



**SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO E CULTURA
REDE MUNICIPAL DE ENSINO
ATIVIDADES PEDAGÓGICAS COMPLEMENTARES**

Escola: _____

Estudante: _____

Componente curricular: Noções Básicas e Turismo

Período: 20/07/2021 a 31/08/2021

Etapa: Ensino Fundamental II

Turma: 7º ano

- As atividades das APCs serão adequadas de acordo com a limitação e necessidade de cada estudante pelo professor (a) de Apoio e Supervisão do Departamento de Coordenação de Educação de Inclusão Social.

CADERNO 5

AULAS 1 e 2 –

Texto: HISTÓRIA – AGÊNCIAS DE VIAGENS

Agência de viagens é uma empresa privada que trabalha como intermediária entre seus clientes e determinados prestadores de serviços turísticos, como empresas áreas, hotéis, cruzeiros e dentre outros. Com o objetivo de vender produtos e serviços relacionados com essas viagens, a um preço e com determinadas condições especialmente atrativas em relação as que se poderia conseguir ao dirigir-se diretamente a esses provedores. A companhia britânica Cox & Kings, criada em 1758, é a agência de viagem mais antiga do mundo e Thomas Cook um de seus mais notáveis pioneiros, por seu planejamento desde 1841 de excursões religiosas em grupo. Em qualquer caso, as agências de viagem se desenvolveram, sobretudo, a partir dos anos 20, com o desenvolvimento da aviação comercial. A origem das Agências de Viagens e Turismo se relaciona às antigas civilizações e a sua evolução é retratada por fatos turísticos narrados no século XIX, século XX e século XXI. Thomas Cook (primeiro agente de viagens) fretou em 1841 um trem para os participantes de um congresso antialcoólico entre as cidades de Leicester e Loughborough na Inglaterra. Em 1841 fundou a Thomas Cook and Son, a primeira agência registrada no mundo, já em 1851 conduziu cerca de 165 mil pessoas à Exposição de Hyde Park (Londres). Em 1865 vendeu a 35 turistas uma programação completa de viagem aos Estados Unidos. No ano de 1872 levou seus clientes em uma volta ao mundo numa viagem de 222 dias e inaugurou a primeira agência de viagens fora da Europa. Thomas Cook criou ainda o voucher e a circular note, antecessora do traveller check. Nesse século surge o registro profissional do agente de viagens, e também as primeiras agências de viagens brasileiras, que foram registradas oficialmente como prestadoras de serviços específicos no final do século XIX.

Século XX – Agência e suas fases:

1ª fase: As agências antigas se dedicavam aos tours individuais de clientela burguesa, formada por profissionais liberais e executivos de alto poder aquisitivo.

2ª fase: As agências da década de 30 eram especializadas em tours de grupos em automóveis e ônibus para atendimento das classes burguesas e da classe média, que surgia na época.

3ª fase: As agências criadas a partir de 1950 eram caracterizadas pela execução preferencial de visitas organizadas e de tours para clientela de médio poder aquisitivo. É nessa época que as agências pioneiras fundam as primeiras entidades associativas do setor, como: sindicatos e associações nacionais de agências e operadoras.

4ª fase: As agências para a clientela mais jovem eram dedicadas a vendas e execução de pacotes em receptivos de veraneio de padrão médio e a preços acessíveis para cativar as pessoas e construir um fluxo de demanda constante ou regular. A partir da década de 70 até o início do século XXI, são trinta anos de influências da economia de mercado mundial. No final do século – em 1998 nos Estados Unidos e em 1999 inclusive no Brasil, as agências de viagens e turismo começaram a sofrer uma redução significativa nos percentuais de comissão acordados com as transportadoras aéreas.

GONÇALVES, Luiziânia da Silva. Guia de Turismo – Técnicas de Agenciamento. Fortaleza/CE: Secretaria de Educação, 2018. p.01-03

Atividade 1 – Ler o texto e responder a questão:
Quem é considerado o primeiro agente de viagens do mundo?

AULAS 3 e 4 –

Texto: CLASSIFICAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS

As agências de viagens são definidas por Acerenza apud Dantas (2002, p. 31) como sendo "empresa que se dedica a realização de acordos para viagens e a venda de serviços avulsos, ou 6 organizados em forma de pacotes, em caráter intermediário entre as empresas chamadas a prestar os serviços e o usuário final, para fins turísticos, comerciais ou de qualquer outra índole."

Tomando como base esta definição pode-se passar a uma verificação sobre as tipologias das agências de viagens, no Brasil, a legislação em vigor, ditada pelo EMBRATUR na Lei 6.505 de 15/12/1975 e no Decreto 84.934 de 21/07/1980, regulamenta no país dois tipos de Agências: as agências de viagens e as agências de viagens e turismo, tal legislação as diferenciam da seguinte forma:

As Agências de Viagens podem operar (planejar, organizar e executar) excursão Nacional (aéreo e rodoviário) e para a América do Sul; e as Agências de Viagens e Turismo podem operar para qualquer parte do mundo. Portanto para a legislação brasileira, ambos os tipos de agências podem operar viagens, o que as diferenciam são as destinações geográficas.

GONÇALVES, Luiziânia da Silva. Guia de Turismo – Técnicas de Agenciamento. Fortaleza/CE: Secretaria de Educação, 2018. p.05-06.

Atividade 1 – Ler o texto e responder a questão:

O que é agência de viagens?

O que é agência de viagens e turismo?

AULAS 5 e 6 –

Texto: TIPOLOGIA DAS AGÊNCIAS

Esta tipologia de agências apresentada anteriormente é uma tipologia oficial, que não absorve totalmente a realidade do mercado nacional e internacional. No caso brasileiro o mercado adota a posição que determina a diferença básica entre Operadoras Turísticas e Agências de Viagens revendedoras, da seguinte forma: as operadoras são empresas que executam os serviços pertinentes à operação (planejamento, organização e execução) e as revendedoras são empresas que revendem os pacotes das operadoras. Mas ao lançar um olhar para o mercado das Agências, podem-se encontrar seis tipos diferentes de Agências de turismo:

1. Agências de Viagens Detalhistas: São empresas que não vendem seus próprios produtos, são na realidade revendedoras de viagens e roteiros preestabelecidos do tipo pacote que são elaborados pelas operadoras ou agência de viagens maioristas.

2. Agências de Viagens Maioristas: Tais agências têm como principal objetivo a elaboração de programas de viagens ou organização de pacotes que são repassados às agências detalhistas que vendem tais produtos ao público em geral, na maioria dos casos não vendem diretamente ao público.

3. Agências de Viagens Tour Operator: A principal diferença entre as Agências Tour Operator e as Maioristas é o fato de que as primeiras operam seus próprios programas de viagens, com seus próprios equipamentos ou subcontratação de operadoras terrestres, no Brasil tais tipos de agências se confundem pois 7 empregam as mesmas funções operacionais.

4. Agências de Viagens Receptivas: São voltadas ao turismo receptivo, muito comum nos principais destinos turísticos do país, estas empresas prestam serviços às operadoras e agências em geral oferecendo serviços de city tour, guias de turismo, transfer, assessoria ao turista, além de possibilitar a compra de passeios e programas diretamente ao turista.

5. Agências Consolidadoras: Tem como função a consolidação de serviços junto às transportadoras aéreas, repassando bilhetes às agências que não possuem credenciamento para este fim.

6. Agências de Viagens e Turismo Escola: são empresas-laboratórios de instituição educacionais de curso superiores de turismo, legalmente constituídas junto ao EMBRATUR, que desenvolvem ações didático-pedagógica e operacional a fim de atender às necessidades de ensino-aprendizagem para o desenvolvimento de habilidades e competências profissionais do egresso como agente de viagens.

GONÇALVES, Luiziânia da Silva. Guia de Turismo – Técnicas de Agenciamento. Fortaleza/CE: Secretaria de Educação, 2018. p.06-07.

Atividade 1 - Ler o texto e responder a questão:

Cite as outras 06(seis) classificações de agências.

AULAS 7 e 8 –

Texto: AGÊNCIA DE TURISMO RECEPTIVO – O QUE É E POR QUE CONTRATAR?

Viajar é o esporte número 1 de muitas pessoas no mundo inteiro. É um dos temas preferidos de conversas e postagens em redes sociais. As fontes de informações são muitas: os amigos/familiares que foram a determinado lugar, a internet, agências de viagens, revistas, TV, etc. O mundo ficou pequeno e colecionar destinos viajados é muito comum. Sites como o tripadvisor.com são fontes de referências para muitos viajantes e alguns adoram ajudar quem tem dúvidas sobre determinado lugar.

Apesar de ser tão comum viajar, ainda tem gente que não sabe o que uma agência de turismo receptivo pode fazer para tornar a viagem mais agradável e proveitosa. Todos já presenciaram o trabalho de uma delas e talvez nem se deram conta. Sabe aquela pessoa com uma plaquinha no aeroporto esperando alguém? É o “enviado” de uma agência de receptivo para recepcionar o cliente. Quem vai lhe buscar para um passeio ou aquela empresa de turismo que tem um balcão no hotel de destinos muito turísticos, como Foz do Iguaçu ou Bonito por exemplo... Todos eles trabalham para uma agência de turismo receptivo.

As operadoras de turismo, que vendem pacotes que incluem aéreo, hospedagem e traslados/passeios, têm agências de turismo receptivo como parceiras no destino para o qual você estará viajando. Entretanto, você poderá contratar diretamente uma agência de receptivo caso esteja organizando sua viagem sozinho ou se quiser adquirir mais passeios além dos que estão no seu pacote. A agência de turismo receptivo é uma empresa com sede na cidade que você está visitando. Ou seja, eles moram lá, sabem como as coisas funcionam e vão lhe dar dicas bacanas. Eles sabem as distâncias e tempo para conhecer cada atrativo turístico (passeio), sabem como agendar visitas ou comprar ingressos (vouchers) antecipados para você não ficar esperando em filas intermináveis.

As agências de turismo receptivo têm guias de turismo que vão lhe orientar sobre o que visitar, chamarão sua atenção para coisas interessantes que você nem veria se ninguém lhe mostrasse, sabem onde comer e o que você não pode perder, falam seu idioma, sabem das diferenças culturais, onde há compras bacanas, etc. Vão ficar lhe esperando com o ar-condicionado ligado, esperarão caso seu voo se atrasar, farão todo o possível para resolver seus problemas com hotel, voos, etc. É aquele amigo que você tem no destino que está visitando, que poderá lhe dar apoio no que precisar.

GONÇALVES, Luiziânia da Silva. Guia de Turismo – Técnicas de Agenciamento. Fortaleza/CE: Secretaria de Educação, 2018. p. 17.

Atividade 1 – Ler o texto e responder a questão:

Aqui em Bonito existem inúmeras agências de turismo receptivo, cite uma.

AULAS 9 e 10 –

Texto: CONCEITOS E DEFINIÇÕES DE ROTEIRO

O entendimento do significado do termo roteiro turístico é imprescindível para o início dos estudos desta aula. Segundo Tavares (2002), existem vários conceitos a respeito do roteiro turístico. Muitos deles são encontrados em dicionários da língua portuguesa e dicionários técnicos que apresentam as seguintes definições:

- a)** concernente ou relativo a caminhos; descrição de viagem, roteiro; caminho que se vai percorrer, ou se percorreu; caminho, trajeto, percurso;
- b)** documento que contém a descrição detalhada de um caminho a percorrer em viagem, podendo conter informações diversas de interesse turístico;
- c)** itinerários, rotas, pacotes, excursões, circuitos turísticos, programas, etc.;
- d)** conjunto de informações que orientam os turistas e o guia durante a viagem. Contém as atividades que serão desenvolvidas pela empresa de turismo durante a viagem.

Seguindo esse raciocínio, podemos concluir que os roteiros são itinerários de visitação organizados nos quais se encontram as informações detalhadas de uma programação de atividades turísticas, mediante um planejamento prévio. Os roteiros turísticos existem em qualquer parte onde o turismo seja praticado, independentemente do tamanho da área que se pretende explorar, seja em pequenas localidades ou em grandes cidades. Podem ser realizados em diferentes ambientes, como em áreas urbanas ou rurais, nos âmbitos regionais, nacionais, internacionais ou entre diferentes espaços. Os roteiros não se resumem a uma visita a determinados atrativos, mas representam uma importante ferramenta para a leitura da realidade existente e da situação sociocultural vigente na localidade.

Os locais que recebem turistas necessitam estruturar o roteiro de forma organizada e planejada; por isso, os roteiros turísticos tornam-se importantes para a organização e comercialização do turismo como produto. Quando os turistas chegam a uma determinada localidade, eles visitam não somente os atrativos de forma isolada, mas têm interesses em outros aspectos da localidade relativos à cultura, à história, à geografia ou às características ambientais locais de um modo geral.

Resumindo, os roteiros são importantes porque constituem uma das principais formas de contextualizar os atrativos existentes em uma localidade e, consequentemente, de potencializar seu poder de atratividade, principalmente em ambientes urbanos de grande porte onde os atrativos encontram-se espalhados. Podemos entender roteiro turístico como um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que o formam. Na elaboração do roteiro turístico, propõe-se aos atores envolvidos (governos, sociedade civil e iniciativa privada) as orientações necessárias que irão auxiliá-los na integração e na organização de atrativos, equipamentos, serviços turísticos e infraestrutura de apoio ao turismo, resultando na consolidação dos produtos de uma determinada localidade turística. São justamente os produtos, serviços e equipamentos turísticos, além das atividades complementares relacionadas ao turismo, que compõem essa oferta e que serão objeto do processo de elaboração do roteiro turístico.

SILVA, Glaubécia Teixeira da. NOVO, Cristiane Barroncas Maciel Costa. Roteiro turístico. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. p.29-30

Atividade 1 - Ler o texto e responder a questão:

O que é Roteiro Turístico?

AULAS 11 e 12 –

Texto: CLASSIFICAÇÃO DOS ROTEIROS TURÍSTICOS

Os roteiros turísticos são classificados de acordo com alguns critérios:

- a) local de elaboração (emissivo ou receptivo);
- b) agente organizador (órgão público ou iniciativa privada);
- c) organizados ou espontâneos;
- d) comercializados ou não.

1 De acordo com o local de elaboração

a) roteiros emissivos: são elaborados por operadoras, agências ou publicações do polo emissor, atendem às expectativas individuais ou gerais dos turistas e utilizam-se de atrativos importantes como força suficiente para motivar as viagens;

b) roteiros receptivos: são elaborados por operadoras ou agências do polo receptor. São pensados em relação à adaptação entre as expectativas gerais ou individuais dos turistas e às possibilidades da oferta existente.

As agências têm a maior preocupação com a qualidade do serviço e a diversidade de atrativos, e certa preocupação com a geração de renda para seus parceiros – loja de *souvenires*, restaurantes, bares, etc.

2 De acordo com os agentes organizadores: Os roteiros podem ser elaborados por órgãos públicos como as secretarias de turismo (municipal ou estadual) ou pela iniciativa privada (agências de viagens, operadoras, especialista na edição de guias turísticos e revistas especializadas, entre outros); dessa forma eles são classificados como **organizados**; ou podem ainda ser elaborados individualmente pelo próprio turista (de forma espontânea).

3 Roteiros comercializados: São os roteiros que consideram aspectos operacionais na sua elaboração e para sua comercialização. Deve-se pensar em roteiros com base em motivações genéricas, já que serão oferecidos de forma regular a um público eclético. Quanto mais específico for o roteiro, mais restrito torna-se o público consumidor. Esses roteiros são mais rígidos quanto à programação a ser seguida (horários de saída, chegada e de refeições, tempo de permanência, etc.). No roteiro comercializado deve-se levar em conta que os profissionais envolvidos precisam conhecer antes a escala e os locais a serem visitados.

4 Roteiros não comercializados: A liberdade de escolha individual permite também maior flexibilidade no momento de elaborar os roteiros, não exigindo rigidez em relação ao tempo de permanência, horários e atividades realizadas.

Os roteiros turísticos podem ainda ser subdivididos em:

- a) **imateriais:** roteiros gastronômicos, roteiros de cultura popular, entre outros;
- b) **materiais:** roteiros monumentais, arquitetônicos, históricos, entre outros;
- c) **temáticos:** seu conceito é determinado pelos temas em que são baseados.

São disseminados territorialmente, podendo ser inter-regionais, regionais, locais e situados em áreas urbanas ou rurais. São percursos terrestres e fluviais que contam com um elemento ou temática em comum, determinados em função da localização dos atrativos a ele relacionados. Resultam do agrupamento de municípios com atrativos naturais e/ou histórico-culturais semelhantes. A Rota do Vinho na Serra Gaúcha é um ótimo exemplo de roteiro temático. Ainda podem ser considerados temáticos os roteiros rurais, que oferecem desde produtos típicos coloniais até visitas em propriedades que cultivam ervas aromáticas e medicinais.

SILVA, Glaubécia Teixeira da. NOVO, Cristiane Barroncas Maciel Costa. Roteiro turístico. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010. p.31-32.

Atividade 1 - Ler o texto e responder a questão:

Os roteiros turísticos são classificados de acordo com alguns critérios. Cite os 04 critérios.