

PERFIL PROFISSIONAL



TÉCNICO/A ESPECIALISTA DE GESTÃO DE TURISMO

Publicação e atualizações

Publicado no Despacho n.º13456/2008, de 14 de Maio, que aprova a versão inicial do Catálogo Nacional de Qualificações.

1ª Actualização publicada no Boletim do Trabalho do Emprego (BTE) n.º 21 de 08 de junho de 2011 com entrada em vigor a 08 de setembro de 2011.

2ª Actualização publicada no Boletim do Trabalho do Emprego (BTE) n.º 12 de 29 de março de 2015 com entrada em vigor a 29 de março de 2015.

3ª Actualização publicada no Boletim do Trabalho do Emprego (BTE) n.º 27 de 22 de julho de 2017 com entrada em vigor a 22 de julho de 2017.

QUALIFICAÇÃO: TÉCNICO/A ESPECIALISTA DE GESTÃO DE TURISMO

DESCRIÇÃO GERAL: Planear, desenvolver, promover e comercializar produtos, serviços e destinos turísticos em empresas turísticas, agências de viagens e outros organismos do setor turístico que efetuam operações turísticas diversificadas.

ACTIVIDADES

1. Planear, conceber e gerir produtos, serviços e destinos turísticos

- 1.1. Avaliar a potencialidade de um destino turístico, analisar segmentos de mercado e definir públicos-alvo;
- 1.2. Planear e desenvolver engenharia dos produtos, serviços e destinos turísticos, de acordo com as novas tendências de mercado;
- 1.3. Analisar as tendências de evolução mais marcantes ao nível da gestão turística;
- 1.4. Conceber um plano de ação para gestão de produtos, serviços e/ou destinos turísticos, centrado no desenvolvimento integrado e sustentado;
- 1.5. Garantir a segurança dos serviços prestados ao cliente, identificando situações de risco e agindo em conformidade.

2. Organizar, promover e comercializar produtos, serviços e destinos turísticos, de acordo com os interesses e necessidades dos clientes

- 2.1. Organizar, comercializar e operacionalizar serviços de transporte, alojamento e viagens turísticas organizadas;
- 2.2. Gerir operações turísticas em agência de viagens;
- 2.3. Gerir reservas através de sistemas informáticos de distribuição turística;
- 2.4. Prestar informação turística sobre o património histórico, cultural, gastronómico e natural, equipamentos e serviços complementares;
- 2.5. Prestar informação turística sobre os destinos turísticos;
- 2.6. Definir políticas de adequação do serviço, focado no detalhe e na diferenciação cultural dos clientes.

3. Planear, organizar, dinamizar e promover eventos e atividades de animação turística

- 3.1. Planear e conceber eventos e atividades de animação turística para clientes individuais e/ou organizações;
- 3.2. Definir metodologias de organização e gestão de eventos turísticos;
- 3.3. Gerir a carteira de empresas fornecedoras de serviços e produtos para a organização de eventos turísticos;
- 3.4. Criar e implementar programas de animação adequados ao entretenimento e lazer de turistas;
- 3.5. Conceber e promover eventos e programas turísticos para grupos especiais, de acordo com as suas necessidades e expectativas;
- 3.6. Planear, conceber e supervisionar eventos e atividades de animação turística que promovam o potencial das regiões e a sua identidade local.

4. Definir e implementar o plano estratégico e operacional de marketing

- 4.1. Desenvolver estudos de mercado relacionados com a atividade turística e elaborar o plano de marketing da empresa;
- 4.2. Implementar o plano de marketing da empresa, tendo em conta a política interna de posicionamento e segmentação para os diferentes produtos turísticos;
- 4.3. Desenvolver ações de promoção e comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos;
- 4.4. Coordenar as atividades de gestão da imagem corporativa e definir as estratégias de contacto com o cliente em canais online.

5. Colaborar no desenvolvimento da política comercial da empresa turística, garantindo a qualidade e orientação para o cliente

- 5.1. Colaborar na definição dos objetivos comerciais, tendo em conta o tipo de produto/serviço e de cliente;
- 5.2. Colaborar na elaboração, implementação e orçamentação do plano de negócios da empresa;
- 5.3. Analisar e avaliar os resultados financeiros da empresa, através de análises estatísticas e elaboração de relatórios de follow-up;
- 5.4. Analisar o desempenho financeiro da empresa e efetuar o respetivo relatório financeiro considerando o sistema de contabilidade para a indústria hoteleira;
- 5.5. Implementar medidas corretivas de gestão, com vista à otimização de receitas;
- 5.6. Colaborar na prospeção de novos clientes, assim como na gestão da carteira de clientes;
- 5.7. Negociar com fornecedores, com empresas concessionárias e com empresas de outsourcing, tendo em vista a minimização de custos e o controlo de qualidade dos produtos e/ou serviços adquiridos;
- 5.8. Assegurar o cumprimento dos elementos contratuais de apoio à determinação das responsabilidades (seguros).

6. Desenvolver procedimentos de gestão de qualidade na empresa turística

- 6.1. Proceder à avaliação da satisfação dos clientes relativamente aos serviços prestados;
- 6.2. Tratar reclamações e sugestões dos clientes, assegurando a sua resolução/satisfação;
- 6.3. Garantir a qualidade e segurança do serviço prestado.

7. Gerir equipas de trabalho

- 7.1. Organizar e coordenar as equipas de trabalho
- 7.2. Controlar a assiduidade e as normas laborais em vigor
- 7.3. Avaliar o desempenho dos colaboradores e das equipas de trabalho

COMPETÊNCIAS

SABERES

Noções de:

1. Métodos quantitativos.
2. Gestão de empresas.
3. Análise financeira aplicada à gestão turística.
4. Gestão estratégica.
5. Métodos de estatística descritiva.
6. Identidade corporativa do estabelecimento.
7. Desenvolvimento de competências pessoais e sociais.
8. Gestão de carreiras.

Conhecimentos de:

9. Caracterização, organização e funcionamento do setor do turismo.
10. Empreendedorismo e inovação no setor do turismo.
11. Língua e cultura portuguesa.
12. Língua inglesa e outra língua estrangeira (conversação fluente e utilização de vocabulário técnico específico)
13. Ética e protocolo empresarial.
14. Conceitos e ferramentas de contabilidade e gestão.
15. Técnicas de cálculo orçamental do produto/serviço turístico.
16. Segurança, higiene e saúde aplicadas à atividade profissional.
17. Qualidade dos produtos e serviços turísticos.

18. Software de gestão específico aplicado à gestão turística.
 19. Legislação turística.
 20. Mercados turísticos.
 21. Planeamento e organização do trabalho.
 22. Tipologia, organização e funcionamento de empresas turísticas.
 23. Técnicas de comunicação verbal e não-verbal (comportamental e escrita).
 24. Geografia turística.
 25. Tendências de turismo.
 26. Elaboração de Itinerários e circuitos turísticos.
 27. Informação turística de interesse natural, cultural e patrimonial.
 28. Técnicas de acolhimento.
 29. Técnicas de dinamização de grupos.
 30. Técnicas de marketing turístico e marketing digital.
 31. Técnicas de gestão de clientes e fornecedores.
 32. Organização e gestão de atividades de animação turística.
 33. Organização e gestão de eventos.
 34. Sistema de reservas.
 35. Gestão de recursos humanos – liderança e gestão; staffing; gestão de carreiras e relações interpessoais.
 36. Sustentabilidade no setor do turismo.
 37. Turismo acessível.
 38. Motivação, liderança e gestão de equipas.
 39. Segmentação em turismo.
 40. Técnicas de venda e de negociação.
 41. Atributos e funcionalidades das principais redes sociais.
 42. Os canais online enquanto ferramentas de gestão da relação com o cliente.
 43. Técnicas de comunicação de narrativas baseadas no “Storytelling”.
 44. Segmentação em turismo.
 45. Comunicação intercultural.
 46. Estratégias de fidelização e motivação do cliente.
 47. Técnicas e instrumentos de monitorização da satisfação do cliente
 48. Comportamento do consumidor no setor do turismo.
 49. Estratégias de comunicação no marketing.
- Conhecimentos aprofundados de:
50. Planeamento turístico.
 51. Métodos e técnicas de promoção e comercialização de produtos e serviços turísticos.
 52. Técnicas de operações turísticas.
 53. Procura e oferta turística.
 54. Identidade cultural e regional.
 55. Produtos, serviços e destinos turísticos.
 56. Gestão de produtos e destinos turísticos.
 57. Cultura organizacional de diferentes tipos de empresas/entidades turísticas.

SABERES-FAZER

1. Aplicar técnicas de prospeção e análise dos mercados de oferta e procura turísticos relevantes.
2. Identificar e interpretar as novas tendências da procura (motivações, interesses, etc.) e da oferta turística (produtos, serviços, programas, concorrência).
3. Desenhar o organograma do serviço de operações turísticas.
4. Identificar a estrutura organizativa, funções, responsabilidades e dependência funcional da equipa operacional.
5. Analisar e comparar recursos, serviços e equipamentos turísticos de acordo com os princípios da sustentabilidade.
6. Utilizar métodos e aplicar técnicas de planeamento estratégico aplicadas ao marketing turístico.
7. Caracterizar e definir os públicos-alvo na ótica da segmentação do marketing.
8. Utilizar os métodos e as técnicas de controlo e avaliação do plano de marketing da empresa.
9. Selecionar e analisar orientações para o marketing digital e estratégias de gestão da imagem da organização.
10. Selecionar e desenvolver canais de distribuição, em função do tipo de produto e cliente.
11. Aplicar as normas da política comercial da empresa.
12. Aplicar os métodos e as técnicas de orçamentação dos produtos e serviços turísticos.
13. Analisar o desempenho e a situação financeira da empresa, através de indicadores de desempenho económico-financeiro.
14. Aplicar técnicas de supervisão, coordenação e organização da carteira de clientes e fornecedores.
15. Aplicar técnicas de coordenação, gestão e motivação de equipas de trabalho.
16. Aplicar os métodos e as técnicas de pesquisa, recolha e tratamento de informação turística de carácter geral, histórico e cultural.
17. Recolher e organizar informação e documentação técnica, com vista à elaboração de itinerários e circuitos turísticos.
18. Aplicar técnicas de informação na venda de serviços e produtos turísticos orientadas para as necessidades específicas do cliente.
19. Selecionar métodos e técnicas de promoção e comercialização dos produtos, serviços e destinos turísticos.
20. Aplicar estratégias de comercialização e venda diferenciadas em função da segmentação dos clientes.
21. Aplicar ferramentas informáticas de gestão de comunicação com o cliente.
22. Aplicar as técnicas de comunicação assertiva no atendimento, acolhimento e acompanhamento do cliente.
23. Aplicar técnicas de construção de narrativas “storytelling”.
24. Utilizar estratégias de liderança e gestão de equipas de trabalho.
25. Aplicar técnicas cénicas, postura e autocontrolo.
26. Analisar e adaptar estratégias de motivação e dinamização de indivíduos e equipas de trabalho.
27. Aplicar técnicas de gestão de tempo, do stress e de situações imprevistas.
28. Analisar e selecionar diferentes estratégias de fidelização e motivação do cliente.
29. Aplicar as técnicas de venda e de negociação.
30. Aplicar técnicas de diagnóstico e gestão de situações de conflito.
31. Definir os métodos e os procedimentos adequados às operações de reservas dos produtos e serviços turísticos.
32. Utilizar os principais Sistemas de Distribuição Global (GDS).
33. Definir os procedimentos adequados à emissão de bilhetes, vouchers e outra documentação.
34. Definir os procedimentos necessários à faturação dos produtos e serviços turísticos e emissão de faturas.
35. Aplicar os procedimentos adequados à resolução/tratamento de reclamações e sugestões de clientes e definir medidas corretivas.
36. Avaliar o grau de satisfação dos clientes com o serviço prestado, assegurando o desenvolvimento de uma política de qualidade na empresa.
37. Aplicar técnicas de planeamento de eventos, atividades e programas de animação turística de acordo com as tendências atuais do setor turístico.

38. Aplicar técnicas de promoção, coordenação e orientação de eventos e atividades de animação turística tendo em conta as especificidades dos públicos-alvo.
39. Aplicar as regras gramaticais e o vocabulário técnico na utilização das línguas inglesa e outra língua estrangeira em contexto de comunicação oral e escrita, com interlocutores estrangeiros.
40. Aplicar as técnicas de supervisão do cumprimento das normas de segurança, higiene e saúde respeitantes à atividade profissional.
41. Aplicar a legislação do turismo.
42. Aplicar as técnicas de supervisão do cumprimento das normas e procedimentos de sistemas de gestão na área da qualidade.
43. Preparar e realizar apresentações em público.
44. Utilizar os principais sistemas informáticos e programas de gestão hoteleira.

SABERES-SER

1. Transmitir a cultura organizacional da empresa turística, agindo em função dos diferentes contextos de trabalho.
2. Cuidar da imagem pessoal e postura profissional.
3. Agir em função de princípios éticos e deontológicos.
4. Comunicar de forma clara e assertiva, a nível interno e externo, com diferentes interlocutores.
5. Facilitar o relacionamento interpessoal, a nível interno e externo, com diferentes interlocutores.
6. Demonstrar sentido de responsabilidade, capacidade de iniciativa, liderança, motivação, polivalência, dinamismo, autonomia, empenho e disponibilidade.
7. Demonstrar capacidade de inovação e de empreendedorismo
8. Demonstrar proatividade e espírito de iniciativa e criatividade.
9. Demonstrar capacidade de liderança e motivação dos interlocutores na gestão de equipas de trabalho.
10. Demonstrar capacidade de resiliência, autodomínio e superação de pressão.
11. Demonstrar capacidade de comunicação e negociação, revelando assertividade e orientação para os resultados.
12. Demonstrar capacidade de diagnóstico das necessidades e expectativas do cliente.
13. Demonstrar adaptabilidade e flexibilidade a novas situações (diferentes clientes, produtos, contextos de trabalho e tendências de mercado).
14. Cumprir e fazer cumprir as normas de segurança, higiene e saúde aplicadas à atividade profissional.
15. Cumprir e fazer cumprir as normas e procedimentos de sistemas de gestão na área da qualidade.
16. Demonstrar capacidade de argumentação, negociação na gestão de conflitos, problemas e situações imprevistas.
17. Demonstrar capacidade crítica e de melhoria contínua.
18. Demonstrar capacidade de planeamento e organização.
19. Demonstrar capacidade de orientação para objetivos e sob pressão de prazos.
20. Demonstrar capacidade de atualização face às novas tendências de mercado.
21. Demonstrar facilidade no acolhimento, empenho, disponibilidade e hospitalidade.
22. Demonstrar capacidade de resiliência, autodomínio e superação de pressões.
23. Demonstrar inteligência emocional na gestão de stress e das emoções.