O quadro seguinte evidencia as relações estabelecidas entre diferentes atores.



É neste contexto que surge a Declaração de Utilidade Turística. A Utilidade Turística é uma qualificação atribuída a determinados empreendimentos turísticos e outros com relevância para o setor do turismo.

Trata-se de um instrumento que, entre outras vantagens, permite aos proprietários e promotores dos empreendimentos terem acesso mais facilitado a benefícios fiscais.

Esta classificação funciona como um incentivo ao investimento no turismo, com destaque para os empreendimentos de categoria superior.

Tipologia e classificação quanto ao segmento de mercado em que se enquadram

A empresa turística é aquela que produz qualquer espécie de prestação material e/ou de serviços que serve diretamente a satisfação das necessidades dos turistas e que, durante a distribuição desses bens e serviços, entra em contacto direto com eles. Como as necessidades dos turistas são heterogéneas, as empresas de turismo assumem maior ou menor importância para cada um deles dependendo do grau de satisfação que estas proporcionam.

A indústria do turismo encontra-se atualmente em forte expansão, enquadrando um elevado número de empresas em diversos segmentos de mercado, de acordo com a tipologia dos serviços prestados.

A oferta turística é constituída pela totalidade dos bens e serviços adquiridos pelos turistas. Assim, diz-se que o **produto turístico total** é constituído por um conjunto de subprodutos, tais como transporte, hotelaria, restaurantes, animação/diversão, *souvenirs*, seguros, entre outros. Na sua deslocação, o turista consome direta ou indiretamente uma enorme variedade de bens e serviços, os quais são produzidos e comercializados por um vasto conjunto de empresas, com características muito próprias e diversificadas.

Apesar de habitualmente se falar de uma «indústria turística», tal como acontece com as restantes atividades económicas, o facto é que, em turismo, torna-se, por vezes, difícil falar de uma indústria, uma vez que todo o conjunto de bens e serviços adquiridos pelos turistas

têm origem num vasto número de atividades promovidas por empresas pertencentes a setores muito diversificados, na maior parte dos casos sem relação direta entre si.

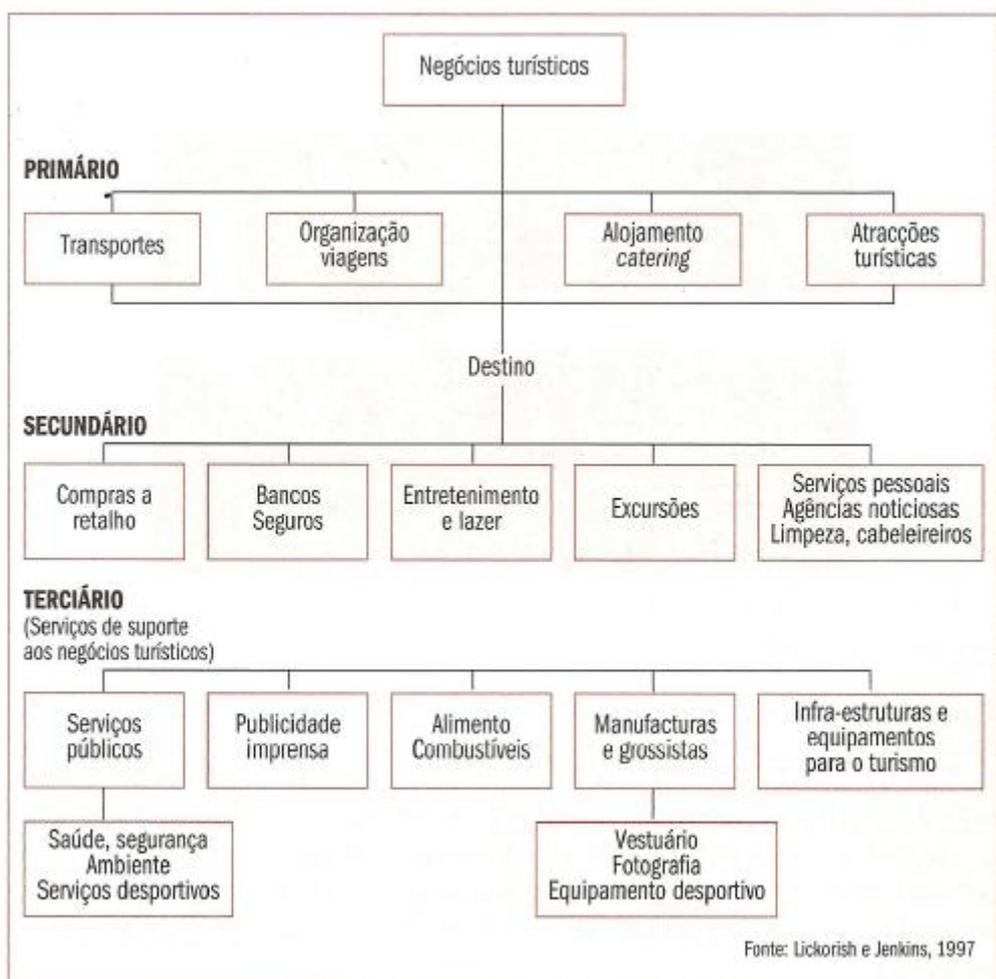
Todavia, existem certas empresas que devem exclusiva ou principalmente a sua existência ao turismo como são os casos do alojamento, operadores turísticos, agências de viagens, transportes e outros, em relação aos quais podemos falar de facto em indústria, isto é, indústria hoteleira, ou indústria dos transportes, por exemplo.

Não se deve, porém, englobar o alojamento, o golfe, os parques naturais, os bares, os museus, os monumentos, o artesanato ou os transportes na designação genérica de indústria turística, uma vez que só têm em comum o facto de serem objeto de uma procura ou de um consumo turístico e, mesmo assim, em grau de intensidade muito variado.

Pode-se, também, distinguir três níveis de atividades ou negócios relacionados com ligação ao setor do turismo: primários, secundários e terciários.

- Os negócios do turismo considerados **primários** abarcam os meios para a realização das viagens, os sistemas de suporte e as razões para viajar, neles se incluindo a organização das viagens, os transportes, o alojamento, o fornecimento de refeições e as atrações turísticas.
- Os negócios **secundários** são aqueles que beneficiam diretamente dos gastos, dos turistas, normalmente no destino, mas nem sempre, tais como os seguros, os bancos, serviços pessoais (cabeleireiros, limpeza) ou as lojas comerciais.
- Finalmente, os negócios **terciários** são aqueles cujo benefício resulta indiretamente dos consumos (gastos) turísticos tais como os serviços públicos, a publicidade ou o fornecimento de combustíveis.

Esta divisão pode perceber-se melhor no quadro seguinte.



Fonte: Lickorish e Jenkins, 1997

Tipologia dos serviços prestados

O turismo, com todas as atividades que lhe dizem respeito, é a área com o maior crescimento mundial e engloba:

- aviação;
- agências de viagem;
- operadores turísticos;
- hotelaria;
- restauração;

- catering;
- rent-a-car;
- animação turística; etc.

Uma vez que o setor em questão integra uma diversidade de empresas associadas à produção e distribuição de grande variedade de produtos e serviços, e uma grande diversidade de clientela, apresenta-se aqui uma tipologia de empresas turísticas:

- **Tipo A:** empresas hoteleiras e similares (alojamento e restauração);
- **Tipo B:** empresas de transporte coletivo como companhias de autocarros, companhias férreas, aéreas, organizadoras de cruzeiros e as empresas de aluguer de automóveis;
- **Tipo C:** agentes organizadores de viagens (agências de viagens – retalhistas e os operadores turísticos - grossistas);
- **Tipo D:** empresas de animação turística, informação.

2. ANÁLISE DETALHADA DE ALGUNS DOS ATORES INTERVENIENTES NA ATIVIDADE TURÍSTICA

Esta é a designação genérica que se dá a um organizador e distribuidor grossista de serviços turísticos, correspondente à expressão inglesa ***tour operator***. Persiste a noção de que o operador turístico é um agente que adquire e compatibiliza meios de transporte, alojamento e outros serviços, **elaborando com eles um produto (*package* ou *pacote*)** que é colocado à venda por uma **rede de agentes retalhistas**.

Os operadores turísticos (agências grossistas) são organizadores de viagens de grupo ou coletivas, que combinam diferentes bens e serviços adquiridos aos respetivos produtores. Organizam produtos turísticos acabados, preparados mesmo antes que a procura se

manifeste, que vendem através da sua rede própria de distribuição ou por intermédio de agências de viagens.

Podem definir-se como empresas turísticas comerciais especializadas na organização e venda de viagens em grupo por sua conta e risco. Esta atividade distingue-se da dos **agentes de viagens que intervêm fundamentalmente na comercialização de produtos turísticos a retalho.**

Para organizarem uma viagem, **os operadores adquirem, aos produtores, os serviços que integram a viagem por um determinado preço, combinam estes serviços num pacote (*package*) e vendem-no a um preço final que cobre todos os serviços.**

Podem oferecer ao público preços mais baixos do que aqueles que o viajante obterá se adquirisse individualmente o transporte, as transferências entre o aeroporto e o estabelecimento de alojamento (*transfers*), as visitas, o alojamento, as refeições, porque compra estes serviços a preço por grosso e com desconto e/ou melhores comissões.

Embora todas as organizações que criam pacotes de viagem sob sua responsabilidade e risco e que vendem diretamente ou através de retalhistas sejam consideradas como operadores, podemos distinguir os seguintes tipos que formam a indústria dos grossistas:

- a) operadores independentes;
- b) companhias aéreas que trabalham em cooperação com um negociante de viagens por grosso;
- c) agentes de viagens a retalho que organiza pacotes para os seus clientes;
- d) operador de viagens em autocarro;
- e) empresas organizadoras de viagens de incentivo;
- f) clubes de viagens.

A essência da atividade dos operadores é a criação de viagens organizadas que se definem como sendo aquelas que obedecem a um programa detalhado que compreende um conjunto mais ou menos alargado de prestações turísticas, por um preço fixo determinado à partida (*inclusive tour*).

São elementos caracterizadores destas viagens:

- organização prévia: o pacote é determinado pelo operador antes de os clientes se manifestarem sendo eles que escolhem o destino, o meio de transporte, os meios de alojamento, bem como o modelo e tipo de acompanhamento (com guia, sem guia, com guia em parte da viagem);
- conjunto de prestações: os serviços incluídos são muito variáveis de pacote para pacote podendo incluir o transporte, as transferências, o alojamento, refeições, visitas, espetáculos, tratamentos (em termas ou SPA, por exemplo), atividades desportivas, etc. Normalmente, as mais divulgadas incluem, no mínimo, o transporte, o alojamento, as transferências e algumas visitas;
- preço fixo: o preço é determinado pelo operador para o conjunto do pacote e fixado antecipadamente, englobando todos os serviços que o mesmo contempla e é pago antes da partida;
- datas de partida e de chegada fixas: a duração do programa é fixada com a sua publicação pelo que as datas de partida e de chegada são fixadas com antecedência (dia e hora) não podendo, em regra, ser alteradas. Se, no entanto, isso for possível, sofrem uma penalização de preço. Alguns exemplos de operadores turísticos:



3. A ORGANIZAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

Agências de viagens são empresas que organizam, propõem para venda ou vendem viagens turísticas, ou fazem a intermediação na venda e reserva de outros serviços turísticos. Aqui ficam alguns exemplos:



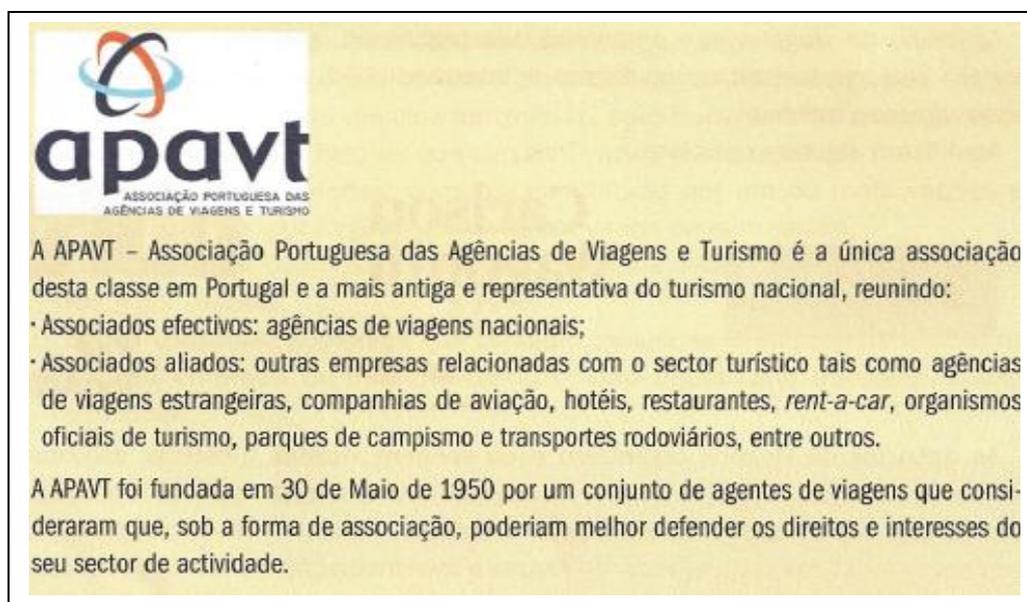
As agências de viagens organizam e/ou vendem viagens turísticas, efetuam reserva de serviços de alojamento e de lugares em qualquer meio de transporte, representam outras agências de viagens e turismo, nacionais ou estrangeiras, ou operadores turísticos estrangeiros, ou fazem a intermediação na venda dos respetivos produtos e, bem assim, efetuam serviços ligados à receção, transferência e assistência a turistas.

São viagens turísticas as que combinam dois dos seguintes serviços: transporte, alojamento, outros serviços turísticos não subsidiários do transporte nem do alojamento, como sejam os relacionados com eventos desportivos, religiosos e culturais. Quando estas viagens excedem 24 horas ou incluem alojamento e são propostas para venda ou vendidas a um preço com tudo incluído, chamam-se "viagens organizadas".

Apenas as empresas detentoras de licença de agência de viagens e turismo, atribuída pelo Turismo de Portugal, IP, podem exercer as atividades referidas. As agências de viagens e turismo exercem normalmente outras atividades, as quais, no entanto, não são exclusivas destas empresas, como sejam: a obtenção de documentos necessários à viagem, a organização de congressos e outros eventos, a reserva e venda de bilhetes para espetáculos, a comercialização de seguros de viagens e bagagens no âmbito dos serviços

por si prestados, a venda de guias turísticos e a prestação de serviços ligados ao acolhimento turístico, nomeadamente, a organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de relevante interesse turístico.

As agências de viagens e turismo que, no âmbito da sua atividade, exercem atividades de animação turística devem cumprir os requisitos legais exigidos às empresas de animação turística, nomeadamente em matéria de seguros obrigatórios.



As atividades próprias das agências de viagens e turismo são:

- a) a organização e venda de viagens turísticas;
- b) a reserva de serviços em empreendimentos turísticos e nos estabelecimentos, iniciativas ou projetos declarados de interesse para o turismo;
- c) a bilheteira e reserva de lugares em qualquer meio de transporte;
- d) a representação de outras agências de viagens e turismo, nacionais ou estrangeiras, ou de operadores turísticos estrangeiros, bem como a intermediação na venda dos respetivos produtos;

e) a recepção, transferência e assistência a turistas.

São atividades acessórias das agências de viagens e turismo:

- a) a obtenção de passaportes, certificados coletivos de identidade, vistos ou qualquer outro documento;
- b) a organização de congressos e eventos semelhantes;
- c) a reserva de bilhetes para espetáculos e outras manifestações públicas;
- d) a realização de operações cambiais para uso exclusivo dos clientes, de acordo com as normas reguladoras da atividade cambial;
- e) e) a intermediação na celebração de contratos de aluguer de veículos de passageiros sem condutor;
- f) a comercialização de seguros de viagem e de bagagem em conjugação e no âmbito de outros serviços por si prestados;
- g) a venda de guias turísticos e publicações semelhantes;
- h) o transporte turístico efetuado no âmbito de uma viagem turística;
- i) a prestação de serviços ligados ao acolhimento turístico, nomeadamente a organização de visitas a museus, monumentos históricos e outros locais de relevante interesse turístico.

Não estão abrangidas pelo exclusivo reservado às agências de viagens e turismo:

- a comercialização direta dos seus serviços pelos empreendimentos turísticos, pelos estabelecimentos, iniciativas ou projetos declarados de interesse para o turismo e pelas empresas transportadoras;

- o transporte de clientes pelos empreendimentos turísticos e pelos estabelecimentos, iniciativas ou projetos declarados de interesse para o turismo, com veículos que lhes pertençam;
- a venda de serviços de empresas transportadoras feita pelos seus agentes ou por outras empresas transportadoras com as quais tenham serviços combinados.

4. DIPLOMAS LEGAIS QUE REGULAM A ATIVIDADE DAS AGÊNCIAS

DE VIAGENS E TURISMO

O regime de acesso e exercício da atividade das Agências de Viagens e Turismo foi alterado, com a publicação do Decreto-Lei n.º 199/2012, de 24 de agosto.

Com esta publicação, fica assim alterado o Decreto-Lei n.º 61/2011, de 6 de maio, que adaptou o regime jurídico da atividade das agências de viagens e turismo às alterações resultantes da transposição para a ordem jurídica interna da Diretiva n.º 2006/123/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro, relativa aos serviços no mercado interno, através do Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho.

Este novo diploma determina, assim:

- Novas regras relativamente à constituição e financiamento do **fundo de garantia de viagens e turismo (FGVT)**, fixando-se montantes e critérios mais ajustados à finalidade que aquele fundo prossegue, e estabelecendo-se um valor máximo pelo qual o Fundo responde solidariamente, tendo em consideração a proteção dos consumidores;
- A eliminação da distinção entre agências de viagens e turismo vendedoras e organizadoras;
- Um ajustamento aos termos em que o requerimento para a intervenção da comissão

arbitral deve ser efetuado, determinando-se, também, o pagamento de taxas administrativas em cada processo;

É também alterada a informação pública do Registo Nacional de Agências de Viagens e Turismo (**RNAV**T), uma vez que nos casos de dissolução ou de insolvência das agências, sem plano de recuperação aprovado, o registo passa a ser imediatamente cancelado.

Decreto-Lei n.º 199/2012, de 24 de agosto - Altera o Decreto-Lei n.º 61/2011, de 6 de maio, que estabelece o regime de acesso e de exercício da atividade das agências de viagens e turismo e adapta este regime com o Decreto-Lei n.º 92/2010, de 26 de julho.

Portaria 224/2011, de 3 de junho - Aprova o Regulamento do Fundo de Garantia de Viagens e Turismo

Decreto-Lei n.º 61/2011- Regula o acesso e exercício da atividade das agências de viagens e turismo

Normas de Distribuição Turística

- É o processo formado por todas as etapas por que passa um produto, desde que é produzido até ao momento em que é posto à disposição do consumidor;
- Canal através do qual o consumidor obtém o produto que deseja;
- Pode ser direta ou indireta dependendo se utiliza intermediários ou não;

5. TIPOS DE SISTEMAS DE DISTRIBUIÇÃO TURÍSTICA

1 – Sistema de Distribuição Direta

As vendas são efetuadas diretamente entre o fornecedor e o cliente, sem intermediários.

Vantagens:

- É mais rápido e só há uma transação;
- Mais lucrativo (não se pagam comissões);
- Maior flexibilidade ao nível da personalização do produto;
- Maior controlo – As pessoas sentem-se mais seguras em contratar diretamente com os fornecedores e estes podem oferecer mais coisas ao cliente.

Desvantagens:

- O fornecedor tem que ter uma força permanente de vendas maior;
- Possibilidade de perder clientes que vão às agências de viagens (no caso de vender exclusivamente de forma direta);
- Se utilizar os dois meios de distribuição pode desagradar ao intermediário por oferecer vantagens na compra direta.

2 – Sistema de Distribuição Indireta

O fornecedor faz uso de um ou mais intermediários para chegar ao consumidor.

Vantagens para o consumidor:

- Aconselhamento profissional;

- Maior variedade. Diferentes fornecedores, maior leque de ofertas que por vezes o consumidor não conhece;
- Preço mais baixo;
- Um único pagamento para vários produtos;
- Poupança de tempo.

Vantagens para o fornecedor:

- Poupança de custos por diminuir a sua equipa de vendas;
- Poupança de custos em promoção;
- Pagamento adiantado de uma parte da verba do negócio.

Intermediários - Operadores Turísticos

- É o equivalente ao grossista ou ao comprador por atacado na indústria;
- São organizadores de viagens que combinam diferentes bens e serviços adquiridos aos respetivos produtores;
- Organizam produtos turísticos acabados, preparados antes mesmo que a procura se manifeste, que vendem através da sua rede própria de distribuição ou por intermédio de agências de viagens;
- Os operadores Turísticos compram ou reservam em grande número, alojamento, transporte e outros serviços e fazem combinações que dão origem a programas;
- Viagens organizadas – são aquelas que obedecem a um programa detalhado que compreende um conjunto mais ou menos alargado de prestações turísticas, por um preço fixo determinado à partida.

- A preparação de uma viagem de grupo compreende várias fases:
 - ✓ Fase de estudo e planeamento;
 - ✓ Fase de negociações e compras;
 - ✓ Criação do pacote e da brochura;
 - ✓ Vendas e Exploração;
 - ✓ Realização da viagem e acompanhamento.
- Compram em baixa e negociam descontos;
- A vantagem para o consumidor é que o preço do todo é inferior ao preço das partes;
- Para os fornecedores é importante a venda avançada dos seus produtos.

Tipos de Operadores Turísticos

- **Incoming** – Organizam pacotes turísticos para os turistas visitarem o destino onde os operadores estão situados.
- **Outgoing** – Organizam pacotes para os turistas viajarem para fora do país onde está localizado o operador. Normalmente trabalham mais do que um destino.
- **Domésticos** – Organizam pacotes para os residentes locais que viajam dentro do país.

Os operadores turísticos acrescentam uma margem de 20 a 25% sobre o preço do pacote, excetuando o transporte aéreo. Desta parte do pacote, que representa cerca de 50% do preço total, quem beneficia são as agências de viagem que recebem uma comissão quando emitem o bilhete.

Normalmente a percentagem de lucro de um operador turístico é de cerca de 3% depois de deduzidos os custos de operação. Portanto têm que vender em larga escala.

Normalmente, para terem lucro, os operadores turísticos têm que vender 85% dos seus pacotes.

O operador turístico não tem que pagar em avanço a totalidade dos produtos que compra. Dá um sinal e o restante apenas paga quando a viagem é finalizada. O espaço de tempo entre o pagamento da agência de viagens ao operador turístico e deste aos fornecedores é vital para a sua sobrevivência.

O operador turístico pode ter consequências graves para a sua atividade por fatores externos e e que ele não pode controlar (clima, insegurança, etc.).

Por outro lado as próprias companhias aéreas estão a fazer concorrência aos operadores turísticos.

As Agências de Viagens:

- São os retalhistas. Compram serviços de viagens antecipadamente para venderem de novo ao consumidor final;
- São o canal mais imediato de distribuição entre a oferta e a procura;
- São especialistas em viagens que aconselham os seus clientes;
- Em termos legais uma Agência de Viagens é um agente do produtor que o representa exercendo as seguintes atividades próprias, além de outras que são acessórias:
 - ✓ Organização e venda de viagens turísticas;
 - ✓ Reserva de serviços em empreendimentos turísticos;
 - ✓ Bilheteira e reserva de lugares em qualquer meio de transporte;

- ✓ Representação de outras agências, bem como a intermediação;
- ✓ Recepção, transferência e assistência a turistas.

•Tendo em consideração as suas funções principais podem distinguir-se dois tipos de agências de viagens:

• **Outgoing;**

• **Incoming;**

De acordo com a localização, as agências de viagens têm objetivos diferentes:

- ✓ Centro da cidade;
- ✓ Suburbanas;
- ✓ Cidades de província.

O agente de viagens divide-se entre servir o cliente e promover os interesses dos fornecedores.

Tem que ajudar a que a viagem decorra na perfeição. Isto inclui:

- Preparação de itinerários individuais;
- Informação sobre seguros, documentos e vacinas;
- Dará a descrição dos locais a visitar e dos produtos a consumir.

Em 1992 havia cerca de 67.000 agentes de viagens no mundo inteiro, sendo que 47% estavam nos E.U.A., 30% na Europa, Médio Oriente e África, 9% nas Américas, 7% na região Ásia-Pacífico e 6% no Canadá.

A atividade de um agente de viagens depende da repetição (fidelização) dos clientes. 85% da sua clientela resulta de clientes efetivos que voltam. Quanto mais venderem de um fornecedor maiores são as comissões.

Custos médios dos agentes de viagens:

Artigo	% custos totais
Salários e honorários	60%
Telefone, telegramas, etc.	7%
Aluguer, luz, aquecimento, etc.	7%
Publicidade e promoções	4%
Despesas financeiras	3%
Despesas de viagens e associadas	3%
Outras	16%

- Para as agências de viagens poderem vender bilhetes de avião têm de ser membros da IATA. Os rendimentos dos agentes de viagem dependem das comissões ganhas com:
 - ✓ Comissões com as vendas dos programas;
 - ✓ Comissões com as vendas dos bilhetes de avião;
 - ✓ Comissão de venda de serviços de apoio;
 - ✓ Investimento a curto prazo de depósitos de clientes.

Negociação de acordos

Depois de adquirir um conhecimento preciso do seu mercado, o operador necessita de conceber pormenorizadamente o produto que corresponde a essa procura, negociar a sua

montagem com os diferentes fornecedores e concluir os acordos com eles. O sucesso da operação depende do rigor com que se realiza esta fase.

a) Conceção do produto

A conceção do pacote é um ato decisivo para a sua aceitação por parte da procura. O conhecimento do destino é da maior importância para conceber o pacote e tirara o melhor proveito das condições existentes. O conhecimento do mercado emissor implica o conhecimento da clientela e da concorrência. Conhecer as preferências, os gostos, os hábitos das pessoas a quem se dirige o produto, a sua constituição profissional, social e etária, etc. Conhecer os produtos que os outros operadores oferecem com o fim de criar um produto diferente. A procura da melhor relação qualidade/preço tem por fim obter melhores preços do que os concorrentes para a qualidade que se oferece.

Esta garantia da melhor qualidade assenta em três pontos fundamentais:

- **Competitividade** – Supõe uma conceção e uma gestão rigorosas dos produtos oferecidos a fim de que a cada grupo de consumidores corresponda um produto específico tendo a relação qualidade/preço mais favorável;
- **Gama de produtos** – A um operador interessa ter uma oferta variada para os seus clientes. Isto permite-lhes reduzir a vulnerabilidade face a riscos políticos, económicos, etc. E facilitar a renovação dos seus produtos;
- **Estratégia** – O alargamento da gama de produtos deve ser feito de forma gradual e não deve comprometer a competitividade e a eficácia da gestão.

b) Negociações na montagem do produto

A negociação terá tanto maior êxito quanto melhor for a imagem do operador, quanto maior for o mercado em que opera e quantos mais meios financeiros tiver.

Um operador para iniciar uma operação para um novo destino consegue preços baixos com o argumento de que se trata de um lançamento mas posteriormente pressiona a manutenção desses preços com a ameaça de que abandona o destino.

c) Conclusão de acordos internacionais

Terminadas as negociações com os diferentes fornecedores é necessário assinar os contratos de prestação de serviços dos quais se distinguem:

- Contratos com hoteleiros que estabelecem as condições da prestação do serviço e as formas de pagamento;
- Contratos de fretamento de aviões com as companhias aéreas;
- Contratos de representação com agências de viagens no país de destino.

Estes contratos incluem disposições sobre a repartição do risco comercial como, por exemplo, as variações dos custos de combustível dos aviões, o risco do câmbio, bem como sobre as responsabilidades perante o consumidor.

Sistemas informáticos de distribuição (GDS)

O desenvolvimento das tecnologias de informação vieram permitir a criação de sistemas operacionais que possibilitam, com rapidez, estabelecer uma vasta rede de informação entre os vários intervenientes. Os sistemas computadorizados permitem às empresas turísticas a gestão da reserva dos seus serviços (lugares de avião, quartos de hotel, etc.) e permitem-lhes criar produtos (pacotes) em grande escala. Temos os Sistemas de Reservas Computadorizadas (CRS) e Sistemas Globais de Distribuição (GDS). Fundamentalmente criaram uma estrutura que permite a colaboração efetiva entre os agentes principais com vista à melhoria da satisfação da procura disponibilizando-lhe o fornecimento instantâneo de produtos adaptados às suas necessidades.

6. NORMAS E TIPOLOGIAS DOS MEIOS DE TRANSPORTE



Os meios de transporte são um fator essencial nas viagens. Apesar de não serem os meios de transporte mais utilizados, as empresas de transporte aéreo e ferroviário assumem um papel relevante no que toca a distâncias mais longas.

O Transporte Aéreo

O transporte aéreo sofreu uma expansão relativamente grande comparativamente ao conjunto dos transportes públicos. Até 1936 o transporte aéreo evoluiu lentamente e só passados 20 anos é que se dá o grande salto qualitativo e quantitativo com a redução dos custos das tarifas aéreas e a nível da produção das aeronaves (entre outros fatores). Este progresso veio estimular a procura do transporte aéreo, devido, sobretudo, à sua rapidez, comodidade e segurança.

Grande parte das companhias eram do Estado ou o Estado detinha a maioria do seu capital, motivo pelo qual as políticas aplicadas foram de carácter protecionista. Este panorama mudou mas as companhias de bandeira continuam a ser importantes prestadores destes serviços.

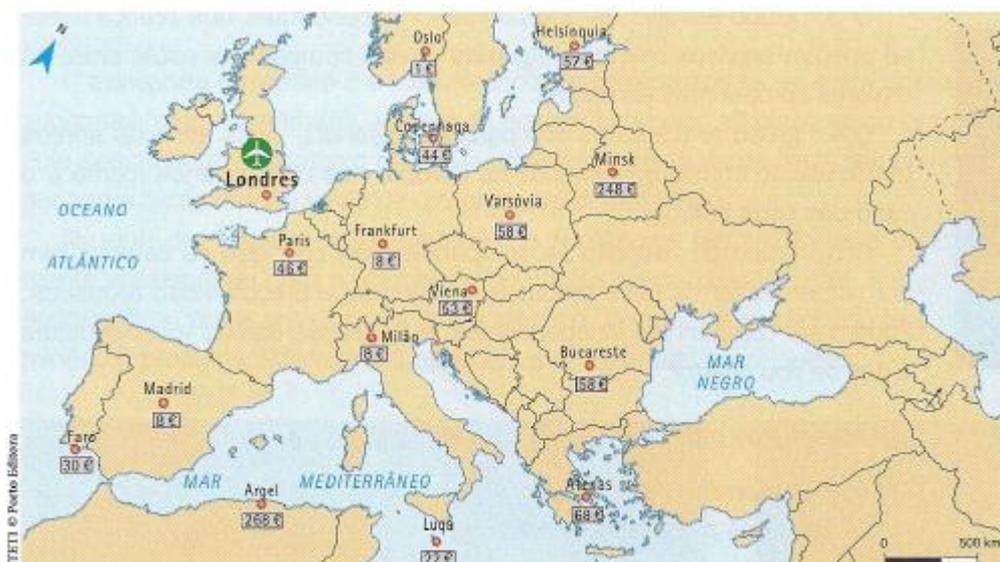


Quanto aos tipos de tráfego aéreos, podem caracterizar-se dois voos:

- voo regular;
- voo *charter*.

Os **voos regulares** acontecem em rotas específicas e em conformidade com horários publicados e são obrigados a levá-los a cabo seja qual for o seu *load fator* (taxa de ocupação necessária para conseguir cobrir os custos).

As companhias regulares operam com rotas definidas, por um tempo determinado, de forma regular, com horários fixos e publicados, só podendo ser alterados com o consentimento das autoridades aeronáuticas dos países envolvidos. Realizam voos quer domésticos, quer internacionais, para as quais obtiveram autorização dos governos ou Estados envolvidos. Estes serviços podem ainda ser do tipo público ou privado.



Ao contrário dos voos regulares, os **serviços charter** podem ser cancelados se a procura for insuficiente. São utilizados, principalmente, nos períodos de férias porque fazem parte de um *inclusive touro*. Os voos *charter* operam em curta, média e longa distâncias, mas a sua maior concentração é em voos de pequena distância e por motivo de férias.

A partir de 1960 os serviços *charter* cresceram rapidamente; o seu apelo baseava-se essencialmente nos preços baixos, estabelecendo um ponto crítico de *load fator* muito elevado (na ordem dos 85% - 90%) e pela redução significativa das suas tarifas quando comparadas com as praticadas com as das companhias de voo regular.

Em 1962 foram certificadas 13 companhias *charter*.

Em 1978 os voos não regulares representavam 38% do tráfego aéreo.

Foram os ingleses que desenvolveram os denominados **Inclusive Tour Charter (ITC)**, sendo posteriormente seguidos pelos nórdicos. **O tráfego charter, ao nível intraeuropeu ultrapassou o tráfego regular.**

Os operadores turísticos socorrem-se do serviço aéreo charter para elaborar os "pacotes turísticos". As companhias, por sua vez, fornecem um serviço menos elaborado (quer no ar, quer na terra) e de menor qualidade. Mas, acima de tudo, apresentam uma grande vantagem em relação aos voos regulares porque não são obrigados a operar segundo um horário ou calendário pré-estabelecidos. Podem transferir passageiros de um voo menos preenchido para outro voo seu com menor taxa de ocupação ou de outras companhias charter.

7. Atualmente, existem cinco categorias fundamentais de companhias aéreas:

No 1.º grupo podem-se incluir-se as grandes **companhias aéreas regulares** - existem mais de 20 grandes companhias nacionais (que constituem a Associação das Companhias Aéreas Europeias - **Association of European Airlines - AEA**).

O 2.º grupo é constituído por **companhias aéreas subsidiárias das grandes companhias**, que se dedicam sobretudo às operações não regulares, mas igualmente importantes no campo das operações domésticas e regionais.

O 3.º grupo envolve as **companhias independentes** que praticamente só operam serviços **charter** - algumas destas companhias estão entre as maiores companhias europeias.

O 4.º grupo refere-se às **companhias regionais**, cujos serviços aéreos têm crescido consideravelmente na Europa, nos últimos anos (como é o caso dos táxis aéreos).

O 5.º grupo diz respeito às companhias **low cost** que se caracterizam por comercializar os seus produtos na Internet, a preços muito reduzidos. Podem ser companhias independentes, subsidiárias das de voos regulares e das de voo charter.

Quando abordamos os transportes aéreos referimo-nos naturalmente à aviação civil. Esta consiste em qualquer utilização não militar da aviação, seja ela comercial ou privada e divide-se basicamente em duas categorias:

Transporte aéreo – abrange todas as operações de transporte comercial de passageiros e de cargas;

Aviação geral – abrange todas as outras operações de voo, comerciais ou privadas. Nesta categoria, estão incluídas a aviação agrícola, experimental, desportiva, executiva, táxi aéreo, transporte de cargas externas, entre outras.



A maioria dos países são membros da Organização de Aviação Civil Internacional (OACI ou ICAO) e trabalham em conjunto para definir normas e práticas comuns aos membros, com o propósito de desenvolver o transporte aéreo internacional com segurança e eficácia.



Em Portugal esta autoridade é designada por Instituto Nacional de Aviação Civil (INAC) e exerce também as competências de Registo Aeronáutico Nacional. O INAC é um instituto público dotado de personalidade jurídica e de autonomia administrativa e financeira, tutelado pelo ministério responsável pelos transportes.

Até 1944 a atividade aeronáutica civil em Portugal era regulada e tutelada pela Aeronáutica Militar. Nesse ano as duas aeronáuticas foram separadas e foi criado um organismo tutelar para a aeronáutica civil, denominado Secretariado da Aeronáutica Civil (SAC) antecessor do atual INAC. Dois anos mais tarde, o SAC absorveu o Gabinete dos Aeródromos Cíveis e passou a denominar-se Direção-Geral de Aeronáutica Civil (DGAC), dependente do então Ministério das Comunicações. Posteriormente passou a Direção-Geral de Aviação Civil (DGAC) e, em 1998, adotou a atual denominação de Instituto Nacional de Aviação Civil. Inicialmente o SAC/DGAC, além da função reguladora de aeronáutica civil, exercia a administração direta das infraestruturas aeronáuticas, do controlo da navegação aérea e mesmo de certas áreas dos transportes aéreos. Foi no seio do SAC que nasceu a atual TAP, mais tarde transformada em empresa autónoma. Transportes Aéreos de Portugal.



A TAP é a companhia aérea portuguesa líder de mercado, que celebrou 60 anos a 14 de março de 2005, data em que passou também a integrar a Star Alliance, a maior aliança global de companhias aéreas a nível mundial. Com Hub em Lisboa – plataforma privilegiada de acesso à Europa, a companhia destaca-se como a transportadora europeia líder de operação para o Brasil. A Empresa estabelece também as melhores parcerias, em terra e no ar, disponibilizando assim um número alargado de destinos servidos em code-share com companhias suas congéneres, além de um diversificado conjunto de vantagens e benefícios associados.

Posteriormente, estas áreas foram sendo privatizadas ou atribuídas a outras entidades públicas, limitando as funções do atual INAC à de regulamentação e fiscalização.



A Convenção sobre Aviação Civil Internacional, também conhecida como Convenção de Chicago, assinada a 7 de dezembro de 1944, por 52 Estados, estabeleceu a Organização de Aviação Civil Internacional (OACI) e determinou algumas regras acerca do espaço aéreo, registo de aeronaves e segurança de voo, bem como detalha os direitos dos signatários com respeito ao transporte aéreo. Este tratado entrou em vigor a abril de 1947 e já foi revisto por sete vezes.

O transporte aéreo internacional é um dos setores mais dinâmicos e de rápida evolução do mundo e por essa razão surge uma associação representativa internacional de companhias aéreas, pró-ativa e neutra, designada de IATA (International Air Transport Association /Associação Internacional de Transporte Aéreo), sediada em Montreal, no Canadá. Para cumprir plenamente a missão de representar e servir o setor da aviação, a IATA atende a quatro grupos envolvidos na operação equilibrada do sistema de transporte aéreo mundial:

- ✓ Público em geral;
- ✓ Governos;
- ✓ Terceiros, como agentes de viagem/operadores turísticos e carga;
- ✓ Fornecedores de equipamentos e sistemas.

7. ALGUNS SERVIÇOS OFERECIDOS PELAS COMPANHIAS AÉREAS

Serviços em terra:

- aceitação dos passageiros (check-in);
- faturação do equipamento e de bagagens;
- embarque;
- cartão que facilita diversos serviços;
- atenção especial a pessoas com problemas de mobilidade e crianças não acompanhadas;
- atenção especial a passageiros frequentes.



Serviços a bordo:

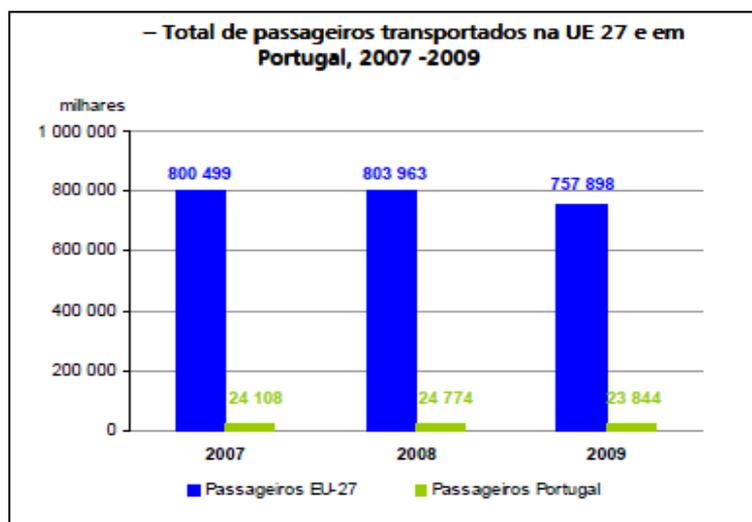
- informação de rota efetuada, altitude, distâncias percorrida e a percorrer, duração do voo, condições do tempo, etc.;
- imprensa atualizada;
- serviço de alimentação e bebidas de acordo com a duração do voo;
- projeção de filmes;
- acompanhamento de pessoas com necessidades especiais;
- atenção especial a menores não acompanhados;
- transporte de animais (mediante informação prévia e pagamento).

O Movimento de Passageiros em Portugal e na UE

O contexto da crise económica internacional, em 2009 a dinâmica do transporte aéreo ao nível europeu traduziu-se por uma quebra de 5,7%, face ao ano anterior, no movimento de passageiros nos aeroportos da UE. Nos aeroportos nacionais a evolução negativa foi menos acentuada, com um movimento de passageiros que se situou 3,8% abaixo do volume de passageiros registados em 2008.

Em 2009 movimentaram-se 757,9 milhões de passageiros no conjunto das infraestruturas aeroportuárias da UE, menos 46 milhões do que em 2008. Em Portugal o número de passageiros movimentados por modo aéreo foi de 23,8 milhões, muito inferior aos 24,8 milhões de passageiros registados no ano anterior.

Ao longo dos últimos três anos, a quota relativa de Portugal no contexto europeu em termos do número de passageiros movimentados por via aérea manteve-se estável, correspondendo a cerca de 3% do total de passageiros movimentados na UE.



A tendência recente em termos do transporte de passageiros por meio aéreo foi coincidente na UE e em Portugal: no ano de 2008 se caracterizou ainda por um ligeiro incremento no número de passageiros movimentados, quer em Portugal quer na UE, o ano de 2009, face

ao ano antecedente, traduziu-se por uma contração na atividade aeroportuária, mais acentuada no conjunto dos países da UE comparativamente a Portugal. De facto, após o ano de 2008 ter evidenciado crescimentos homólogos no número de passageiros transportados de 2,8% em Portugal e de 0,4% no conjunto dos países da UE, o ano de 2009 marcou a inversão da dinâmica de crescimento verificada anteriormente, com o movimento de passageiros a registar uma quebra de 5,7% na UE e de 3,8% no território nacional.

O TRANSPORTE FERROVIÁRIO

O transporte terrestre é o movimento de pessoas e mercadorias por terra. Inclui o transporte rodoviária, ou seja, por estrada, e o transporte ferroviário, por via-férrea.

O **transporte ferroviário** é a transferência de pessoas ou bens, entre dois locais geograficamente separados, efetuada por um comboio, automotora ou outro veículo semelhante. O comboio ou seu equivalente circula numa via-férrea composta por carris dispostos ao longo de um percurso determinado.

No que diz respeito a mercadorias, o transporte ferroviário está particularmente vocacionado para o transporte de cargas de baixo valor total, em grandes quantidades, entre uma origem e um destino, a grandes distâncias, tais como: minérios, produtos siderúrgicos, agrícolas e fertilizantes, entre outros.



Tipos de Comboio

As principais categorias consideradas são as seguintes:

- comboio de passageiros: comboio para transporte de passageiros, constituído por um ou mais veículos ferroviários, para transporte de passageiros e, eventualmente, por furgões que circulam vazios ou carregados;
- comboio de mercadorias: comboio constituído por um ou mais vagões e, eventualmente, por furgões que circulam vazios ou carregados;
- comboio misto: comboio composto por veículos para transporte de passageiros e por vagões;
- outros comboios: comboios que circulam exclusivamente para as necessidades da empresa de caminho de ferro, não implicando qualquer tráfego comercial.

8. OS DIREITOS DE TRÁFEGO AÉREO E LIBERDADES DE CIRCULAÇÃO

Direitos de Tráfego: é o direito de uma transportadora aérea transportar passageiros, carga e/ou correio num serviço aéreo entre dois aeroportos.



Serviço aéreo regular: uma série de voos que reúna todas as características seguintes: ser realizada por meio de aeronaves destinadas ao transporte de passageiros, carga e/ou correio mediante pagamento, de forma que em cada voo existam lugares disponíveis para

aquisição individual pelo público (diretamente na transportadora aérea ou através dos agentes autorizados) e explorada de modo a assegurar o tráfego entre os mesmos dois ou mais aeroportos, quer de acordo com um horário publicado, quer mediante voos que, pela sua regularidade ou frequência, constituam, de forma patente, uma série sistemática.

Serviço aéreo não regular: voo ou série de voos operados sem sujeição a normas governamentais sobre regularidade, continuidade e frequência e destinados a satisfazer necessidades específicas de transporte de passageiros e respetiva bagagem ou de carga em aeronaves utilizadas por conta de um ou mais fretadores, mediante remuneração ou em execução de um contrato de fretamento.



As Liberdades de Circulação no Espaço Aéreo

Os direitos de tráfego estabelecem as liberdades de circulação no espaço aéreo e são obtidos através da concessão dada pelos governos para uma ou mais companhias aéreas operarem para um determinado país ou atravessarem o seu espaço aéreo assistindo-lhe o direito de transportar carga e passageiros.

Uma companhia aérea portuguesa para operar para a Alemanha terá de obter autorização dos governos português e alemão para levantar voo e aterrar mas também terá de obter autorização para sobrevoar os respetivos espaços aéreos bem como os da Espanha, França e Suíça se tiver de sobrevoar estes países.

Estes direitos, consignados na **Convenção de Chicago de 1944**, sob a forma de acordos multilaterais, criaram as bases para um sistema coordenado do tráfego aéreo a nível internacional e deram origem às chamadas liberdades aéreas que têm os seguintes princípios:

Primeira liberdade - Uma companhia aérea X de um país A que pretende voar para o país C obtém autorização para sobrevoar o país B. Consiste, portanto, no privilégio de voar através do território de outro país mas sem aterrar.

Segunda liberdade - A companhia X do país A ao deslocar-se para o país C obtém autorização do país B para aí poder aterrar por razões técnicas.

Terceira liberdade - Consiste no direito de uma companhia aérea de um país transportar passageiros do seu país de origem para outro país. Mas não o contrário.

Quarta liberdade - Consiste no direito de transportar passageiros para o país da companhia provenientes de outro país.

Quinta liberdade - É a mais completa e consiste no privilégio concedido a uma companhia do país A com destino ao país C embarcar e desembarcar passageiros correio e carga no país B. Consiste portanto no direito de transportar passageiros entre dois países por uma companhia de um terceiro numa rota começando e terminando no seu país de origem.

Posteriormente à Convenção de Chicago foram estabelecidas mais três liberdades do transporte aéreo:

Sexta liberdade - Consiste no privilégio de transportar passageiros, correio e carga entre dois países B e C num avião que não é o da nacionalidade de nenhum destes países mas que opera via país da nacionalidade do avião (A), ou seja, é o direito de tráfego entre dois países estrangeiros por uma companhia aérea de um terceiro em duas rotas que os ligam com este. Exemplo: a TAP transporta passageiros de Nova Iorque para Lisboa, onde são transferidos para outro avião da TAP no qual viajam para Roma. A TAP, que é portuguesa, transporta passageiros dos EUA para Itália.

Sétima liberdade - Consiste no privilégio de transportar passageiros, correio e carga entre dois países numa linha aérea que não está associada com nenhum dos dois. Será o caso de uma companhia aérea espanhola adquirir o direito de efetuar transportes entre Lisboa e Londres.

Oitava liberdade - É o privilégio de uma companhia aérea de um país transportar passageiros dentro de outro país numa rota com origem ou destino no seu país de origem.

Uma companhia aérea inglesa que voa para Faro pode transportar passageiros de Lisboa ou do Porto para Faro.

9. OS CONTRATOS COM OS CLIENTES DO TRANSPORTE AÉREO



O transporte aéreo está subordinado a um contrato realizado entre uma companhia aérea e um passageiro. O referido contrato, vulgarmente designado por bilhete de avião, tem por objetivo procurar o equilíbrio correto entre os interesses dos passageiros e das transportadoras aéreas. Este contrato tem duas componentes: uma de preço/tarifa e outra de condições de aplicação da tarifa.

1- Os contratos de venda de viagens organizadas deverão conter, de forma clara e precisa, as seguintes menções:

- a) nome, endereço e número do alvará da agência vendedora e da agência organizadora da viagem;
- b) identificação das entidades que garantem a responsabilidade da agência organizadora;
- c) preço da viagem organizada, termos e prazos em que é legalmente admitida a sua alteração e impostos ou taxas devidos em função da viagem, que não estejam incluídos no preço;
- d) montante ou percentagem do preço a pagar, a título de princípio de pagamento, data de liquidação do remanescente e consequências da falta de pagamento;
- e) origem, itinerário e destino da viagem, períodos e datas de estada;

- f) número mínimo de participantes de que dependa a realização da viagem e data limite para a notificação do cancelamento ao cliente, caso não se tenha atingido aquele número;
- g) meios, categorias e características de transporte utilizados, datas, locais de partida e regresso e, quando possível, as horas;
- h) o grupo e classificação do alojamento utilizado, de acordo com a regulamentação do Estado de acolhimento, sua localização, bem como o nível de conforto e demais características principais, número e regime ou plano de refeições fornecidas;
- i) montantes máximos exigíveis à agência;
- j) termos a observar para reclamação do cliente pelo não cumprimento pontual dos serviços acordados;
- l) visitas, excursões ou outros serviços incluídos no preço;
- m) serviços facultativamente pagos pelo cliente;
- n) todas as exigências específicas que o cliente comunique à agência e esta aceite.

2 - Considera-se celebrado o contrato com a entrega ao cliente do programa de viagem e do recibo, devendo a viagem ser identificada através da designação que constar do programa.

3 - Sempre que o cliente o solicite ou a agência o determine, o contrato constará de documento autónomo, devendo a agência entregar ao cliente cópia integral do mesmo, assinado por ambas as partes.

4 - O contrato deve conter a indicação de que o grupo e a classificação do alojamento utilizado são determinados pela legislação do Estado de acolhimento.

5 - O contrato deve ser acompanhado de cópia da ou das apólices de seguro vendidas pela agência de viagens no quadro desse contrato.

Tipologias de Voos

- voos diretos, sem escala;
- voos diretos, com escala, mas sem mudar de avião;
- voos «online», isto é, com mudança de avião mas com a mesma companhia aérea;
- voos «interline», isto é, com mudança de avião e de companhia aérea.



10. ATRIBUIÇÕES DO INAC - INSTITUTO NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL

Nos termos do artigo 24º - Defesa dos Utentes, do Decreto-Lei nº145/2007, de 27 de abril, incumbe ao INAC:

- a) Proceder à informação pública acerca de todos os aspetos que interessem aos utentes e impor a mesma obrigação de informação aos operadores do setor;
- b) Determinar a criação de mecanismos de apreciação das reclamações e queixas dos utentes por parte dos operadores e fiscalizar o seu funcionamento;
- c) Promover a arbitragem voluntária para a resolução de conflitos de natureza contratual entre as organizações sujeitas à sua ação e os consumidores*;

d) Garantir o cumprimento da regulamentação e legislação em matéria de proteção dos direitos dos passageiros do transporte aéreo, nas matérias de exclusiva competência repartida em estreita colaboração com as entidades governamentais nacionais de defesa do consumidor.

(*) Proposta em estudo.

11. OS DIREITOS DOS PASSAGEIROS QUANDO VIAJAM POR VIA AÉREA

A Comissão Europeia apresentou, os Direitos dos Passageiros que tem como objetivo informar os cidadãos sobre os seus direitos enquanto passageiros e sobre os meios que dispõem para assegurar o seu cumprimento.



✓ **Pessoas com deficiências e pessoas com mobilidade reduzida**

Ao abrigo da legislação comunitária as pessoas com deficiência e/ou mobilidade reduzida estão protegidas contra a discriminação durante a reserva e embarque. Também têm direito a receber assistência nos aeroportos (na partida, chegada e deslocação) e a bordo dos aviões. De forma a facilitar o provimento da assistência, recomenda-se que envie previamente notificação das suas necessidades.

✓ **Embarque recusado**

Quando for recusado o embarque aos passageiros num voo, as companhias aéreas são obrigadas a procurar primeiro voluntários que cedam as suas reservas a troco de benefícios. Além disso, a transportadora aérea tem também de oferecer aos voluntários a opção entre o reembolso total e o reencaminhamento. Poderá ter direito a uma indemnização entre 125 € e 600 € dependendo da distância do voo e da duração dos atrasos antes de ser reencaminhado. Sempre que os voluntários optem pelo reencaminhamento, a companhia

aérea também tem de proporcionar assistência se necessário, por exemplo refeições, acesso a um telefone, estadia de uma ou mais noites se necessário e transporte entre o aeroporto e o local do alojamento.

✓ **Cancelamento**

O passageiro tem direito a uma indemnização idêntica àquela que é oferecida quando lhe é recusado o embarque, a menos que tenha sido informado do cancelamento pelo menos 14 dias antes do voo, que tenha sido reencaminhado para um horário próximo do previsto ou se a companhia aérea conseguir provar que o cancelamento foi causado por circunstâncias extraordinárias. Além disto, a companhia aérea tem de oferecer a opção entre:

- reembolso do bilhete no prazo de sete dias;
- reencaminhamento para o destino final com condições semelhantes;
- e, se necessário, assistência (chamada telefónica, bebidas, comida, alojamento, transporte para o alojamento).

✓ **Atrasos consideráveis**

Tem direito a receber assistência por parte da companhia aérea (chamada telefónica, bebidas, refeição, alojamento, transporte para o local de alojamento) se o atraso for de:

- duas horas ou mais para voos de 1 500 km ou menos;
- três horas ou mais para voos mais longos dentro da União Europeia ou para voos entre 1 500 e 3 500 km;
- quatro horas ou mais para voos superiores a 3 500 km fora da União Europeia.

Se o atraso for superior a cinco horas e optar por não seguir viagem, também tem direito a receber o reembolso do bilhete e a ser transportado de volta ao local de partida original.

Se chegar ao destino final com um atraso de três horas ou mais, pode ter direito a uma indemnização idêntica àquela que é oferecida quando o voo é cancelado, a menos que a companhia aérea consiga provar que o atraso tenha sido causado por circunstâncias extraordinárias. Adicionalmente, as companhias podem ser responsabilizadas por prejuízos resultantes dos atrasos.

✓ **Bagagem**

Se a bagagem for perdida, danificada ou chegar com atraso, poderá ter direito a uma indemnização limitada até cerca de €1 220. No entanto, as companhias aéreas não serão consideradas responsáveis se tiverem tomado todas as medidas razoáveis para evitar prejuízos ou se lhes tiver sido impossível tomar tais medidas. Pela bagagem danificada, tem de apresentar uma queixa perante a companhia aérea no prazo de sete dias após a receção da bagagem. Pela receção atrasada da bagagem, este período tem um máximo de 21 dias.

✓ **Pacotes de férias**

Os organizadores e retalhistas de pacotes de férias são obrigados a fornecer informações precisas e completas sobre os pacotes de férias reservados. São obrigados a honrar os termos contratuais e a proteger os passageiros em caso de insolvência. Os operadores de pacotes turísticos têm de fornecer informações exatas sobre as férias reservadas, estar em conformidade com as obrigações contratuais e proteger os passageiros em caso de insolvência do organizador.

✓ **Transparência de preços**

De acordo com a legislação da UE, quando adquirir passagens aéreas para voos com partida em aeroportos da UE, as condições que se aplicam as condições que se aplicam devem ser explicadas. O preço final a ser pago deve estar sempre indicado e deve incluir o custo da passagem aérea aplicável, bem como os impostos, taxas, sobretaxas e encargos aplicáveis que são inevitáveis e previsíveis no momento da publicação. Também devem ser especificados os valores relativos ao custo da passagem, impostos, taxas aeroportuárias e, por fim, outras taxas, sobretaxas e encargos.

O preço de suplementos opcionais deve ser comunicado de forma clara, transparente e não ambígua, no início do processo de reserva e a aceitação destes suplementos deve ser efetuada numa base de "optar por participar".

✓ **Cessão da posição contratual**

- 1 - O cliente pode ceder a sua posição, fazendo-se substituir por outra pessoa que preencha todas as condições requeridas para a viagem organizada, desde que informe a agência, por forma escrita, até sete dias antes da data prevista para a partida.
- 2 - Quando se trate de cruzeiros e de viagens aéreas de longo curso, o prazo previsto no número anterior é alargado para 15 dias.
- 3 - O cedente e o cessionário são solidariamente responsáveis pelo pagamento do preço e pelos encargos adicionais originados pela cessão.
- 4 - A cessão vincula também os terceiros prestadores de serviços, devendo a agência comunicar-lhes tal facto no prazo de 48 horas.

✓ **Alteração do preço nas viagens organizadas**

- 1- Nas viagens organizadas o preço não é suscetível de revisão, exceto o disposto no número seguinte.
- 2 - A agência só pode alterar o preço até 20 dias antes da data prevista para a partida e se, cumulativamente:
 - a) o contrato o previr expressamente e determinar as regras precisas de cálculo da alteração;
 - b) a alteração resultar unicamente de variações no custo dos transportes ou do combustível, dos direitos, impostos ou taxas cobráveis ou de flutuações cambiais.
- 3 - A alteração do preço confere ao cliente o direito de rescindir o contrato.

4 - O cliente não é obrigado ao pagamento de acréscimos de preço determinados nos 20 dias que precedem a data prevista para a partida.

✓ **Rescisão ou cancelamento não imputável ao cliente**

Se, por facto não imputável ao cliente, a agência cancelar a viagem organizada antes da data da partida, tem aquele direito, sem prejuízo da responsabilidade civil da agência, a:

- a) ser imediatamente reembolsado de todas as quantias pagas, sem prejuízo do disposto no número seguinte;
- b) em alternativa, optar por participar numa outra viagem organizada, devendo ser reembolsada ao cliente a eventual diferença de preço.

✓ **Direito de rescisão pelo cliente**

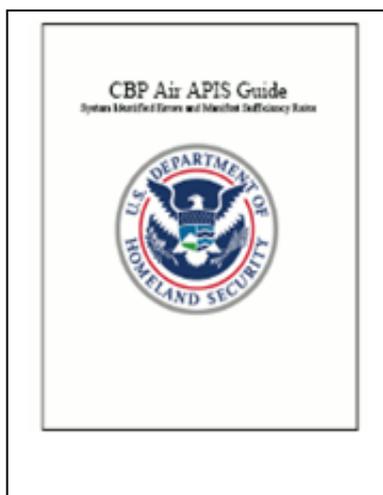
O cliente pode sempre rescindir o contrato a todo o tempo, devendo a agência reembolsá-lo do montante antecipadamente pago, deduzindo os encargos a que, justificadamente, o início do cumprimento do contrato e a rescisão tenham dado lugar e uma percentagem do preço do serviço não superior a 15 por cento.

✓ **Assistência a clientes**

1-Quando, por razões que não lhe forem imputáveis, o cliente não possa terminar a viagem organizada, a agência é obrigada a dar-lhe assistência até ao ponto de partida ou de chegada, devendo efetuar todas as diligências necessárias.

2 - Em caso de reclamação dos clientes, cabe à agência ou ao seu representante local provar ter atuado diligentemente no sentido de encontrar a solução adequada.

12. PROCEDIMENTOS PARA CONCESSÃO DE PASSAPORTES E VISTOS

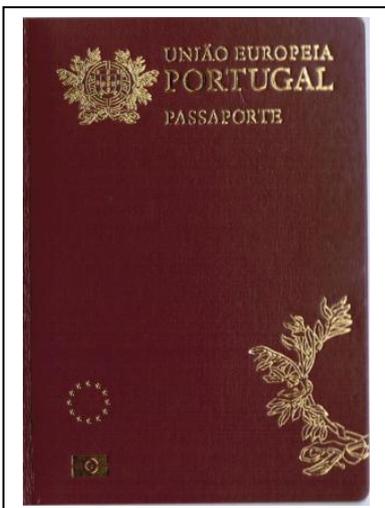


Advanced Passenger Information System ou APIS

É um sistema adotado por vários países, que obriga à recolha por parte das companhias aéreas, de informações específicas de cada passageiro. Se no itinerário estiver incluído um ou mais desses países, ser-lhe-á pedido o preenchimento de dados de identificação durante o processo de check-in online e antes de poder imprimir o seu cartão de embarque.

Os dados incluem:

- nº do passaporte ou do bilhete de identidade, com o respetivo número, data de validade e país emissor
- nomes próprios e apelido
- sexo
- data de nascimento
- nacionalidade.



Normas de concessão dos passaportes Decreto-Lei n.º

83/2000, de 11 de maio

Artigo 1.º - Objeto, função e princípios gerais

O passaporte é um documento de viagem individual, que permite ao seu titular a entrada e saída do território nacional, bem como do território de outros Estados que o reconheçam para esse efeito. A concessão do passaporte observa o princípio da legalidade, da autenticidade, veracidade e segurança dos dados neles contidos. O passaporte constitui propriedade do Estado Português, sendo a sua violação e utilização indevida punidas nos termos da lei.

Artigo 2.º - Categorias de Passaportes

O passaporte pode revestir uma das seguintes categorias:

Comum; Diplomático; Especial; Para estrangeiros. O passaporte pode ser substituído, nas condições previstas no presente diploma, por título de viagem única.

O PEP (Passaporte Eletrónico Português) mantém as características de reconhecimento do titular, do anterior passaporte, integrando uma geração de dispositivos que vão desde o reconhecimento facial, passando pela integração de um chip contactless, com a mesma informação impressa na página do titular: (nome; altura; data de nascimento; sexo; local de nascimento; data de emissão e expiração do passaporte; fotografia; assinatura digital).

Pedido de Vistos para entrada em território português

os cidadãos estrangeiros necessitam de:

- ✓ Ser portadores de documento de viagem com validade superior, pelo menos em 3 meses à duração da estada pretendida.
- ✓ Possuir um visto válido e adequado à finalidade da estada. Este visto deve ser sempre solicitado numa missão diplomática ou posto consular de carreira português sediado no estrangeiro.
- ✓ Dispor de meios de subsistência suficientes para o período da estada.
- ✓ Não estarem inscritos no Sistema Integrado de Informação do SEF nem no Sistema de Informação Schengen.

Para entrada por fronteira não sujeita a controlo deve ainda:

Os Estrangeiros que entrem em Portugal por uma fronteira não sujeita a controlo, são obrigados a declarar esse facto no prazo de 3 dias úteis a contar da data de entrada, junto do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras, com exceção de cidadãos estrangeiros:

- ✓ Residentes ou autorizados a permanecer no País por período superior a 6 meses.

- ✓ Que beneficiem do regime comunitário ou equiparado.
- ✓ Que se instalem em estabelecimentos hoteleiros ou similares.

Para Estadias de Curta Duração (Vistos de Curta Duração)

O visto de curta duração destina-se a permitir a entrada em território português ao seu titular para fins que, sendo aceites pelas autoridades competentes, não justifiquem a concessão de outro tipo de visto, designadamente para fins de trânsito, de turismo e de visita ou acompanhamento de familiares que sejam titulares **de visto de estada temporária**.

Para Estadias Temporárias (Vistos de Estada Temporária)

O visto de estada temporária destina-se a permitir a entrada em território português ao seu titular para:

- Tratamento médico em estabelecimentos de saúde oficiais ou oficialmente reconhecidos;
- Acompanhamento de familiar sujeito a tratamento médico titular de visto de estada temporária;
- Transferência de cidadãos nacionais de Estados Partes na Organização Mundial de Comércio, no contexto da prestação de serviços ou da realização de formação profissional em território português;

Para obtenção de Autorização de Residência (Vistos de Residência)

O visto de residência destina-se a permitir ao seu titular a entrada em território português a fim de solicitar autorização de residência.

Visto de residência para exercício de atividade profissional subordinada

A concessão de visto para obtenção de autorização de residência para exercício de atividade profissional subordinada depende da existência de oportunidades de emprego, não preenchidas por nacionais portugueses, trabalhadores nacionais de Estados membros da União Europeia, do Espaço Económico Europeu, de Estado terceiro com o qual a Comunidade Europeia tenha celebrado um acordo de livre circulação de pessoas, bem como por trabalhadores nacionais de Estados terceiros com residência legal em Portugal.

Código de Vistos Europeu



Regulamento (CE) n.º 810/2009 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de julho de 2009, que estabelece o Código Comunitário de Vistos (Código de Vistos).

O presente regulamento estabelece os procedimentos e condições para a emissão de vistos para estadas de curta duração e trânsito nos territórios dos Estados-Membros. Enumera ainda os países terceiros cujos nacionais estão sujeitos à obrigação de visto de escala aeroportuária quando passam nas zonas internacionais de trânsito dos aeroportos dos Estados-Membros e estabelece os procedimentos e as condições para a emissão desses vistos.





Todos os viajantes ao abrigo do Programa de Isenção de Visto (VWP) têm agora de obter uma autorização de viagem através do Sistema Eletrónico para Autorização de Viagem (ESTA) antes de viajar para os Estados Unidos ao abrigo do VWP ou ESTA (Sistema Eletrónico para Autorização de Viagem) é um sistema automatizado utilizado para determinar a elegibilidade dos visitantes que viajam para os Estados Unidos ao abrigo do VWP.

Visa Waiver Program (VWP) Countries

List of Visa Waiver Program Countries

Andorra	France	Liechtenstein	San Marino
Australia	Germany	Lithuania	Singapore
Austria	Greece	Luxembourg	Slovakia
Belgium	Hungary	Monaco	Slovenia
Brunei	Iceland	Netherlands	South Korea
Czech Republic	Ireland	New Zealand	Spain
Denmark	Italy	Norway	Sweden
Estonia	Japan	Portugal	Switzerland
Finland	Latvia	Republic of Malta	*Taiwan [1]
			**United Kingdom

Aviação - O negócio da aviação é maioritariamente regulado e consiste na gestão de infraestruturas para o tráfego de aeronaves, passageiros e carga.

Não Aviação - O negócio da não Aviação, compreende a gestão das áreas de retalho nos aeroportos (lojas, restaurantes e serviços), o investimento e desenvolvimento imobiliário, gestão e aluguer de escritórios, gestão e exploração de parques de estacionamento, gestão do negócio de rent-a-car, telecomunicações e dinamização dos meios e suportes publicitários.



Handling

O Handling consiste na prestação, em terra, de serviços de apoio a aeronaves, passageiros, bagagem, carga e correio.

Segurança Aeroportuária e Passageiros com Mobilidade Reduzida

As componentes Segurança Aeroportuária e Passageiros com Mobilidade Reduzida são objeto de regulação autónoma e as taxas cobradas financiam, respetivamente, os serviços que protegem pessoas e bens contra atos ilícitos e os serviços de assistência a pessoas com mobilidade reduzida que viajem por via aérea.

Conclusão

O futuro da aeronáutica passa mesmo pela constante melhoria da tecnologia no que concerne a rapidez, conforto e segurança de viagem.

No que toca ao futuro das *low cost* este mostra-se risonho, já que a racionalização do mercado *low cost* e a liberalização do espaço aéreo mostra-nos a tendência para a proliferação das empresas *low cost*, contudo, nem todas rentáveis. O alargamento deste modelo a outras regiões do globo, nomeadamente: Ásia/Pacífico e Médio Oriente, será uma realidade incontornável e o aparecimento de novas companhias aéreas para preencherem estas linhas.

Com a possível diminuição da quota do mercado *charter*, principalmente na Europa, surgirão eventuais ganhos de quota de mercado *low cost*. O perfil e o padrão de consumo do cliente que se traduz numa nova forma de viajar revelarão igualmente grandes transformações. No entanto, a reação das principais companhias tradicionais a este fenómeno antecipa-nos um incremento da competição, do desenvolvimento de novos produtos mas também de falências. As companhias *low cost* sentirão, também, a concorrência do acréscimo de competição motivado pelo desenvolvimento da Rede de Alta Velocidade (Europa).

Neste enquadramento e em jeito de conclusão, podemos aqui elencar as principais vantagens e desvantagens do transporte aéreo.

Vantagens:

- ⌘ É o meio mais rápido para transportar passageiros, carga e/ou correio a médias e longas distâncias;
- ⌘ Grande liberdade de movimentos;
- ⌘ É dos meios de locomoção mais seguros e cómodos;

- ✂ É o meio mais adequado para o transporte de mercadorias de alto valor (diamantes, instrumentos de ótica, produtos farmacêuticos, entre outros) e de mercadorias perecíveis (fruta, flores, entre outros).

Desvantagens:

- ✂ Elevada poluição atmosférica, devido à emissão de dióxido de carbono;
- ✂ Poluição sonora nas áreas circundantes aos aeroportos;
- ✂ Forte consumidor de espaço, devido à construção das infraestruturas;
- ✂ Elevado consumo de combustível;
- ✂ É muito dispendioso;
- ✂ Algumas áreas estão congestionadas devido à densidade do tráfego, gerando problemas de segurança;
- ✂ Muita dependência das condições atmosféricas;
- ✂ Reduzida capacidade de carga (comparando com transportes marítimo e ferroviário).

14. Bibliografia

Abranja, N., Alcântara, A. A., Carneiro, I. Coelho, F., Ferreira, R. V., Marques, A. P., Pereira, A. C. & Teixeira, D. (Eds) (2012). *Turismo formação e inovação*. Mangualde: Edições Pedagogo.

Abranja, N., Alcântara, A., Braga, C., Marques, A. & Nunes, R. (2012), *Gestão de agências de viagens e turismo*. Lisboa: Lidel.

Abranja, N., Carneiro, I., Coelho, F. & Marques, A. (Eds) (2010). *Turismo acessível: estudos e experiências*. Mangualde: Edições Pedagogo.

Buck, M. (1988). *The role of travel agent and tour operator*. In B. Godall, & G. Ashworth (s/d). *Marketing in the tourism industry:*

The promotion of destinations regions. London: Routledge. Burghouwt, G. (2007). *Airline network development in Europe and its implications for airport planning: Ashgate studies in aviation economics and management*. Hampshire: Ashgate Publishing, Ltd.

Disponível em <http://books.google.com/books?id=RMA00L1V6n4C&hl=pt-PT>.

Conceição, C. P. (1998). Promoção Turística e (re)construção social da realidade. *Revista Sociologia – Problemas e Práticas*, 28, 67-89. Oeiras: Celta Editora.

Cunha, L. (2013). *Introdução ao turismo*. Lisboa: Lidel.

Gudmundsson, S. V. & Lechner, C. (2006). Multilateral airline alliances: Balancing strategic constraints and opportunities.

Journal of Air Transport Management, 12(3), 153-158.

Kahn, A. E. (2002). Airline deregulation. *Concise Encyclopedia of Economics*. Disponível em www.jstor.org/pss/1818143.

Kahn, A. E. (1988). Surprises of airline deregulation. *American Economic Review*, 78(2), 316-322.

Middleton, V. T. C. (2001). *Marketing in travel and tourism*. Londres: Heinemann.

Open skies and flights of fancy (2003). *The Economist*, Oct. 2.

Vieira, J. M. (1997). *A Economia do turismo em Portugal*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.