



O Projeto COMAP - Comissão de Apadrinhamento

Sílvia Tiago da Silva Almeida

Trabalho de Projeto apresentado ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto para a obtenção do grau de Mestre em Marketing Digital, sob orientação do Mestre António da Silva Vieira

Porto – Outubro de 2013

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**



O Projeto COMAP - Comissão de Apadrinhamento

Sílvia Tiago da Silva Almeida

Porto – Outubro de 2013

**INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

Resumo

O Projeto aqui apresentado consiste na criação e desenvolvimento de uma organização de apoio aos alunos internacionais, acolhidos pelo Instituto Superior de Administração do Porto (ISCAP) em programas de mobilidade, geridos pelo Gabinete de Relações Internacionais do ISCAP (GRI), com o objetivo de colmatar algumas dificuldades sentidas por esta unidade orgânica.

A COMAP é uma comissão de alunos, criada com o objetivo de apoiar e orientar os alunos de intercâmbio e internacionais, com especial incidência sobre os alunos em mobilidade no ISCAP, especialmente quando da sua criação, e nas restantes escolas do IPP (Instituto Politécnico do Porto). . Como atividade principal para atingir este objetivo, a COMAP organiza eventos e encontros, de forma a promover a integração inicial e contínua dos seus públicos-alvo. Para responder ao excesso de trabalho por parte do GRI na colocação dos alunos nos alojamentos, decidiu-se mudar por completo o sistema e criar uma base de dados online para que os alunos comodamente escolhessem o local onde iriam habitar nos meses seguintes.

Para além dos eventos, a COMAP assegura todo o apoio à procura de alojamento daqueles alunos, algo que antes da existência da COMAP era tarefa do Gabinete de Relações Internacionais. Assim, a COMAP alterou o procedimento de colocação dos alunos nos alojamentos gerido pelo GRI e criou uma base de dados online para que os alunos comodamente escolhessem o local onde iriam habitar nos meses seguintes.

Foi, ainda, definida uma estratégia de fidelização dos alunos às atividades da COMAP, através da criação do cartão COMAP e do estabelecimento de algumas parcerias de interesse.

De forma a expandir a imagem COMAP, foi criado um website, deixando de existir apenas um site de alojamento, passando para um género de site institucional, que iria incorporar a secção de alojamento.

A aplicação de estratégias de SEO (Search Engine Optimization) permitiram à COMAP melhorar o posicionamento no ranking de resultados das pesquisas nos motores de busca.

Palavras chave: COMAP, GRI, IPP, Erasmus, Alunos Internacionais

Abstract

This Project consists of the creation and development of one organization which was meant to support the international students, welcomed by ISCAP in mobility programs, managed by the International Office (GRI).

COMAP is a committee which was created to support and orientate exchange and international students, especially those in mobility at ISCAP and at other schools from Polytechnic of Porto (IPP). As its main activity,. COMAP organizes events and encounters, to promote the initial and continuous integration of

Besides organizing events, COMAP also supports international and exchange students finding proper accommodation. Before COMAP, this was also a task of the International Office. Now, COMAP has changed all the procedure and has created an online accommodation database, in order to allow the students to choose where they are going to live for the next months.

Moreover, we also defined a loyalty strategy to COMAP, by creating a COMAP card and establishing some partnerships of interest.

In order to expand the COMAP image, we created a general website that includes a section for accommodation, replacing the old accommodation website.

By applying SEO strategies (Search Engine Optimization), COMAP was able to improve the ranking of the website in the results of the search engines

Key words: COMAP, GRI, IPP, Erasmus, International Students

Dedicatória

Este projeto é dedicado a todos aqueles que me apoiaram durante todo este percurso, nomeadamente aos meus pais, irmã e namorada, mas sobretudo a toda a equipa COMAP que permitiu que tal fosse possível, usando todos os seus meios, unindo forças para tornar a COMAP no que já é hoje.

Agradecimentos

Pelo enorme esforço e apoio, agradeço a toda a equipa COMAP, especialmente ao Jorge Campos pela sua paciência, ao André Ribeiro pela sua energia e à colega e namorada Annelies Becuwe pelo seu enorme poder de motivação.

Por ter sido a pessoa responsável por eu ter seguido com este projeto e ter dado todo o suporte e força necessária, agradeço à Dr^a Alexandra Albuquerque, coordenadora do Gabinete de Relações Internacionais do ISCAP.

Pela paciência e ajuda durante toda a elaboração deste relatório, ao Mestre António Silva Vieira, orientador do meu projeto-tese.

Lista de Abreviaturas

COMAP – Comissão de Apadrinhamento do ISCAP

CRM – Customer Relationship Management

ECTS - European Credit Transfer and Accumulation System

ESN – Erasmus Students Network

GRI – Gabinete de Relações Internacionais

HTML – HyperText Markup Language

IPP- Instituto Politécnico do Porto

ISCAP – Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto

PPC – Pay Per Click

SEM – Search Engine Marketing

SEO – Search Engine Optimization

URL – Uniform Resource Locator

WWW – World Wide Web

Índice geral

| | |
|---|------|
| Resumo..... | i |
| Abstract..... | ii |
| Dedicatória..... | iii |
| Agradecimentos..... | iv |
| Lista de Abreviaturas..... | v |
| Índice geral..... | vi |
| Índice de tabelas..... | viii |
| Índice de figuras..... | ix |
| 1 Introdução..... | 1 |
| 1.1 A COMAP em algumas linhas..... | 1 |
| 1.2 Motivação..... | 1 |
| 1.3 Estrutura do Projeto..... | 2 |
| 1.4 Cronograma..... | 3 |
| 1.5 Objetivos..... | 4 |
| 2 Revisão da Literatura..... | 5 |
| 2.1 O Programa Erasmus..... | 5 |
| 2.2 ISCAP é a escola do Politécnico do Porto que mais alunos internacionais recebe..... | 7 |
| 3 O Projeto COMAP..... | 8 |
| 3.1 A COMAP..... | 8 |
| 3.2 O que faz a COMAP..... | 10 |
| 4 As Fases do Projeto..... | 13 |
| 4.1 Fase 1: Base de dados online para o alojamento..... | 13 |
| 4.2 Fase 2: Parcerias – CRM..... | 18 |
| 4.3 Fase 3: Website COMAP..... | 23 |
| 4.4 Fase 4: SEO..... | 33 |
| 4.5 SEO aplicado no site COMAP..... | 35 |
| 4.6 Monitorização do site COMAP..... | 52 |
| 5 Conclusão e trabalhos futuros..... | 56 |
| 6 Limitações ao trabalho..... | 58 |
| Referências Bibliográficas..... | 59 |
| Anexo 1 – Equipa COMAP..... | 1 |
| Anexo 2 – Proposta de Adesão Base dados COMAP I..... | 3 |
| Anexo 3 – Proposta de Adesão Base dados COMAP II..... | 4 |

| | |
|--|----|
| Anexo 4 – Formulário a preencher pelos senhores | 5 |
| Anexo 5 – Logótipos teste antigos da COMAP I | 6 |
| Anexo 6 – Logótipos teste antigos da COMAP II | 7 |
| Anexo 7 – Brochuras antigas COMAP 2011 | 8 |
| Anexo 8 – Planificação de tarefas COMAP | 9 |
| Anexo 9 – Organigrama COMAP 2012..... | 10 |
| Anexo 10 – Flyer de recrutamento de buddies I | 11 |
| Anexo 11 – Flyer de recrutamento de buddies II | 12 |
| Anexo 12 – Flyer “Os mandamentos de um Buddy” I | 13 |
| Anexo 13 – Flyer “Os mandamentos de um Buddy” II | 14 |
| Anexo 14 – Formulário de Inscrição de novos buddies | 15 |
| Anexo 15 – Exemplo de um guia de Pontos de Interesse numa cidade, pela COMAP I..... | 16 |
| Anexo 16 – Exemplo de um guia de Pontos de Interesse numa cidade, pela COMAP II..... | 17 |
| Anexo 17 – Planeamento da Semana de Orientação COMAP..... | 18 |
| Anexo 18 – Plano da viagem a Lisboa 2013..... | 19 |
| Anexo 19 – Flyers divulgação Base de dados de Alojamento COMAP I..... | 20 |
| Anexo 20 – Flyers divulgação Base de dados de Alojamento COMAP II..... | 21 |
| Anexo 21 – Exemplos de flyers de eventos COMAP I..... | 22 |
| Anexo 22 – Exemplos de flyers de eventos COMAP II | 23 |
| Anexo 23 – Exemplos de flyers de eventos COMAP III..... | 24 |
| Anexo 24 – Exemplos de flyers de eventos COMAP IV | 25 |
| Anexo 25 – Exemplos de flyers de eventos COMAP V | 26 |
| Anexo 26 – Apresentação PREZI na Semana Internacional do Porto..... | 27 |
| Anexo 27 – Flyer sobre viagem Lisboa..... | 28 |
| Anexo 28 – Flyer parceria com bar do Iscap | 29 |
| Anexo 29 – Manual de Identidade COMAP (21 Páginas)..... | 30 |

Índice de tabelas

| | |
|--------------------------------------|---|
| Tabela 1 - Cronograma Mensal | 3 |
| Tabela 2 - Descrição das Fases | 3 |

Índice de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Logótipo COMAP 2012 & 2013..... | 9 |
| Figura 2 – Cartaz Semana de Orientação 2013 | 11 |
| Figura 3 – Site de Alojamento COMAP..... | 14 |
| Figura 4 – Filtros do site de alojamento COMAP | 15 |
| Figura 5 – Exemplo de filtro de localização | 15 |
| Figura 6 – Descrição de alojamento | 16 |
| Figura 7 – Galeria de Imagens..... | 17 |
| Figura 8 – Cartão COMAP | 17 |
| Figura 9 – Grupos de Facebook criados pela COMAP | 20 |
| Figura 10 – Página de Facebook da COMAP..... | 21 |
| Figura 11 – Exemplo de post viral da COMAP | 21 |
| Figura 12 – Entrevistas e Reportagens sobre a COMAP | 22 |
| Figura 13 – Estrutura do site COMAP..... | 24 |
| Figura 14 – Layout do site COMAP | 25 |
| Figura 15 – Menu de topo do site | 25 |
| Figura 16 – Menu central do site..... | 26 |
| Figura 17 – Nova secção de alojamento..... | 27 |
| Figura 18 – Descrição do alojamento | 28 |
| Figura 19 – Localização no Google Maps..... | 28 |
| Figura 20 – Nova Galeria de imagens | 29 |
| Figura 21 – Categoria ‘Buddies’ do site | 29 |
| Figura 22 – Categoria ‘Fun’..... | 30 |
| Figura 23 – Categoria ‘Events’..... | 31 |
| Figura 24 – Barra central do site..... | 32 |

| | |
|---|----|
| Figura 25 – Resultado para ‘COMAP’ antes de se aplicar a estratégia SEO | 35 |
| Figura 26 – Resultados para COMAP PORTUGAL antes de se aplicar a estratégia SEO | 36 |
| Figura 27 – Resultados para ISCAP nos motores de busca..... | 36 |
| Figura 28 – Resultados para ‘Erasmus in Porto’ antes de se aplicar a estratégia SEO | 37 |
| Figura 29 – Páginas da COMAP indexadas pelo Google | 37 |
| Figura 30 – Título das páginas antes da estratégia SEO | 39 |
| Figura 31 – Novo título das páginas | 39 |
| Figura 32 - Meta tag do site | 40 |
| Figura 33 – Estrutura dos URL do site..... | 40 |
| Figura 34 – Tag <alt>..... | 42 |
| Figura 35 – Tag <alt> II..... | 42 |
| Figura 36 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS’ antes | 42 |
| Figura 37 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS’ depois..... | 43 |
| Figura 38 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS PORTO’ antes..... | 43 |
| Figura 39 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS PORTO’ depois..... | 43 |
| Figura 40 – Keyword Density | 44 |
| Figura 41 -Backlinks..... | 45 |
| Figura 42 – Exemplo de backlink na página do ISCAP para o site COMAP | 45 |
| Figura 43 – Links internos..... | 45 |
| Figura 44 – Mapa do site (sitemap) | 46 |
| Figura 45 – Google Webmaster Tools | 47 |
| Figura 46 – Google Webmaster Tools II | 47 |
| Figura 47 – Visão inicial da conta Attracta..... | 48 |
| Figura 48 – Etapas SEO da Attracta..... | 48 |
| Figura 49 – Visão final da conta Attracta | 48 |
| Figura 50 – Visão geral da conta Adwords | 49 |

| | |
|--|----|
| Figura 51 – Exemplo de anúncios nos motores de busca I | 49 |
| Figura 52 - Exemplo de anúncios nos motores de busca II | 49 |
| Figura 53 - Exemplo de anúncios nos motores de busca III | 49 |
| Figura 54 – Resultados das pesquisas por COMAP nos motores de busca após SEO | 50 |
| Figura 55 – Resultados para ‘ERASMUS PORTO’ | 51 |
| Figura 56 – Resultados para ‘ERASMUS ACCOMMODATION PORTO’ | 51 |
| Figura 57 – Visão geral de visitantes | 52 |
| Figura 58 – Idiomas do sistema operativo mais utilizados..... | 52 |
| Figura 59 – Browsers mais utilizados para aceder ao site COMAP | 53 |
| Figura 60 – Sistema operativo móvel mais utilizado..... | 53 |
| Figura 61 – Novos visitantes vs Regressos ao site | 53 |
| Figura 62 – Motores de busca com mais direcionamentos para o site da COMAP..... | 54 |
| Figura 63 – 10 palavras mais pesquisadas nos motores de busca | 54 |
| Figura 64 – Origens de tráfego | 55 |
| Figura 65 – Conteúdo mais visitado em Junho de 2013..... | 55 |

1 Introdução

Atualmente vivemos numa nova Era, a Era Digital. Esta nova época é caracterizada pela necessidade contínua de adaptação às novas tendências tecnológicas, que procuram melhorar sempre a acessibilidade, usabilidade e rapidez nos serviços que mais procuramos.

Hoje em dia, todos têm acesso à tecnologia facilitando o acesso a mais e melhor informação, e é com bastante normalidade que agora se vê que qualquer serviço tem uma referência na internet, seja através de um website, um blogue, uma publicidade ou qualquer outro método. Nos últimos anos as organizações notaram este efeito tecnológico nos consumidores e têm demonstrado um maior interesse em comunicar com os seus clientes via online, acrescentando o facto de ser bastante mais barato, quando comparando com os meios tradicionais.

Este projeto está inteiramente ligado e integrado ao Mestrado de Marketing Digital, aplicando as diversas ferramentas, métodos e estratégias lecionadas durante esse percurso. Foi escolhido como tema “ O Projeto COMAP” (Comissão de Apadrinhamento), que irá ser designada apenas por COMAP a partir deste momento.

1.1 A COMAP em algumas linhas

A história COMAP começou através de um convite por parte do GRI (Gabinete de Relações Internacionais) a 6 alunos do ISCAP para formarem um comité com o intuito de recrutar alunos portugueses como padrinhos/madrinhas de alunos internacionais. Paralelamente a COMAP organizava uns eventos de forma a promover o desporto e integração dos alunos em mobilidade, através da organização de jogos de futebol (COMAP contra ERASMUS) e algumas atividades de lazer.

Atualmente a COMAP é uma equipa de apoio e orientação a todos os alunos internacionais, com especial incidência nos alunos das escolas do IPP (Instituto Politécnico do Porto), sendo na sua fase inicial apenas direcionada para alunos do ISCAP.

1.2 Motivação

Porquê este projeto? Tudo começou, em meados de 2010, com uma candidatura para um programa ERASMUS, para Praga, na República Checa. Essa mobilidade internacional, que durou dez meses, permitiu verificar a falta de apoio e do acompanhamento necessário, desde a integração num país estranho até às questões mais simples do dia-a-dia. Os estudantes internacionais estavam, na generalidade, entregues a si próprios. Como resposta, começaram a ser organizados pequenos eventos que facilitassem o relacionamento e a integração: idas ao Jardim Zoológico, ao cinema, torneios de futebol, *karting* e outros. Estas iniciativas tiveram sucesso.

Após a mobilidade internacional, surgiu o convite, prontamente aceite, do ISCAP para ser *Buddy* (padrinho de um ou mais alunos internacionais). Na sequência das experiências de Praga, foram sendo organizados os mais diversos eventos: assistir a jogos de futebol, *karting*, *bowling*, *surf*, etc.

Após esta fase, o GRI decidiu criar um comité, composto por alunos para angariar padrinhos/madrinhas e a ajudar na organização de atividades.

Este projeto surge na sequência destas experiências.

1.3 Estrutura do Projeto

Este projeto está assim organizado:

No Capítulo I, o presente, é feita uma introdução do projeto, uma breve apresentação da COMAP, a motivação para a escolha deste tema, o cronograma das etapas do projeto e os seus objetivos.

No capítulo seguinte é efetuada a revisão bibliográfica sobre o tema “*ERASMUS*”.

No capítulo 3 apresenta-se em detalhe o Projeto COMAP: a sua organização, missão, valores, princípios e atividades.

No capítulo 4 descrevem-se as quatro fases de implementação do projeto COMAP. A primeira fase, composta pela base de dados de alojamento da COMAP, a segunda fase, onde será tratado o tema CRM (Customer Relationship Management), a terceira fase, onde será apresentado o novo website COMAP e, por fim, a quarta fase, onde serão apresentadas as técnicas e estratégias SEO utilizadas. Serão, ainda, apresentados alguns dados relativos à monitorização do site, através do Google Analytics.

Por fim, no Capítulo V, apresentam-se as conclusões e sugestões para trabalhos futuros.

1.4 Cronograma

As fases de implementação do projeto decorreram de acordo com o cronograma seguinte:

| Fases | Jun 12 | Jul 12 | Ago 12 | Set 12 | Out 12 | Nov 12 | Dez 12 | Jan 13 | Fev 13 | Mar 13 | Abr 13 | Mai 13 | Jun 13 | Julho 13 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| Fase 1 | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ |
| Fase 2 | | | | | | | | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ |
| Fase 3 | | | | | | | | | █ | █ | █ | █ | █ | █ |
| Fase 4 | | | | | | | | | | | | █ | █ | █ |

Tabela 1 - Cronograma Mensal

| Fases | Descrição |
|--------|----------------------------------|
| Fase 1 | Base de dados Alojamento Online |
| Fase 2 | CRM – Cartão COMAP - Parcerias |
| Fase 3 | Site COMAP – Migração Alojamento |
| Fase 4 | SEO (Search Engine Optimization) |

Tabela 2 - Descrição das Fases

1.5 Objetivos

Durante os primeiros 4 meses de estruturação, a COMAP era nessa altura algo complicado de descrever. Não passava de um grupo de 6 estudantes, que procuravam angariar mais alunos portugueses para apadrinhar alunos internacionais, sem qualquer organização ou objetivo definido. Era pouco ou nada atraente para os alunos portugueses e até mesmo internacionais, já que a sua finalidade lhes era desconhecida. A comunicação dentro do grupo e para fora era fraca, quase inexistente. A desmotivação reinava no seio do grupo. O objetivo de recrutar portugueses para o apoio aos alunos internacionais foi um fracasso, pois para um grupo de 60 alunos internacionais foram só recrutados 4 alunos portugueses.

A COMAP necessitava de se reorganizar, de forma a todos remarem na mesma direção e tornarem a organização conhecida e apetecível. A comunicação entre os membros e também para os alunos teria que melhorar. A COMAP teria que se tornar auto sustentável, uma vez que os custos inerentes eram até então bastante avultados.

Resumidamente, o maior problema da COMAP era ter apenas um nome, e não uma estrutura, não tinha um rosto, não tinha uma identificação e acima de tudo não tinha objetivos definidos.

Os principais objetivos deste projeto passam por responder às lacunas verificadas e descritas atrás. Pretendeu-se analisar falhas e verificar em que medida estas poderiam ser solucionadas, impulsionando a comunicação no grupo e respetiva promoção positiva da imagem COMAP.

Paralelamente, pretende-se que os alunos internacionais tenham uma experiência memorável, e pretende-se avaliar o seu grau de integração e satisfação no antes e após COMAP. Pretende-se que os alunos ‘invistam’ em Portugal, mas de uma forma em que saíam do país com a sensação que viveram um dos melhores períodos das suas vidas.

Através da criação de parcerias pretende-se, por um lado, reduzir-lhes os preços para as atividades mais comuns (*surf, karting, paintball*, visitas) e por outro lado obter com pequenas taxas de inscrição, fundos que permitam dar sustentabilidade à COMAP.

Pretende-se a criação de uma base de dados online, onde os alunos comodamente poderão escolher onde querem viver, tendo todas as condições necessárias para isso. Será também uma fonte de rendimento para a COMAP, pois serão cobradas taxas de anúncios nessa base de dados. Serão definidos os objetivos da COMAP, estruturação da equipa, meios de comunicação e será dado um rosto à mesma de forma a que todos possam saber o que é e o que faz.

Assim, este projeto, pretende assegurar aos alunos internacionais em mobilidade no Porto uma maior rapidez de resposta e facilidade de interação com ‘alguém’ do outro lado da ‘linha’. Este alguém é a COMAP.

2 Revisão da Literatura

2.1 O Programa Erasmus

O programa Erasmus é um programa educativo emblemático do ensino superior da Comissão Europeia, para estudantes, professores e instituições.

É uma oportunidade para os estudantes realizarem uma mobilidade internacional, complementando assim o seu plano de estudos (licenciatura ou mestrado, por exemplo).

Atualmente, 9 em cada 10 instituições de ensino de mais de 31 países participam no programa Erasmus (RG, 2013).

Os estudantes do ensino superior podem passar um período de estudos noutra país que seja participante no programa, respeitando as regras acordadas entre universidades. Normalmente recebem uma bolsa para ajudar a compensar os "custos de mobilidade" de estudar noutra país, como viagens, preparação linguística e as diferenças no custo de vida. Esta bolsa depende de vários fatores, como por exemplo, o custo de vida do país de destino.

O pleno reconhecimento académico do período de estudos realizados no exterior deve ser assegurado antes da partida, geralmente por meio de um acordo de ECTS. O programa é aberto a todos os estudantes do ensino superior (até e incluindo doutoramentos) de um país participante, exceto para alunos matriculados no primeiro ano do Ensino Superior.

Os alunos Erasmus participam neste programa por diferentes razões, para uns é apenas uma parte necessária para a sua graduação, para outros é simplesmente uma oportunidade para viver noutra cidade da Europa durante alguns meses (DG, 2007).

O facto de os alunos participarem num projeto ERASMUS é uma forma de se destacarem no mercado de trabalho. Definitivamente, o mercado de trabalho é, hoje em dia, bastante *'internacional'* pelo que, por exemplo, atualmente os alunos graduados já não competem apenas por um lugar com outros alunos graduados do seu país, mas também com alunos provenientes de outros países. Neste novo ambiente internacional, a capacidade de comunicar noutra idioma é altamente desejável, e o facto de se conseguir provar que se estudou, trabalhou e/ou viveu noutra país pode ser um fator decisivo. Os alunos ERASMUS conseguem melhores formações e recebem melhores salários do que os *"alunos tradicionais"* (Hefce, 2009).

O domínio de vários idiomas é uma das características mais procuradas nos dias de hoje, entre os empregadores. Aliás, com uma simples pesquisa de emprego/estágios pelo site da União Europeia pode-se verificar que um dos requisitos para ingressar na maioria das ofertas é dominar um outro idioma da União Europeia para além do idioma nativo. Sendo assim, candidatos/alunos que dominem mais do que uma linguagem têm uma vantagem competitiva

sobre outros candidatos, e são vistos como sendo mais flexíveis e capazes de uma melhor adaptação, especialmente no estabelecimento de relações com clientes/parceiros de outros países.

Foi feito um inquérito a mais de 700 diretores de empresas, e 65% deles estão à procura de alguém que possa conversar oralmente – não usando “fluência linguística” como requisito de forma a conseguir comunicar com clientes ou fornecedores. Os idiomas mais valorizados, para além do Inglês, são o Francês (49%) , Alemão (34%) e o Espanhol (32%)(CBI, 2010).

A experiência Erasmus permite um melhor desenvolvimento pessoal. Além disso, e como já se viu nos parágrafos anteriores, pode-se adicionar: mais oportunidades de emprego, maior auto - confiança e maior sensação de felicidade. Os alunos ERASMUS não são turistas – eles vivem e participam no dia-a-dia do país que escolhem. Viver e estudar num país diferente é um desafio e certamente novas e inesperadas situações são experienciadas regularmente. Uma vez ultrapassados esses obstáculos e o facto de se aprender a viver uma ‘nova vida’ noutra cultura pode trazer maturidade, convicção e auto- confiança – boas características pessoais.

O programa ERASMUS é um pouco diferente de outros programas por ser dotado de um reconhecimento académico por fazer parte integral de uma graduação (seja licenciatura ou mestrado) (*British Council, 2013*)

Este programa oferece a possibilidade de obter uma nova visão sobre diferentes temas. É oferecida a oportunidade de estudar as disciplinas em diferentes contextos, com professores e colegas de turma diferentes. As diversas formas de abordar um tema chegam a ser surpreendentes, às mais variadas expectativas por se tratar de um grupo multicultural. Além disso, é também oferecida a oportunidade para estudar temas que podem não estar disponíveis no país de origem. É um misto de desafio e recompensa (*European Comission, 2012*).

Competências pessoais e/ou culturais não é tudo o que se consegue com o programa ERASMUS. Diversão é outro factor presente na vida de qualquer aluno em mobilidade internacional. Os alunos ERASMUS referem que é uma das melhores fases da sua vida, com incríveis oportunidades para viajar, fazer novas amizades por todo o mundo e tentar novos hobbies e experiências (*European Comission, 2012*).

Para terminar, pode-se referir que estudar, viver ou trabalhar noutra cidade europeia pode quebrar barreiras entre pessoas e proporcionar interações entre diferentes culturas. Permite ir de encontro com pensamentos/ideias mútuas libertando das distinções e estereótipos que a cultura define para cada um. É sem dúvida uma excelente oportunidade para explorar novos países e culturas, fazer novos amigos e criar novas amizades.

O Programa ERASMUS tem objetivos operacionais cuja prioridade é melhorar, reforçar e desenvolver. A mobilidade deverá atingir três milhões de pessoas até 2013. As ações de cooperação entre estabelecimentos de ensino superior e entre estes e as empresas em termos quantitativos (incluindo a respetiva qualidade); a transparência e a compatibilidade entre as qualificações obtidas; as práticas inovadoras e sua transferência entre países; o desenvolvimento de conteúdos, serviços, pedagogias e práticas inovadores, baseados nas TIC (DGES, 2012).

Uma análise do Diário de Notícias refere que o Porto é 33º a nível europeu no diz que respeito á receção de alunos ERASMUS, superando cidades como Lisboa e Coimbra (DN, 2008).

2.2 ISCAP é a escola do Politécnico do Porto que mais alunos internacionais recebe

De todo o IPP, o ISCAP é a escola que mais alunos internacionais recebe. São cerca de 300 por ano. No parágrafo seguinte é possível ler-se um comunicado oficial do ISCAP, retirado do seu site oficial.

“Ao todo são 93 os alunos Internacionais que, este semestre, escolheram o Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto (ISCAP) para estudar - quase o dobro do semestre anterior. São oriundos de 15 países diferentes - entre os quais Turquia, França, Rússia, Polónia, República Checa ou Grécia.

Ao contrário da tendência nacional, o número de alunos Internacionais recebidos no ISCAP tem vindo a crescer ao longo dos anos - de 70 durante o ano letivo de 2009/2010 passaram para 95 apenas no primeiro semestre que agora se inicia. Turquia, França, Rússia, Polónia, República Checa, Grécia, Bélgica, Eslovénia, Roménia, Lituânia, Espanha, Finlândia, Hungria, Alemanha, Dinamarca são os países de origem.

De forma a garantir a melhor adaptação possível dos alunos internacionais ao Instituto e ao país, o ISCAP apostou na receção e acompanhamento em várias vertentes. No dia 24 de Setembro, segunda-feira, os 95 Erasmus foram recebidos pelos órgãos dirigentes do ISCAP, Associação de Estudantes e pela COMAP - a Comissão de Apadrinhamento que vai garantir a integração dos alunos no Instituto e na cidade.

Durante a semana decorreram várias atividades desenvolvidas pela COMAP das quais destacamos o Karting, visita à cidade do Porto e às caves de Vinho do Porto. (ISCAP, 2012)

3 O Projeto COMAP

3.1 A COMAP

A COMAP é uma abreviatura para *Comissão de Apadrinhamento*, e é atualmente apelidada de “*Committee for International Students*” a nível internacional. A sua história começou com o simples objetivo de criar uma comunidade internacional ativa através do sistema de apadrinhamento, principalmente entre estudantes do ISCAP e alunos ERASMUS.

A COMAP, foi criada a 16 de Novembro de 2011 com o intuito de acolher e acompanhar os estudantes internacionais do ISCAP. Para além deste objetivo principal, a COMAP pretende a promoção da mobilidade de estudantes IN (para dentro) e OUT (para fora) da instituição, estreitando relações entre os alunos envolvidos neste projeto.

Em colaboração direta com o GRI procura-se fazer do ISCAP um ‘pólo internacional’ de referência para estudantes estrangeiros, organizado e coordenado pelos próprios estudantes, demonstrando todo o seu empreendedorismo, colocando em prática as suas competências e proporcionando aos seus pares internacionais o acompanhamento de igual para igual, como *Buddies* (Padrinhos / Madrinhas).

Desde finais de 2011 que a COMAP tem providenciado suporte, diversão e momentos memoráveis para o seu público alvo, os alunos internacionais, através da oferta de diversos tipos de experiências e serviços com o objetivo principal de apoiar a integração intercultural.

O seu foco principal é oferecer a melhor experiência académica e intercultural para os alunos visitantes, através do sistema de apadrinhamento, a promoção de eventos sociais e culturais, transmitindo uma sensação agradável com estas experiências. Mais do que isso, a criação de amizades duradouras é um objetivo inerente e inevitável para qualquer membro.

É no respeito pela diferença, preocupação com o bem-estar e duração dos relacionamentos que o sucesso da COMAP nasce e é desenvolvido.

Um dos lemas da COMAP é “O bem estar da nossa comunidade internacional é o que nos move, mas o seu prazer, diversão e satisfação é o porquê de o fazermos.” (*The Wellbeing of our International Community is at the heart of all we do. Yet the enjoyment of our students is why we do it*) (COMAP, 2013).

Logótipo/Imagem COMAP

Na próximas duas imagens serão apresentados os logótipos oficiais utilizados pela COMAP.



Figura 1 – Logótipo 2012 & 2013

A figura do lado esquerdo apresenta logótipo utilizado durante os primeiros 6 meses de vida da COMAP – entre Novembro 2011 e Maio de 2012. A figura do lado direito ilustra o logótipo utilizado desde Junho 2012.

Missão e valores

A COMAP definiu como valores da organização, os seguintes:

Consciência Cultural – Tendo em conta que os públicos com que a COMAP lida são de nacionalidades, culturas e países diferentes, a consciência cultural é o valor fundamental. É importante que ao lidar com mentalidades diferentes não se fira ninguém, superando e aproveitando diferenças para criar um grupo uniforme que se integra no ISCAP, enriquecendo a escola.

Respeito pela diferença – No trabalho da COMAP encontram-se diferenças, não só culturais e linguísticas, mas também académicas. Por isso, tanto no trabalho interno, ao lidar com membros de cursos e visões distintas como no trabalho externo, ao lidar com estudantes de todo o mundo, o respeito e a imparcialidade é bastante importante.

Disponibilidade - A COMAP não é apenas uma Comissão que ajuda os estudantes no seu percurso académico no estrangeiro, mas também a integração no nosso mundo, ajudando os alunos estrangeiros no seu dia-a-dia. Isso implica disponibilidade de horários e de apoio quando for necessário. A COMAP não tem em vista um acompanhamento constante, mas quando surge algum imprevisto, demonstra disponibilidade.

Trabalho de equipa – Na COMAP o trabalho de equipa é fundamental para levar o projeto a bom porto. Pretende-se partilhar experiências e dificuldades para que possamos, todos juntos, tornar a estadia dos alunos internacionais inesquecível e participarmos da melhor maneira nesta aventura.

Os Princípios da COMAP

Os princípios da COMAP são: Bem-estar, Integridade, Tolerância, Respeito, Honestidade, Tratamento Justo, Imaginação e Diversão.

A equipa COMAP, que tem alguns membros já com alguma experiência internacional na sua bagagem, rege-se pelo espírito e princípios tradicionais do Porto, contando com a colaboração do ISCAP. O *staff* da COMAP respeita qualquer diferença cultural, religiosa ou até mesmo política.

A Equipa COMAP

Os membros COMAP são movidos pela sua motivação e com o intuito de se melhorarem a si próprios de forma a estarem preparados para o mercado de trabalho. É um grupo pró-ativo, carismático e de mente aberta. Alunos com imaginação e força de vontade com o objetivo de guiar a COMAP de forma a que atinja os seus objetivos. Fazer parte de uma comunidade internacional, dar apoio e oferecer uma sensação de “*estar em casa*” aos alunos internacionais é um desafio que todos os membros enfrentam com flexibilidade e entusiasmo.

Eles são o coração e a alma da COMAP, as suas ações definem o sucesso da COMAP.

3.2 O que faz a COMAP

Semana de Orientação

A COMAP organiza eventos, de forma a promover a integração inicial e contínua entre os alunos internacionais. O primeiro grande evento da COMAP é, na verdade, um conjunto de eventos em série. Na sua primeira semana em Portugal, os alunos tem a hipótese de adquirir um ‘*pacote*’ semanal de atividades. Esta semana é chamada de “*Semana de Orientação*”, e pouco difere de semestre para semestre, tendo a mais recente sido concretizada em Fevereiro de 2013, composta por:

- Dia 18: Sessão de Boas Vindas;
- Dia 19: COMAP Paper (Atividades em equipas no ISCAP);
- Dia 20: Oporto Flavours, dia inteiramente gravado pela SIC, disponível no canal Youtube da COMAP;
- Dia 21: Snack Internacional, efectuado no ISCAP e inteiramente gravado pelo IPP canal;
- Dia 22: Sea and Emotion (Conhecer Espinho e andar de Karting);
- Dia 23: Green Day (Dia para conhecer Fundação Serralves e piquenique no Parque da Cidade)
- Dia 24: Tutors Day (Jogos e atividades com os seus tutores/professores);
- Dia 25: Thirsty Tuesday (A mais importante festa de Erasmus no Porto).



Figura 2 – Cartaz Semana de Orientação 2013

Nesta semana em especial, toda a equipa está em sincronia e a rumar na mesma direção. A melhor prova disso serão talvez os resultados dos inquéritos elaborados online aos alunos, onde foi colocada uma série de questões, nas quais se destaca “Classifique o desempenho da COMAP na Semana de Orientação, numa escala de 1 a 5”. 55% atribuiu classificação de 4 valores, 40% atribuiu 5 valores e apenas 5% atribuiu 3 valores. O resultado foi positivo.

Alguns dos comentários sobre esta semana, escritas na 3ª opção do inquérito, são transcritos no parágrafo seguinte.

- *“I don't have any suggestion. I was really surprised that for such small amount of money you gave us so much different things! It was awesome, really!”*
(“Não tenho nenhuma sugestão. Fiquei mesmo surpreendido(a) por uma quantia de dinheiro tão pequena, ofereceram-nos as mais diversas coisas! Foi espetacular, a sério!”)
- *“Was just perfect and well organized week! Thank you! “*
(“Foi simplesmente perfeito e uma semana bem organizada! Obrigado!”)

Eventos Regulares

A COMAP organiza regularmente eventos do género *Karting, Bowling, Surf, Paintball, Karaoke, Festas, Jantares*, etc. Procura estar sempre a animar os alunos, oferecendo pacotes de serviços a preços baixos. Os *flyers* para esses eventos poderão ser vistos na secção dos anexos.

Viagens

A COMAP organiza mensalmente viagens a outras cidades, das quais se destacam Braga, Guimarães, Aveiro e Lisboa. Através de percursos e horários antecipadamente preparados e negociados ao pormenor, são proporcionados momentos únicos aos alunos a preços que jamais conseguiriam por si mesmos. A COMAP procura estabelecer previamente parcerias/protocolos com os fornecedores dos serviços aos quais recorre, como por exemplo CP (Comboios de Portugal), Rede de Expressos, restaurantes, hotéis, museus, etc. Os *flyers* e planos destas viagens poderão ser vistos na secção dos anexos.

4 As Fases do Projeto

4.1 Fase 1: Base de dados *online* para o alojamento

De forma a responder a uma lacuna e excesso de trabalho por parte do GRI, na colocação dos alunos nos alojamentos, decidiu-se mudar por completo o sistema e criar uma base de dados online. Para melhor entendimento, vamos explicar como era feito o procedimento até a essa altura. Até Junho de 2012, o GRI tinha o imenso trabalho de contactar vários senhorios (através de anúncios de jornais e *passa a palavra*) no intuito de saber do seu interesse em colocar nas suas residências alunos internacionais. Deste modo foi compilando num ficheiro Excel todos os contactos com a respectiva informação (nome, endereço *email*, morada, número de quartos disponíveis, assoalhadas, transportes, preço, etc). Numa fase posterior, a altura de colocar os alunos, o GRI recebia a listagem de todos os alunos aceites para o ISCAP e enviava um ficheiro para eles preencherem com as suas preferências (se queria perto do ISCAP, no centro, se queria um quarto individual, partilhado, etc). Após receber estes dados, o GRI analisava um por um, e filtrava manualmente a melhor escolha consoante os dados fornecidos por ambas partes e atribuía o aluno X à residência Y. Multiplicando isto por 80 – 100 alunos por semestre, pode-se facilmente entender quantas horas/ dias / semanas demorava este processo, enquanto outras tarefas teriam que ser feitas em simultâneo.

Aqui surgiu a primeira ideia. O GRI estava a ter um trabalho exagerado com este processo. Os alunos beneficiavam porque tinham o trabalho feito. Mas quem realmente lucrava eram os senhorios, porque além de terem os seus quartos ocupados, não tinham trabalho algum com isso. Foi então que se decidiu colocar as coisas ao contrário. Foi solicitada a lista de contactos de todos os senhorios, que foram informados pela COMAP que a partir daquele momento esta passaria a gerir os alojamentos e que para tal iria ser necessário umas alterações. Primeiro, seria necessário visitar todas as casas de forma a comprovar que reuniam as condições mínimas exigidas. Em segundo, foi solicitado aos senhorios uma descrição das suas residências mais elaborada. Em terceiro, foi-lhes pedido que todos enviassem fotos de todas as divisões. Em quarto, e por último, foram informados que a partir daquele dia iria ser feita a divulgação através de uma plataforma online, privada e numa primeira fase apenas para alunos do ISCAP, mas que para estarem presentes nessa plataforma, os senhorios teriam que pagar uma taxa de inscrição à COMAP, a qual variava por número de camas disponíveis (*ver anexo relativo à inscrição na base de dados COMAP*).

Com esta mudança, tudo ficou mais fácil, os alunos, à distância de um clique, poderiam ver e analisar com comodidade a base de dados, vendo fotos, localização e descrição de qualquer quarto. O GRI deixou de se preocupar com esta tarefa, os senhorios pagam uma taxa mas sabem que tem o seu anúncio e apoio da COMAP e a própria COMAP garantiu fundos importantes para encarar o futuro com maior sustentabilidade.

O Projeto COMAP – Comissão de Apadrinhamento

Esta base de dados online foi toda criada com o software Adobe Dreamweaver CS6, em formato HTML, à luz dos conhecimentos aprendidos durante o Mestrado em Marketing Digital. Foi usado um template gratuito e, posteriormente, efetuadas todas as alterações necessárias.

A base de dados é elaborada em Microsoft Excel, de forma manual e, posteriormente, adicionada manualmente via Dreamweaver, ao website.

O site poderá ser acedido através do seguinte endereço, e apenas se encontra disponível em Inglês, que é a linguagem utilizada para comunicar com os alunos internacionais: <http://comap.netii.net/aco>.

Na figura 3 é possível ver a apresentação da página inicial do site, contendo o nome no canto superior esquerdo, e uma pequena mensagem de boas vindas no centro, bem como a localização da COMAP.

Nesta página é possível escolher entre ACCOMMODATION (ver ofertas de alojamento) e CONTACT US (para contactar a COMAP).

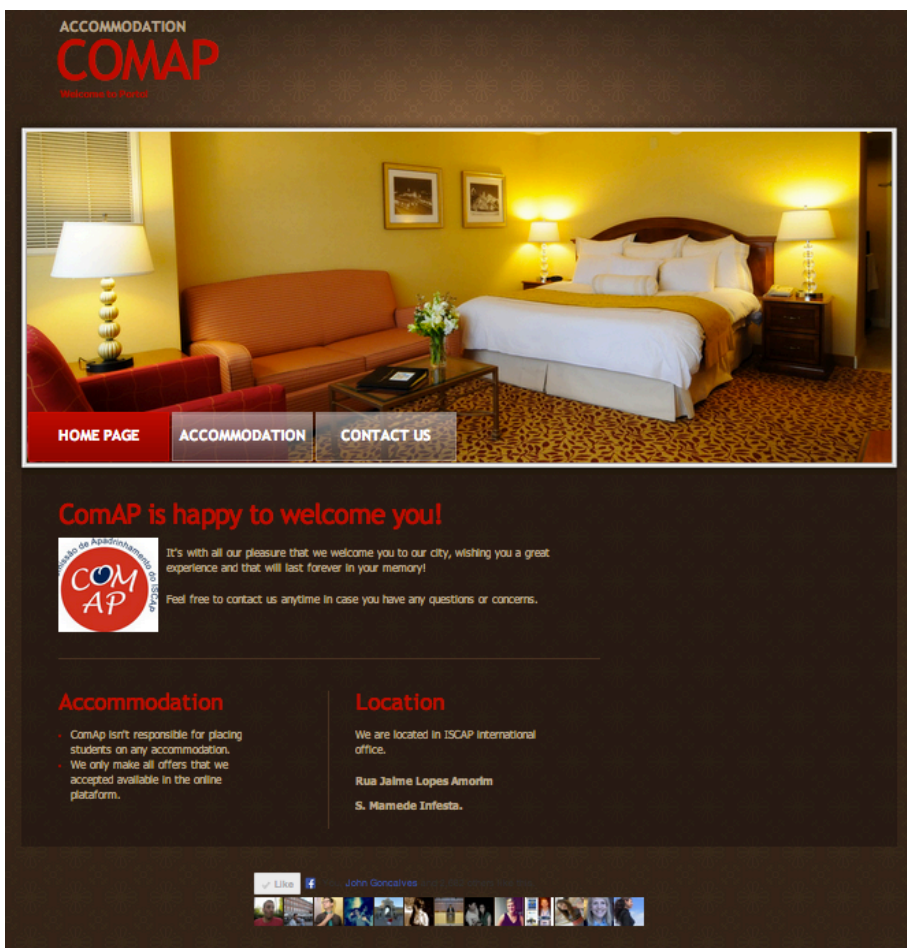


Figura 3 – Site de Alojamento COMAP

Na Figura 4, na parte central superior, já é possível ver alguns dos serviços que se poderão encontrar nos alojamentos (*Wi-fi*, cozinha, acesso ao Metro, etc), e na barra do lado esquerdo, uma pequena descrição do que a COMAP poderá fazer pelos alunos.

A parte mais importante é a parte central onde estão 3 categorias, entre as quais os alunos poderão escolher mediante as suas preferências, sendo elas “NEAR ISCAP”, “BETWEEN ISCAP AND CENTER” e “NEAR CENTER”, com uma descrição e informação sobre a distância entre o ISCAP e os alojamentos.

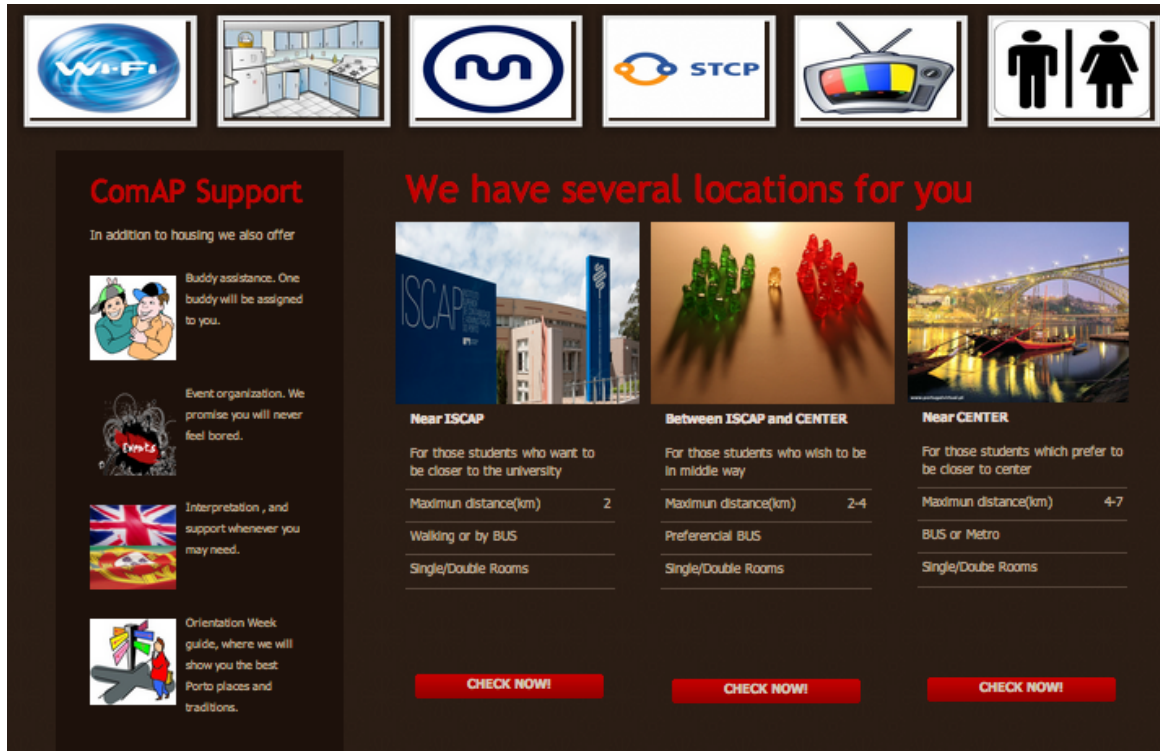


Figura 4 – Filtros do site de alojamento COMAP

Após escolherem a área que mais lhes interessa, os alunos serão encaminhados para uma secção similar à evidenciada na figura 5, onde tem uma descrição dos alojamentos existentes na área escolhida, com referencia do senhorio, preços praticados e tipo de alojamento.



Figura 5 – Exemplo de filtro de localização

Após esta fase, o aluno poderá clicar no alojamento que mais lhe capta a atenção e, posteriormente, ver uma descrição mais detalhada do mesmo, como indica a figura 6, onde é possível obter informação sobre número de camas disponíveis, descrição da casa, preço, contactos, fotos da casa e até a localização no Google Maps.

R16 - [redacted]

Number of Available beds: 4

Description: Great stylish house with 4 rooms, 3 single room and 1 double room. Kitchen with full furniture, dish and clothes washer machines, microwave, oven, etc. Big living room with cable TV and internet. Two toilets.

Just 3kms away from ISCAP.

Price: 150€-160€ per person ; Room in the loft 125€ per person. Internet Included. Other bills paid monthly.

Contacts: [redacted]@gmail.com

Photo Gallery: [Click here!](#)

Localization:

Figura 6 – Descrição de alojamento

Toda a informação presente nesta página foi transmitida pelo proprietário. A COMAP apenas a reformula de forma a evitar erros ortográficos e a torná-la mais apelativa.

Após a informação ser adicionada ao site, o *link* é enviado para o proprietário de forma a este verificar e aprovar o seu conteúdo.

Se o aluno pretender ver fotos da casa, basta clicar em *Gallery* e terá uma aplicação em *flash* que lhe permitirá navegar entre as fotos disponíveis, tal como se mostra na figura 7.

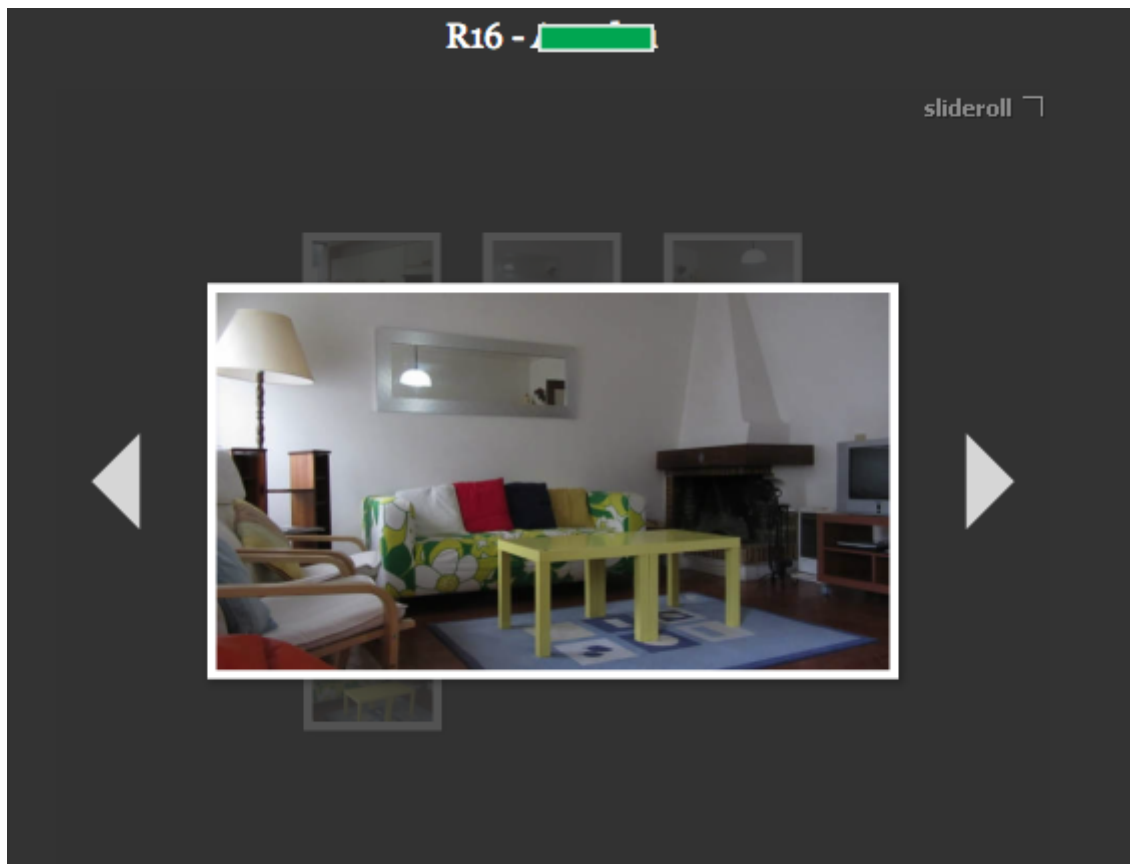


Figura 7 – Galeria de Imagens

Este site, contudo, deixará de funcionar a partir de 1 de Julho de 2013, momento em que será transferido todo o seu conteúdo para o novo site da COMAP, o qual será apresentado alguns capítulos mais à frente.

4.2 Fase 2: Parcerias – CRM

Customer Relationship Management (CRM) é uma estratégia de gestão que liga tecnologias de informação com Marketing (SATOSHI, 2013). A COMAP através do seu site, e com a ajuda do Google Analytics e inquéritos efetuados através do Google, consegue obter informação essencial de forma a analisar o que os alunos mais procuram e desta forma segmentar as suas ações para esse público-alvo. Por exemplo, durante o mês de abril de 2013, verificou-se que os alunos faziam bastantes procuras pelos termos “*Paintball*”, “*Adrenaline*” e as visualizações de página das secções de aventura tinham aumentado. Após analisar estes dados decidiu-se negociar com um parceiro e criar um evento de *Paintball*, com inscrições limitadas. As vagas disponíveis terminaram em menos de uma hora após o anúncio no website (e via *email marketing*) esgotando a lotação.

Nenhuma organização, lucrativa ou não, poderá funcionar ‘sozinha’, terá sempre que ter apoios e/ou parcerias. No sentido de tornar a COMAP melhor organizada, com alicerces e melhorar a promoção da imagem decidiu-se estabelecer parcerias com várias entidades no Porto. Durante o mês de janeiro de 2013, através de inquéritos, perguntou-se aos alunos quais as atividades que mais praticaram durante o semestre e com que regularidade. Com base nas respostas obtidas, foram contactadas várias entidades com o objetivo de estabelecer uma parceria, baseada na apresentação do cartão COMAP para ter acesso a vantagens exclusivas.

Cartão COMAP

Para que tal fosse possível, a COMAP solicitou a um designer o projeto de um cartão, com frente e verso, de acordo com critérios pré-definidos. Nas imagens seguintes é apresentado o resultado.



Figura 8 – Cartão COMAP

Preço e Divulgação

Numa fase inicial, os primeiros 100 cartões foram oferecidos (durante o mês de Fevereiro de 2013), tendo todos os outros um custo associado de 5€/cartão.

O cartão poderá ser solicitado através do website, no separador “COMAP CARD”, através do link: <http://www.comap-portugal.com/comapcard/>, via email ou presencialmente no GRI.

Para aderir ao cartão é necessário uma foto, e algumas informações tal como se pode verificar nas imagens apresentadas anteriormente.

Parcerias

As parcerias estabelecidas estão visíveis no site da COMAP, através do link: <http://www.comap-portugal.com/partners/>.

Algumas das parcerias estabelecidas:

Bares/Clubes e atividades noturnas

- Entrada gratuita num clube de Jazz para as exposições ao vivo;
- Entrada grátis com uma bebida para os portadores do cartão, ou entrada paga com bebidas de oferta a maior parte das festas Erasmus.

Ginásios

- *Ginásio1*: 80% de desconto na inscrição e packs de horas/dias com preços especiais;
- *Ginásio2*: 5 vezes por semana a um preço fantástico, sem taxa de inscrição e com oferta de uma tshirt. Acesso a todo ginásio (piscina, sauna, *jaccuzzi*, aulas) e avaliação física regular.

Surf e Aventura

- Descontos em vários *packs* de aulas de surf;
- Desconto em várias atividades, nomeadamente o *Paintball*.
- 50% desconto em corridas de *Karting*, por 10mins.

Serviços diários

- Lavandarias: 25% desconto em todos os serviços.

Parcerias não divulgadas

A COMAP tem ainda outras parcerias não divulgadas, por se destinarem a eventos COMAP, como por exemplo, empresas de turismo, transportes, caves de vinho do Porto. Em dias de eventos COMAP, estas empresas são contactadas no sentido de efetuarem um desconto na utilização dos seus serviços.

Comunicação e Divulgação

A comunicação entre a COMAP e os alunos internacionais é feita de forma regular, através de vários métodos e meios, entre eles *Facebook*, *Twitter*, *Email*, *Youtube* e o *website*.

Facebook

Todos os semestres os alunos são convidados a aderir um grupo privado no Facebook, criado pela COMAP, onde facilmente se podem esclarecer todas as dúvidas e promover eventos. Nos semestres em que o GRI trabalhava de forma independente todos os esclarecimentos de dúvidas, informações ou divulgações eram feitas via email por parte do GRI.



Figura 9 – Grupos de Facebook criados pela COMAP

Página Institucional da COMAP no Facebook

Com mais de 1 bilião de utilizadores, o Facebook tem conquistado o título de site mais visitado do mundo, ultrapassando inclusive o Google (TVI24, 2012). Nenhuma empresa, organização ou entidade poderá deixar de estar num local onde estejam os seus clientes. Esta rede social é fundamental para conseguir ações de marketing mais efetivas.

Com uma página do Facebook permite-se de uma forma mais real a interação entre consumidores (os alunos são consumidores dos serviços da COMAP). Desta forma desenvolve-se uma rede leal de fãs, onde com a sua ajuda passa a ser possível criar conteúdo viral, os amigos dos amigos dos amigos... mas o factor mais importante é talvez o facto de se poupar dinheiro.

A página da COMAP poderá ser acedida através do link: <http://www.facebook.com/comapIPP>

A página ainda é recente, pois foi migrada de outra página (Comissão de Apadrinhamento ISCAP) de forma a se poder alterar o nome da página (para a atual *Committee for International*

Students). Neste momento (15 de Outubro de 2013) conta com cerca de 6210 likes, e um alcance semanal de 9.000 utilizadores.



Figura 10 – Página de Facebook da COMAP

Conteúdo viral é aquele que se pretende que se expanda de forma automática e rapidamente pela internet, atingindo altos níveis de interesse, sendo relevante com o local onde se encontra exposto (Workplace, 2008).

Regularmente procura-se criar conteúdo viral de forma a divulgar o nome e imagem da COMAP. A última estratégia utilizada foi no mês de maio de 2013 contou com mais de 200 participações e 9.240 visualizações.



Figura 11 – Exemplo de post viral da COMAP

Canal Youtube da COMAP

A COMAP está presente igualmente no Youtube onde publica todos os seus vídeos, desde recrutamento, apresentação e reportagens efectuadas pelos meios de comunicação social.

O link para o canal da COMAP é o seguinte: <http://www.youtube.com/user/comappt>.

Comunicação/Divulgação via comunicação social

Nos últimos meses a COMAP tem vindo a ser convidada para reportagens e entrevistas em canais de Televisão e rádios. Estes vídeos estão presentes no canal do Youtube da COMAP e canal de TV do IPP.



Sílvio Tiago Almeida | COMAP | ISCAP | Direto Porto Canal | Eras...



ISCAP.IPP | COMAP - Comissão de Apadrinhamento

Reportagem sobre o COMAP - Comissão de Apadrinhamento ISCAP, com entrevista ao seu coordenador, Sílvio Tiago Almeida



ISCAP.IPP | International Snack

Reportagem sobre o International Snack, um evento organizado pela Comissão de Apadrinhamento (COMAP) e pelo Gabinete de Relações Internacionais do ISCAP no âmbito da Semana de Receção e Orientação ao aluno Internacional.

Figura 12 – Entrevistas e Reportagens sobre a COMAP

4.3 Fase 3: Website COMAP

A importância de ter um website

Um site na internet já não é um luxo ao alcance de apenas algumas pessoas, mas sim uma regra geral para qualquer empresa ou organização que pretenda sobreviver num mercado cada vez mais agressivo e num mundo globalizado. Com o aumento da interatividade, segurança e velocidade, aliado à redução dos preços cobrados pelo acesso à rede, a internet deixou de ser um mero instrumento de pesquisa para se tornar numa poderosa ferramenta de marketing e vendas.

A presença na internet sob a forma de website tornou-se indispensável para qualquer empresa/organização, seja ela grande, média ou pequena. No entanto, não basta ter um site atraente para obter clientes... é apenas um começo de muito trabalho. Um site é a imagem da empresa na internet, pelo que deve ser o mais bem elaborado possível.

Antes de se começar um projeto na internet é necessário saber o que os clientes querem quando vão aceder ao mesmo, pois é necessário satisfazê-los de forma a se sentirem atraídos pelo site e seguros relativamente à empresa.

A estratégia da COMAP começou por construir um website na plataforma Wordpress, utilizando um template simples, limpo e atraente. Uma vez que a COMAP não vende produtos, mas apenas pretende assegurar presença na mente dos alunos para posteriormente vender os seus serviços (eventos) é necessário saber como eles pensam, o que procuram e como agem. Foi nesse sentido que a COMAP decidiu recrutar alunos internacionais de semestres anteriores como estagiários de forma a obter-se uma visão diferente e mais correta. Nesse sentido todas as estratégias, publicações e formas de comunicação são utilizadas a partir de ideias coletivas, procurando juntar à perspectiva da equipa COMAP a perspectiva dos alunos internacionais, apoiada pelos estagiários.

A ideia de criar um site surgiu quando se verificou a necessidade de expandir a COMAP para além de uma página no Facebook, pois apesar de mil milhões de utilizadores terem uma conta de Facebook, existem 2,2 biliões de utilizadores de internet (Público, 2013).

O Site da COMAP

Encontrar um nome para uma empresa poderá ser complicado, mas conseguir enquadrar esse nome num domínio da internet não é tão fácil quanto parece. Todos os nomes pretendidos estavam ocupados, sendo a sua grande parte nomes mais curtos, tais como www.comap.com, daí a necessidade de se acrescentar uma palavra mais.

Foi escolhido Portugal como palavra, uma vez que apesar de as nossas ações serem direccionadas para alunos do Porto, a verdade é que frequentemente somos solicitados por Erasmus de outras cidades (Braga, Aveiro, Lisboa), os quais participam muitas vezes nas nossas atividades.

Assim, a marca e domínio escolhidos foram: www.comap-portugal.com, sendo a sua estrutura composta sobretudo por dois menus, o menu de topo e o principal.

Na imagem em baixo ilustrado é possível verificar a composição do site, respetivas categorias e seções.

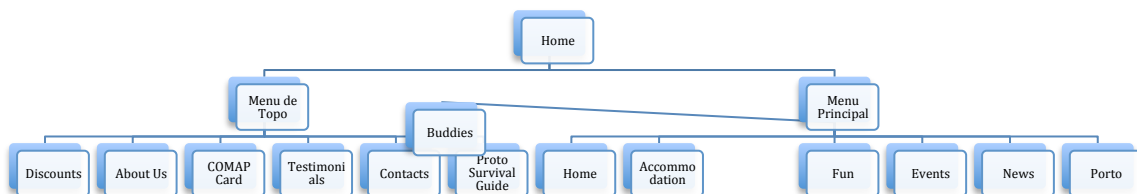


Figura 13 – Estrutura do site COMAP

Na secção **Testimonials** estão presentes diversos vídeos de vários alunos internacionais a dar o seu testemunho sobre a vida no Porto e sobre a atividade da COMAP. É uma secção com bastante procura, primeiro porque é curioso e engraçado para os novos alunos e segundo porque quem está presente nos vídeos partilha com o orgulho de saber que faz parte da história da COMAP.

Na secção **Contacts** está toda a informação sobre como contactar a COMAP.

Na secção **Porto Survival Guide** está provavelmente um dos temas mais complexos e difíceis de construir, mas que se revela bastante fácil de ler e navegar. É uma secção onde, após várias reuniões e inquéritos, se anotou as perguntas mais efectuadas pelos alunos, onde são apresentados tópicos tais como “O custo de vida no Porto”, “Alojamento no Porto”, “Feriados”, “Transportes”. É um guia essencial a qualquer novo estudante internacional.

Parte central/topo da página



Figura 16 – Menu central do site

Na parte central optou-se por colocar o logótipo da COMAP, mas desta vez acrescentou-se um pequeno texto de apresentação “rápida”, ‘Committee for International Students’, para quem entra pela primeira vez e como é óbvio não sabe o que significam as letras “COMAP”.

Tanto o logótipo como o menu dão uma sensação engraçada de estarem ambos a flutuar.

A primeira opção do menu é um link para a página inicial, **home**.

A segunda opção, **Accommodation**, já estive em várias partes do site num teste de usabilidade e este é o local onde tem mais visualizações. A partir de 1 de Julho de 2013, todos os dados do alojamento do site anterior serão transferidos para esta secção, de forma a estar tudo acessível num único site, evitando a confusão na mente dos leitores.

Clicando em **Accommodation** é apresentada a página seguinte:

Accommodation

We are currently migrating our old database to this website. While we do this, you can check the full housing offer at COMAP ACCOMMODATION DATABASE: <http://comap.netii.net/>

Do you want to announce your accommodation in our Website? It will be read by more than 1000 Erasmus Students in Porto!

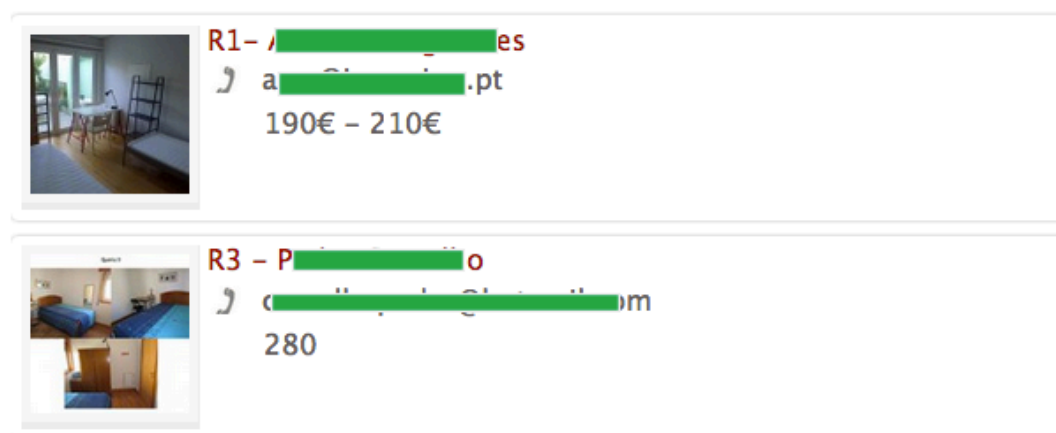
[Contact us for more details!](#)

Anuncie o seu alojamento no nosso site. Será visualizado por mais de 1000 Alunos Erasmus do Porto!

[Contacte-nos!](#)

2 found.

Sort By: **Default**



The screenshot shows two accommodation listings. The first listing, labeled 'R1', features a small image of a room with a desk and chair. The text next to it reads 'R1 - [redacted] es', 'a [redacted].pt', and '190€ - 210€'. The second listing, labeled 'R3', features a small image of a room with two beds. The text next to it reads 'R3 - P [redacted] o', 'a [redacted] m', and '280'. The redacted areas are filled with green boxes.

Figura 17 – Nova secção de alojamento

Neste momento ainda só foram migrados 2 alojamentos, sendo este o *layout* após o aluno clicar em *Accommodation*. Terá uma lista de alojamentos, podendo seleccionar por preço ou nome. O facto de se ter removido os filtros “Perto do ISCAP” ou “Entre o ISCAP e o CENTRO” deve-se ao facto que a COMAP neste momento não se direcciona apenas aos alunos internacionais do ISCAP, mas do Porto em geral.

A migração deveu-se ao facto de o site anterior estar bastante limitado, e o facto de se ter que utilizar o Dreamweaver para proceder à atualização e alteração de alojamentos no código de raiz, o que era pouco funcional perdendo-se bastantes horas. Dessa forma decidiu-se fechar o site anterior, transferir todos os alojamentos para o novo site, na secção de alojamento.

R1- [REDACTED]

House with eight double rooms.
Grill and dining table in outdoor's space.
Five bathrooms, shared kitchen, living room with a dining table.
Wireless Internet access. Cable TV. Washing machine.
All rooms are equipped with heating. Linen and tableware will be available for usage.

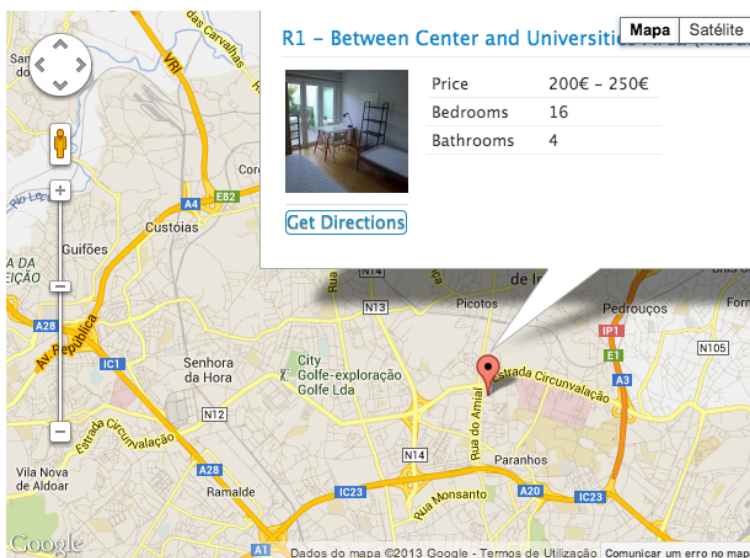
Near the house you can find good transports (subway station and buses), supermarket, banks, post office and pharmacy. Private Doctor assistance and many events all year.

 Gosto  Sê o primeiro entre os teus amigos a gostar disto.

| | |
|--------------|---------------------|
| Price | 190€ - 210€ |
| Bedrooms | 16 |
| Bathrooms | 4 |
| Area | Universities center |
| Phone Number | [REDACTED] |

Figura 18 – Descrição do alojamento

Após o aluno escolher o alojamento que pretende, poderá ter informação detalhada sobre o local em questão. No topo uma breve descrição fornecida pelo senhorio, seguida de uma tabela que resume o mesmo, bem como características do alojamento e senhorio (Médico privado, o senhorio recebe o aluno no aeroporto, etc). Por baixo poderá visualizar informações sobre a localização no Google Maps.



R1 - Between Center and Universities Mapa Satélite

| | |
|-----------|-------------|
| Price | 200€ - 250€ |
| Bedrooms | 16 |
| Bathrooms | 4 |

[Get Directions](#)

Figura 19 – Localização no Google Maps

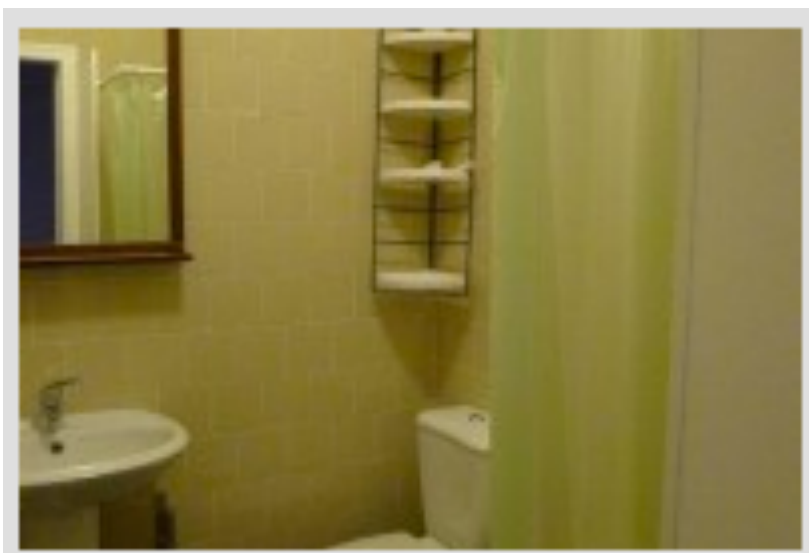


Figura 20 – Nova Galeria de imagens

Na continuação da página o aluno terá acesso a imagens em miniatura do alojamento, onde clicando nelas poderá ver em tamanho original.

Na secção **buddies** existe um pequeno texto a incentivar inscrições para um aluno poder sentir a experiência de conviver neste mundo internacional, ao apadrinhar um aluno em mobilidade. No final do texto existe um vídeo viral de incentivo ao mesmo.

Buddies

Estamos a aceitar inscrições para apadrinhamento de alunos internacionais durante todo o ano, maioritariamente ao abrigo do programa Erasmus - Porto. Se queres ter uma nova experiência, internacional, e gostarias de dar o teu contributo ajudando um aluno na sua integração à nossa cidade, [Regista-te já!](#)




Costo  Sê o primeiro entre os teus amigos a gostar disto.

Figura 21 – Categoria 'Buddies' do site

A secção **FUN** é, como o nome indica, destinada a conteúdo de carácter humorístico, de forma a tornar as visitas dos alunos mais regulares na procura de diversão, e é uma das categorias com mais partilhas no Facebook. É uma área destinada à descontração e também a área em que nunca é demais publicar.

Is your language here? [Erasmus Students in Porto]

May 26, 2013, Posted in Fun Comments: No comments | Edit



Hello many languages - Erasmus Porto

If your language is not here add it in [COMAP Facebook Post](#).

COMAP - Erasmus Students in Porto

Costo Tu e 4 outras pessoas gostam disto.

Share this:

[Read More](#)

Go to erasmus in Porto they said..

May 18, 2013, Posted in Fun Comments: No comments | Edit



Figura 22 – Categoria 'Fun'

A categoria Events é o local onde a COMAP publica todas as informações relativas aos seus eventos. Sempre que a COMAP planeia um evento, primeiro coloca-o no Facebook em formato de evento, partilha no Facebook e cria um *post* no website com toda a informação para garantir que aqueles que não têm conta de Facebook (vários ainda não possuem conta) tenham outro método de saber sobre os mesmos.

Category Events

Paintball Adventure - Maximum Adrenaline with COMAP

May 2, 2013, Posted in [Events](#), Fun Comments: [No comments](#) | [Edit](#)



All Erasmus and International Students in Porto:

Are you ready for your next great event?

We are preparing an event for this date:

– Saturday, 11 May.

Just waiting for a great sunny day 😊

This event will be held in Valongo, with PAINTBALL + RAPPEL + PHOTO SESSION!



Erasmus Porto Paintball Battle!

Figura 23 – Categoria ‘Events’

A secção de **News** é destinada à partilha de notícias, ou informações seja da COMAP, do país ou algo que os alunos tenham que tomar em conta.

A secção **Porto** tem como finalidade divulgar informações e notícias sobre o Porto.

Barra Social e central COMAP

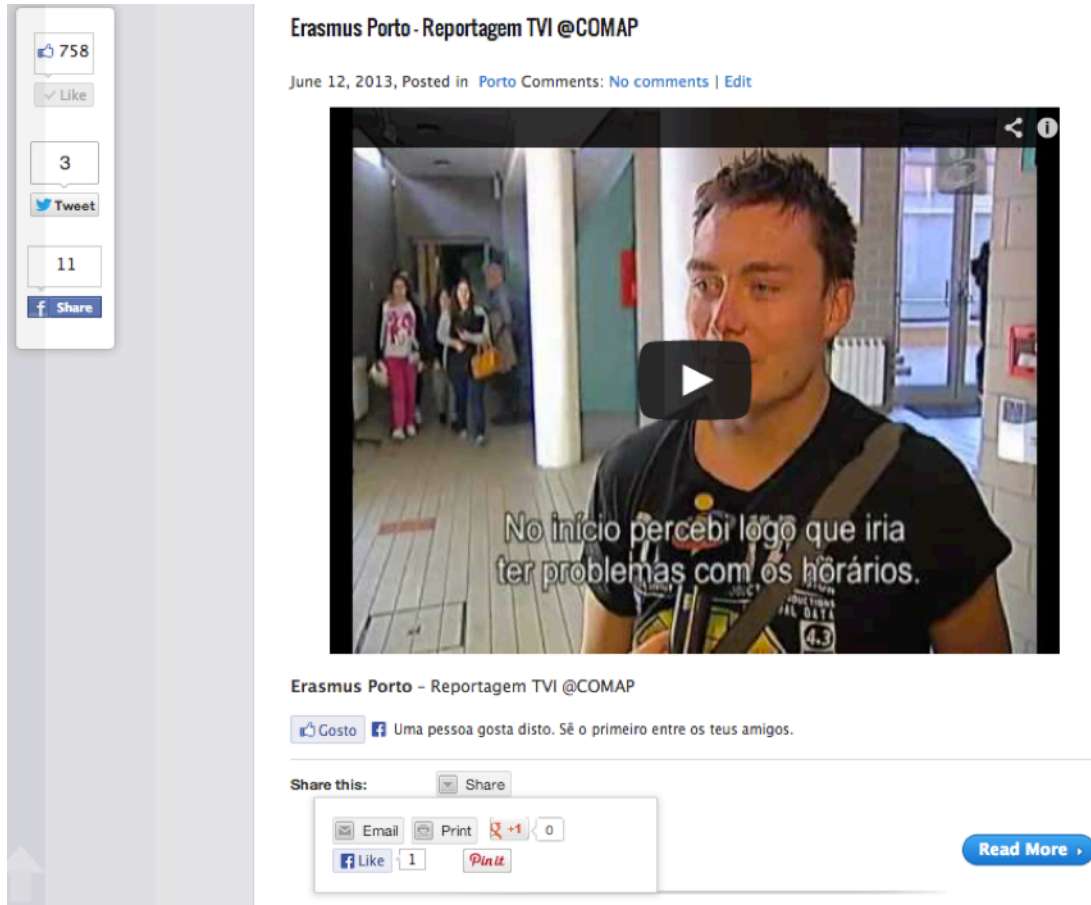


Figura 24 – Barra central do site

Do lado esquerdo do site da COMAP é possível verificar que existe uma barra de social media. É uma forma de tornar mais fácil aos utilizadores gostarem ou partilharem a página da COMAP. Uma barra semelhante está disponível por baixo de cada tópico, tendo que para isso o utilizador clicar em “Share”.

Barra lateral do site COMAP

Na barra lateral existe o menu de utilizador, onde se poderá efetuar o *login / logout*, bem como *plugins* de *Tags*, onde o utilizador poderá rapidamente ver as palavras mais pesquisadas e utilizadas no website, bem como um resumo dos últimos *posts* publicados e os *posts* melhor classificados, segundos os votos dos leitores.

4.4 Fase 4: SEO

Entender o SEO

SEO é o conjunto de estratégias para melhorar o posicionamento de um site nas páginas de resultados naturais (orgânicos) nos motores de busca. Para que melhor se entenda o trabalho efetuado no campo do SEO, serão apresentadas algumas informações e noções necessárias para a sua compreensão.

Existem duas categorias de SEO: O SEO de White Hat e o SEO de Black Hat (SEO, 2013).

SEO de White Hat e Black Hat

O SEO de White Hat utiliza métodos aprovados pelos sistemas de busca (prática de construção de conteúdo relevante e melhoria da qualidade do site).

O SEO de Black Hat utiliza truques como *cloaking* (camuflagem do conteúdo real da página) e *spamdexing* (fusão de spam e indexing, é o spam direcionado aos motores de busca).

Os White Hat's dizem que os Black Hat's usam métodos que manipulam o posicionamento nos resultados dos motores de busca, enquanto que por sua vez os Black Hat's dizem que tudo o que melhore o page rank é legítimo. (SEO, 2013)

Web Crawlers

É um tipo de robô de Internet ou agente de software que navega pela rede de uma forma metódica e automatizada para criar uma cópia de todas as páginas visitadas para um pós-processamento por um motor de busca. O crawler mais importante pertence à Google e chama-se *googlebot* (WisegEEK, 2013).

As otimizações SEO têm como finalidade principal:

- Melhorar o ranking
- Ter um site mais otimizado
- Aumentar o número de cliques
- Aumentar a taxa de conversões. (A taxa de conversão é calculada pelo número de conversões a dividir pelo número de cliques no anúncio recebidos durante o mesmo período de tempo.)

SEO on-page / off-page

O SEO on-page é relativo a fatores relacionados com o próprio site, desde o link de acesso, o título, tempo de carregamento, conteúdo...

O SEO off-page é a relação com outros sites, desde a quantidade de links, o seu texto, ranking dos sites que apontam para o site...

Taxa de abandono

A taxa de abandono ou *bounce rate* é uma percentagem de visitantes que vê apenas uma página do site (ou permanece apenas no site apenas alguns segundos). A média desejada é uma taxa entre 20% a 50%, sendo que acima disso é preocupante e abaixo de 20% é excelente. Pode-se já adiantar que a COMAP tem uma taxa abaixo dos 20%.

A **Taxa de abandono da página** apresenta o número total de visitantes que deixam o site sem visitar outras páginas a dividir pelo número total de visitantes dessa página.

A **Taxa de abandono do site** representa o número de pessoas que visitam uma única página dividindo pelo número total de visitantes do site.

4.5 SEO aplicado no site COMAP

Como foi referido, foi feita uma otimização exaustiva a todo o site da COMAP a partir do mês de maio de 2013 e que se revelou fundamental para os resultados obtidos, que serão apresentados alguns capítulos mais à frente.

O primeiro passo passou pela aquisição de um domínio e servidor próprio, cujos nomes já foram explicados anteriormente. Na escolha do *template*, tentou-se implementar um atrativo, de fácil navegação e foram removidos todos os campos que contivessem Flash, que não é lido por diversos dispositivos (sobretudo iPhone e iPad).

A COMAP sem SEO

Como se pode verificar na imagem seguinte, uma simples pesquisa pelo termo “comap” indicava que o resultado desejado se encontrava na página número 10 dos resultados da pesquisa no motor de busca Google. É um resultado nada satisfatório, principalmente quando se pretende dar a conhecer uma organização.

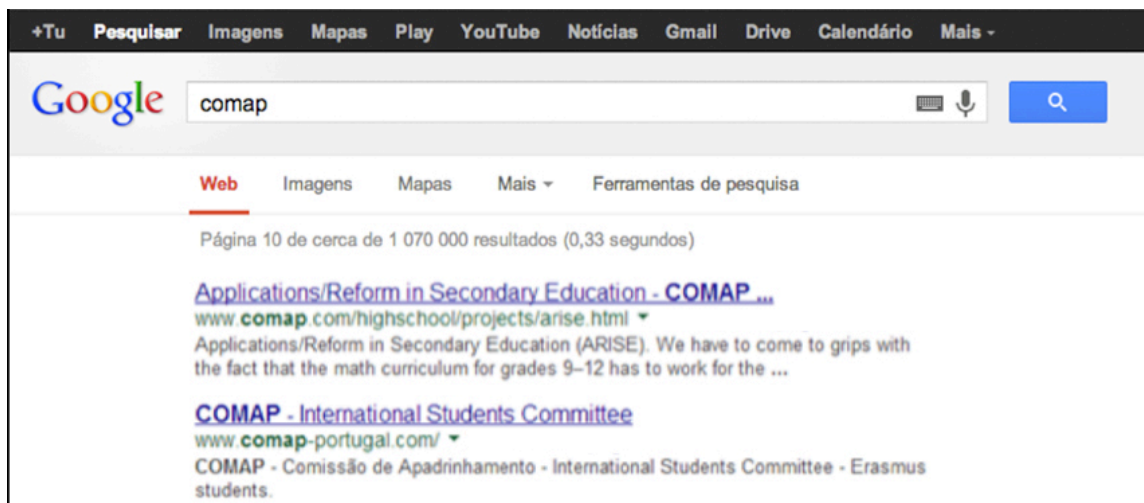


Figura 25 – Resultado para ‘COMAP’ antes de se aplicar a estratégia SEO

Apenas quando se pesquisava por termos mais específicos, tais como “COMAP PORTUGAL” o resultado era satisfatório, aparecendo no primeiro lugar do resultado de pesquisa. A probabilidade de nessa fase, alguém procurar por COMAP Portugal era quase nula.

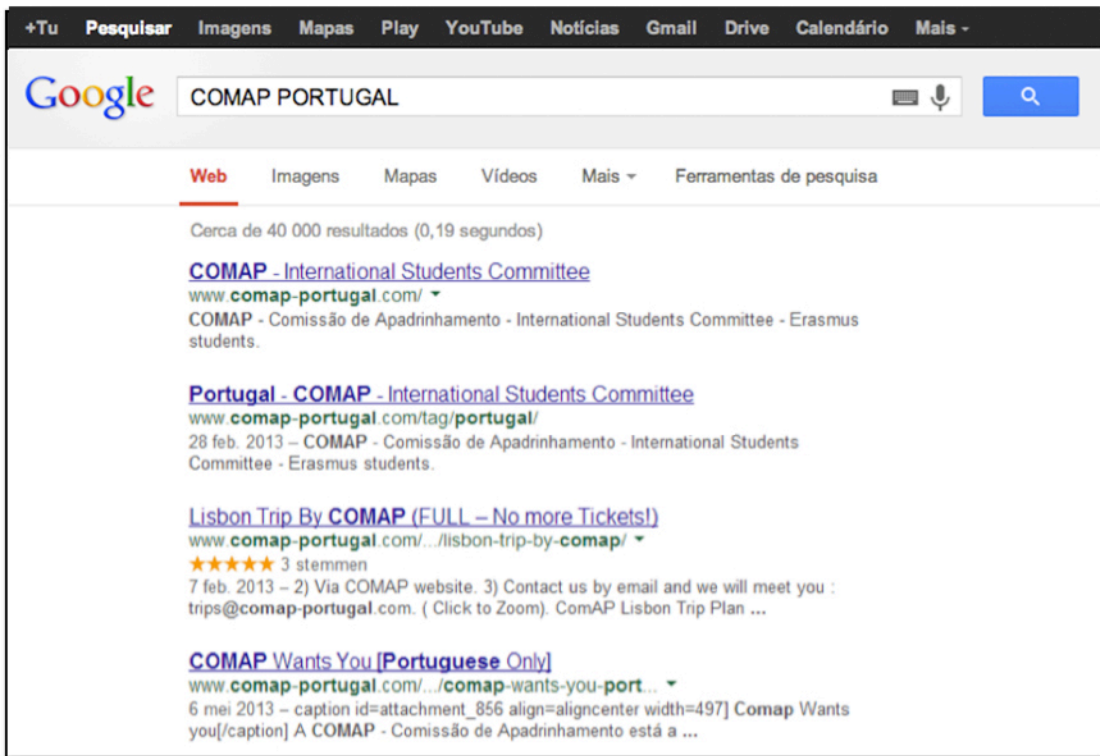


Figura 26 – Resultados para COMAP PORTUGAL antes de se aplicar a estratégia SEO

Foi feita também uma pesquisa por ISCAP, de forma a se entender até que ponto a COMAP poderia estar relacionada com o ISCAP, e este resultado ainda foi superior ao próprio nome COMAP, encontrando-se na página número 2 dos resultados no Google.

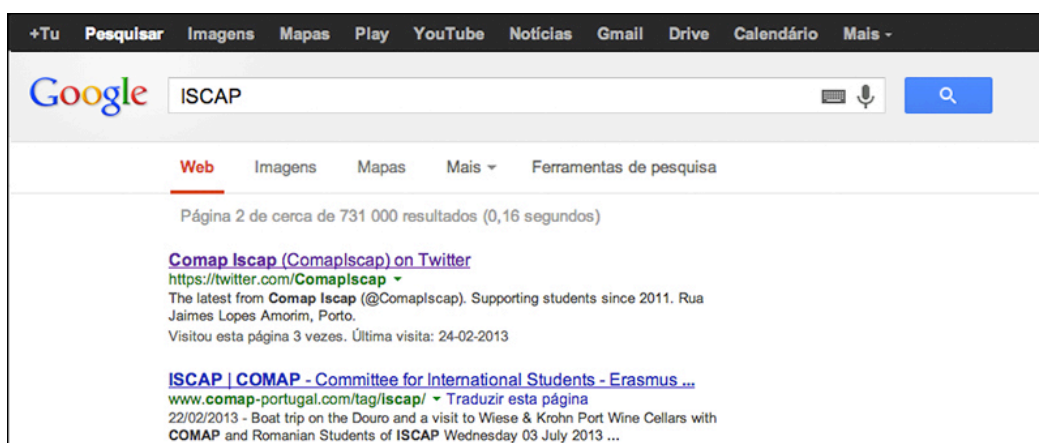


Figura 27 – Resultados para ISCAP nos motores de busca

Uma das palavras chave mais importantes que a COMAP definiu como objetivo é “*Erasmus Porto*” ou “*Erasmus in Porto*” e para surpresa da COMAP o melhor e primeiro resultado encontrava-se na página número 23.

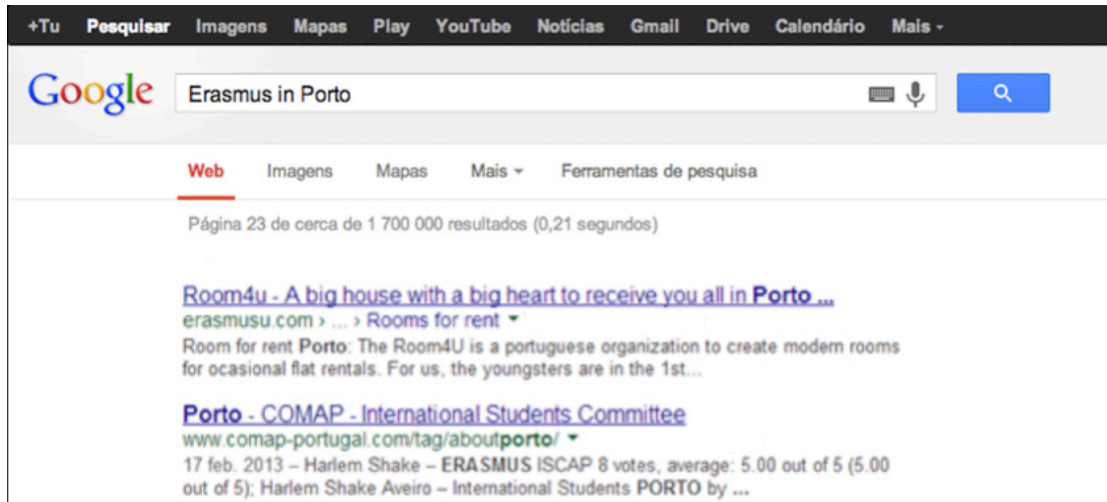


Figura 28 – Resultados para ‘Erasmus in Porto’ antes de se aplicar a estratégia SEO

Páginas indexadas pelo Google

De forma a obter-se informação sobre as páginas que o Google indexou nos seus servidores, é necessário correr um comando no seu motor de busca. “*Site:www.comap-portugal.com*”. A COMAP tinha 256 páginas indexadas pelo Google, o que são bons indicadores.

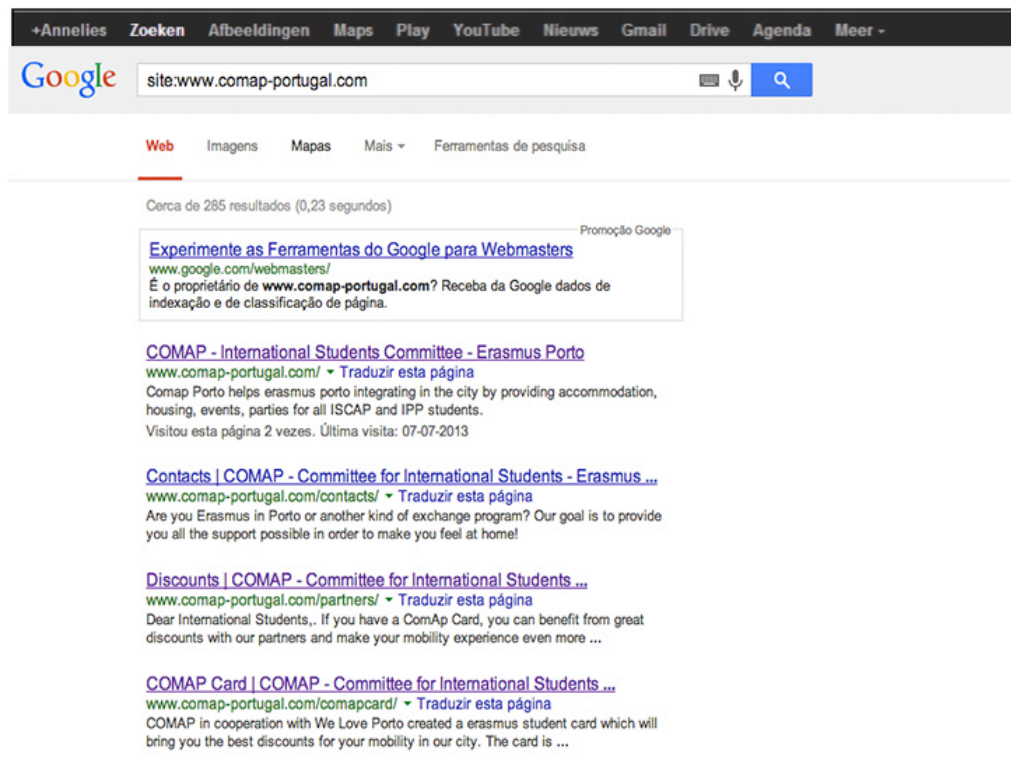


Figura 29 – Páginas da COMAP indexadas pelo Google

A estratégia SEO

O SEO distingue-se por 5 variáveis importantes (O'Reilly, 2006):

- **Chaves Objetivo:** É necessário escolher palavras-chaves com eficácia, relacionado com objetivo do site e um total compreendido entre 6 a 8 palavras.
- **Conteúdo do site:** O texto deve ser bem redigido, evitando erros. O site da COMAP é verificado semanalmente por um dos membros, com formação na área de tradução e interpretação.
- **Páginas Otimizadas:** O tempo de carregamento das páginas não deverá ser demorado, ou com falhas, por esse motivo todo o site da COMAP é regularmente comprimido, sobretudo as imagens e respectiva organização.
- **Submissão aos motores de busca:** O Site da COMAP é submetido uma vez por mês.
- **Links:** É importante ter links entre as páginas do site, e sobretudo de outros sites com alguma referencia para o site da COMAP. Mais á frente os mesmos serão apresentados.
- **Idade:** A idade de um site é bastante importante, pois demonstra a sua maturidade. Talvez um dos pontos fracos do site da COMAP, que foi criado em Janeiro/Fevereiro de 2013.

As etapas da estratégia SEO da COMAP foram definidas de acordo com os seguintes parâmetros:

- **Definir os objetivos do site.** Pretendia-se um site com relevância, de fácil navegação e utilização e transparência. A finalidade comercial do site da COMAP, se assim se pode designar, passa por atrair o número máximo de visitantes, onde o alvo principal são os alunos internacionais e 'vender' os seus eventos, cartões COMAP e sobretudo conseguir anunciantes para a seção de alojamento. Vender eventos, no sentido em que a COMAP necessita de ter um grupo mínimo de alunos a aderir aos seus eventos de forma a primeiro, tornar possível a sua realização e segundo, obter uma margem de lucro mínima.
- **Escolher as chaves de busca.** Numa reunião da COMAP foi solicitado a todos os membros que sugerissem palavras que descrevessem a COMAP e que tenham um potencial índice de pesquisa elevado. As palavras-chaves escolhidas foram "*Erasmus Porto, ISCAP, COMAP, Accommodation, Housing, Parties, Trips*".
- **Análise da concorrência.** Embora a COMAP não queira entrar em comparações e os seus objetivos principais não passem pela obtenção de lucro, existem sempre outras organizações que pode fazer a mesma atividade, ou pelo menos algo semelhante. A organização de maior relevância, e sobretudo por ser considerada a melhor da Europa é a ESN Porto (Erasmus Students Network). É sem dúvida uma organização, suportada por fundos comunitários, dotada de uma excelente organização e estrutura bastante madura. Foi feita uma análise aos seus 'serviços' de forma a se entender em

que ponto a COMAP pode ser diferente, ou melhor e também entender pelo seu site aspectos importantes e que não possam escapar no site da COMAP. Tentou-se pegar num conceito, e melhorá-lo.

- **Monitorizar o site no Google Analytics.** A COMAP não é só monitorizada no Google Analytics mas também regularmente num conjunto de aplicações de avaliação de performance/desempenho de SEO.
- **Optimizar o Site.** Todo o site foi otimizado de forma a evitar erros, sejam de escrita ou de estrutura.
- **Monitorar regularmente.** O site da COMAP é monitorizado 4 a 5 vezes por semana, via Google Analytics.

Título das páginas

Definir o título das páginas é uma tarefa importante no que diz respeito à otimização de um site. Antes da otimização do site da COMAP, o título principal era designado por “COMAP – International Students Committee”.

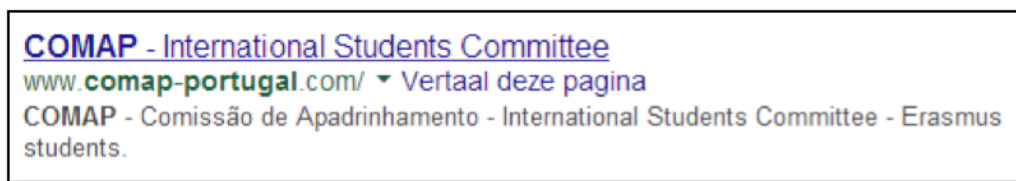


Figura 30 – Título das páginas antes da estratégia SEO

A primeira alteração foi então o seu título. Uma vez que o Google atribui bastante importância aos títulos das páginas, decidiu-se adicionar uma palavra chave ao título, a qual mostrou ser fundamental para a otimização SEO. O site da COMAP passava a chamar-se “COMAP – International Students Committee – Erasmus Porto”. Desta forma assegurou-se que as pesquisas por “Erasmus Porto” ou “Erasmus in Porto” poderiam ter como destino o site da COMAP. É uma das primeiras frases que um aluno em mobilidade para o Porto procura com o intuito de obter informações sobre o que é ser aluno Erasmus no Porto.

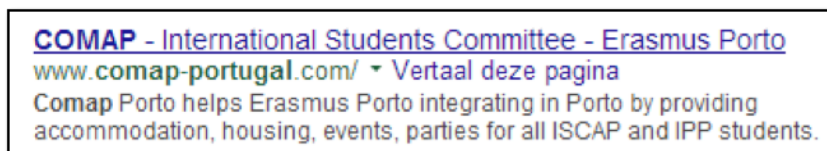


Figura 31 – Novo título das páginas

Meta tags

Os meta tags são linhas de código HTML, ou “etiquetas” que, entre outras coisas, descrevem o conteúdo do site para os motores de busca. É na meta tag que se inserem as palavras chave que permitem facilitar a vida de um utilizador no momento de encontrar o site da COMAP. Os motores de busca têm cada vez mais em consideração a qualidade do conteúdo das páginas. Por isso, adicionar apenas meta tags no código fonte poderá não melhorar o posicionamento do ranking, mas se estas meta tags forem corretas e eficazes poderão ser fundamentais no posicionamento.

```
10 <title>COMAP - International Students Committee - Erasmus Porto</title>
11 <meta name="Description" content="Comap Porto helps erasmus porto integrating in the city by providing
accommodation, housing, events, parties for all ISCAP and IPP students. " />
12 <meta name="Keywords" content="Erasmus Porto, ISCAP, COMAP, Accommodation, Housing, Parties, Trips,
Erasmus in Porto" />
```

Figura 32 - Meta tag do site

Há duas *meta tags* particularmente importantes. A meta tag **Título**, que já foi referido mais acima neste projeto e a meta tag **description** constituída por uma ou duas frases que os motores de busca apresentarão como resumo do conteúdo do site. Deve procurar-se manter um limite de 90 caracteres e deverão ser frases estruturadas, com sentido e não apenas um local para lançar o máximo de palavras chave possível. A COMAP optou pelo seguinte texto, que inclui uma parte das palavras chaves pretendidas “*Comap Porto helps erasmus porto integrating in the city by providing accommodation, housing, events, parties for all ISCAP and IPP students.*”.

Estrutura do URL

A estrutura do URL deve ser o mais simples possível de forma a ser melhor indexada pelos motores de busca e também de melhor compreensão para os leitores. É uma forma de estruturar e organizar melhor o site da COMAP. A forma de estruturação escolhida foi a de colocar por data e nome de tópico no link, ou no caso das páginas fixas, apenas o nome da página, como se pode verificar na imagem seguinte.

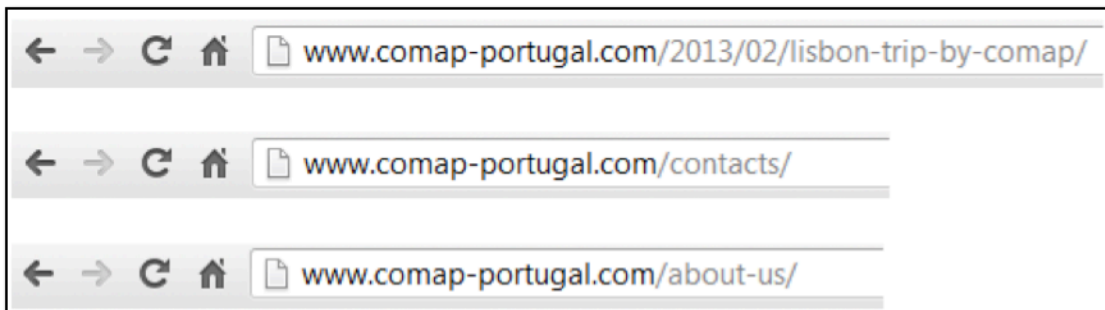


Figura 33 – Estrutura dos URL do site

Palavras chave no texto

Um bom *copywriting* SEO deve em primeiro lugar ser interessante para o visitante e escrito de uma forma fluente e de fácil leitura (*FORTUNATO, 2012*). As palavras chave são essenciais para o posicionamento do site nos motores de busca, mas estas devem ser adicionadas de uma forma natural no texto. No site da COMAP colocou-se várias vezes em diversos tópicos as palavras “Erasmus” e “Erasmus Porto” de forma a que os motores de busca pudessem indexar a página do site COMAP relacionada com essas duas palavra chave. Se a palavra chave estiver escrita a negrito, itálico ou tiver um link terá mais hipóteses de ter uma importância maior para o Google. Em mais de 80% dos posts estão inseridas essas palavras, na sua maioria a negrito, itálico ou em forma de link interno para outra página do site.

As palavras chave foram colocadas, sempre que possível, no cimo da página, uma vez que não há garantias que o web crawler indexe todo o documento. Foram utilizadas diversas variações das palavras chave, como por exemplo “*Erasmus Porto*”, “*Erasmus in Porto*”. Evitou-se sempre que possível utilizar termos vagos, tais como “Our website”, mas escreveu-se “COMAP website”, “COMAP address” em vez de “Where we are”. Adicionalmente a hierarquia de títulos, utilizando as tags <h1> para títulos maiores até <h6> para títulos mais pequenos foi utilizada por todo o site.

ALT tags nas imagens

Na utilização de motores de busca, como por exemplo o Google, pode-se verificar que existe um separador chamado de “Imagens – Google Imagens”. Trata-se de um mecanismo de busca que procura apenas por imagens presentes nos websites. Uma vez que os servidores ainda não conseguem ler imagens e decifrar a que se referem cabe ao gestor do website identificar a imagem através de uma descrição, de forma ao Google associar essa descrição à imagem. Esta descrição é chamada de tag <alt> e é um acrônimo para Alternative (alternativa) que é um código adicionado ao HTML da imagem e que reflete a mensagem que representa o conteúdo da imagem. Por ser um texto alternativo é importante que quando a imagem não é carregada na página, seja por erro no carregamento ou por parte do servidor, ou porque a imagem já não existe, esta apareça a substituir a imagem indicando ao visitante que está a faltar a imagem relativa aquele texto. Uma tag <alt> tem o seguinte aspecto: . (W3, 2013)

Nas imagens seguintes pode-se verificar algumas alt tags utilizadas no site da COMAP.



Figura 34 – Tag <alt>



Figura 35 – Tag <alt> II

Palavras chave no código e texto do site

Tal como foi referido é importante que cada página tenha várias palavras-chave de forma a que o Google dê relevância e indexe o site como sendo o que as palavras-chaves indicam. Antes da estratégia de SEO aplicada no site da COMAP, as palavras chave definidas apareciam poucas vezes, após as estratégias de SEO já acima referidas, o número de cada palavra chave em cada página duplicou, no mínimo.

Nas próximas imagens pode-se verificar o antes e o depois, no total de palavras-chave para alguns tópicos escolhidos aleatoriamente.



Figura 36 – Total de palavras-chave 'ERASMUS' antes

```
<!--DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional"
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="en-US"
<head profile="http://gmpg.org/xfn/11">
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
  <title>In which direction is the train going?</title>
  <meta name="Description" content="
Left or Right?
COMAP - Erasmus Porto COMAP - Comissão de Apadrinhamento - International Students Committee - Erasmus students" />
<meta name="Keywords" content="In,which,direction,is,the,train,going?,train,Extra,Erasmus, ISCAP, COMAP, committee, PORTO, international, party, events"
/>
  <!-- nextgen scrollGallery 1.8.1 -->
  <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto &raquo; Feed"
href="http://www.comap-portugal.com/feed/" />
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto &raquo; Comments Feed"
href="http://www.comap-portugal.com/comments/feed/" />
```

Figura 37 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS’ depois

```
<!--DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional"
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="en-US"
<head profile="http://gmpg.org/xfn/11">
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
  <title>In which direction is the train going?</title>
  <meta name="Description" content="
Left or Right? COMAP - Comissão de Apadrinhamento - International Students Committee - Erasmus students" />
  <meta name="Keywords" content="In,which,direction,is,the,train,going?,train,Extra,Erasmus, ISCAP, COMAP, committee, PORTO, international, party, events"
/>
  <!-- nextgen scrollGallery 1.8.1 -->
  <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto &raquo; Feed"
href="http://www.comap-portugal.com/feed/" />
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto &raquo; Comments Feed"
href="http://www.comap-portugal.com/comments/feed/" />
  <script type="text/javascript"></[CDATA[
// Google Analytics for WordPress by Yoast v4.3.3 | http://yoast.com/wordpress/google-analytics/
var _gaq = _gaq || [];
ga('create', 'UA-30011111-1', 'en-US');
```

Figura 38 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS PORTO’ antes

```
<!--DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional"
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" lang="en-US"
<head profile="http://gmpg.org/xfn/11">
  <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=UTF-8" />
  <title>In which direction is the train going?</title>
  <meta name="Description" content="
Left or Right?
COMAP - Erasmus Porto COMAP - Comissão de Apadrinhamento - International Students Committee - Erasmus students" />
<meta name="Keywords" content="In,which,direction,is,the,train,going?,train,Extra,Erasmus, ISCAP, COMAP, committee, PORTO, international, party, events"
/>
  <!-- nextgen scrollGallery 1.8.1 -->
  <link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto &raquo; Feed"
href="http://www.comap-portugal.com/feed/" />
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto &raquo; Comments Feed"
href="http://www.comap-portugal.com/comments/feed/" />
```

Figura 39 – Total de palavras-chave ‘ERASMUS PORTO’ depois

Keyword Density

As ferramentas **keyword density** calculam a percentagem do número de vezes que uma palavra-chave aparece na página inicial em relação ao número total de palavras na página. A densidade ideal deverá estar entre os 4 e os 6%. Na imagem seguinte é apresentada a densidade de palavras chave presentes na página inicial do site da COMAP, utilizando o site www.webconfs.com.



Figura 40 – Keyword Density

Backlinks ou Links de entrada

Para além de todas as ferramentas e técnicas faladas acima, a utilização de links de entrada (*backlinks*) é de reconhecida importância para os motores de busca, na sua indexação. É importante que o site da COMAP tenha links provenientes de outros sites a apontar para o site da COMAP. Quanto melhor for o posicionamento no ranking do Google do site que tem os links para o site da COMAP, melhor posicionada fica a COMAP nos servidores dos motores de busca (O'Reilly, 2006).

Através do site www.backlinkwatch.com é possível obter um relatório de todos os links a direcionar para o site da COMAP, sendo os mais importantes os links existentes no site do ISCAP e do GRI. Após consultar o site para verificar o *pagerank* (ranking de página) de cada site pode-se verificar que o site do ISCAP tem uma classificação de 6 pontos em 10 possíveis. Infelizmente a COMAP, por ainda ter um site recente, leva uma pontuação de 0 valores.

| No. | Backlink URL | Anchor Text | PR | OBL |
|-----|--|-------------|-------|-----|
| 1 | http://www.iscap.iop.pt/ari/ | COMAP | (...) | 30 |
| 2 | http://iscap.iop.pt/ari/drupal/index.php | COMAP | (...) | 30 |
| 3 | http://iscap.iop.pt/ari/drupal/?q=tylinks | COMAP | (...) | 35 |
| 4 | http://www.iscap.iop.pt/ari/drupal/ | COMAP | (...) | 30 |
| 5 | http://www.iscap.iop.pt/ari/drupal/?q=courses | COMAP | (...) | 43 |
| 6 | http://www.iscap.iop.pt/ari/drupal/?q=gallery | COMAP | (...) | 25 |
| 7 | http://www.iscap.iop.pt/ari/drupal/?q=partnerships | COMAP | (...) | 62 |
| 8 | http://www.iscap.iop.pt/ari/drupal/?q=node/34 | COMAP | (...) | 23 |
| 9 | http://www.iscap.iop.pt/ari/drupal/?q=home | COMAP | (...) | 28 |
| 10 | http://iscap.iop.pt/ari/ | COMAP | (...) | 30 |
| 11 | http://iscap.pt/ari/ | COMAP | (...) | 30 |
| 12 | http://www.iscap.pt/ari/ | COMAP | (...) | 30 |
| 13 | http://iscap.pt/ari/drupal/ | COMAP | (...) | 30 |
| 14 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=academic-calendar | COMAP | (...) | 19 |
| 15 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=courses | COMAP | (...) | 43 |
| 16 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=gallery | COMAP | (...) | 25 |
| 17 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=home | COMAP | (...) | 28 |
| 18 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=mobility | COMAP | (...) | 29 |
| 19 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=node/34 | COMAP | (...) | 23 |
| 20 | http://iscap.pt/ari/drupal/?q=partnerships | COMAP | (...) | 62 |

Figura 41 -Backlinks

Como foi referido na página anterior, os links mais importantes estão presentes no site do ISCAP, especialmente na secção do GRI, com vários links e uma imagem central com “Meet COMAP” (Conheçam a COMAP).

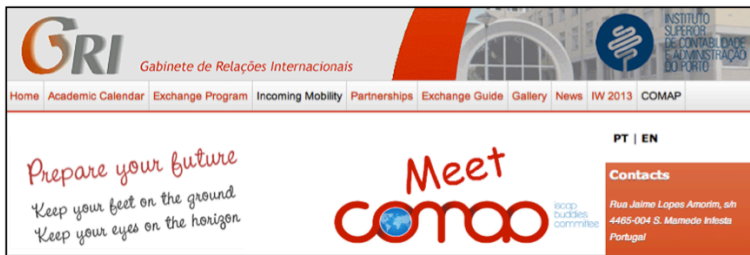


Figura 42 – Exemplo de backlink na página do ISCAP para o site COMAP

Links Internos

Outra tática relevante para os motores de busca é a criação de links dentro do site da COMAP para outras partes do site da COMAP. Esses links são chamados de links *internos* e podem conter na sua descrição alternativa (tag alt) palavras-chave.

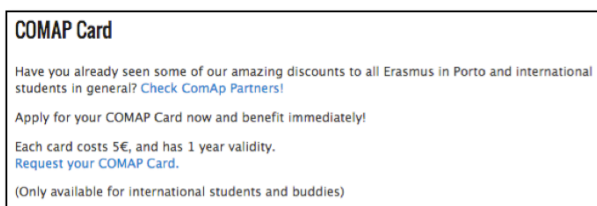


Figura 43 – Links internos

Submissão para motores de busca

Após a aplicação das estratégias de SEO é necessário deixar os motores de busca saber que o site existe e está atualizado. É necessário, também, criar um mapa do site (sitemap). Atualmente existem várias ferramentas que criam, em apenas alguns segundos, um Sitemap e o enviam para os servidores da COMAP. Para estas tarefas mais simples e regulares a COMAP utiliza o site www.attracta.com, especialistas em SEO e o Google Webmaster Tools. A cada quinze dias é feita a submissão do mapa do site para os motores de busca e diretórios, como por exemplo o Google, Yahoo, Sapo, Bing.

Sitemap – Mapa do Site

A criação do mapa do site serve para facilitar a navegação no site e aumentar a rapidez do *Googlebot* ou outro *spider*. É e deve ser atualizado regularmente. Este mapa do site está disponível em www.comap-portugal.com/sitemap.xml e tem o seguinte aspecto:

```
This XML file does not appear to have any style information associated with it. The document tree is shown below.

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
<urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
  http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
  <!--
  created with Free Online Sitemap Generator www.xml-sitemaps.com
  -->
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T15:21:19+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/partners/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:07+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/about-us/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:07+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/comap-card-2/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:08+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/category/top-menu/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:08+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/contacts/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:09+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/accommodation-2/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:09+00:00</lastmod>
  </url>
  <url>
    <loc>http://www.comap-portugal.com/buddies/</loc>
    <lastmod>2013-05-14T16:02:10+00:00</lastmod>
  </url>
</urlset>
```

Figura 44 – Mapa do site (sitemap)

Praticamente ao se submeter o mapa do site, a COMAP está a simplificar o trabalho aos motores de busca, informando todos os locais do site, o que contêm, última atualização e como aceder.

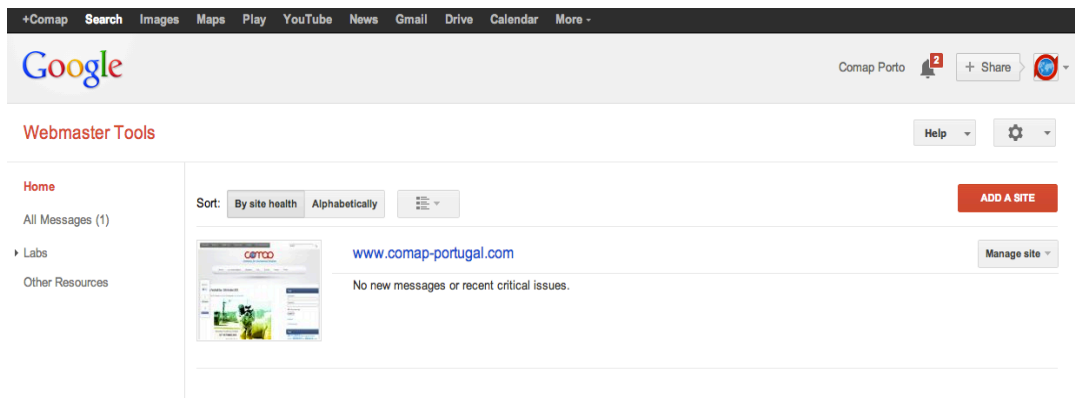


Figura 45 – Google Webmaster Tools

New and important

No new messages or recent critical issues. [View all](#)

Current Status

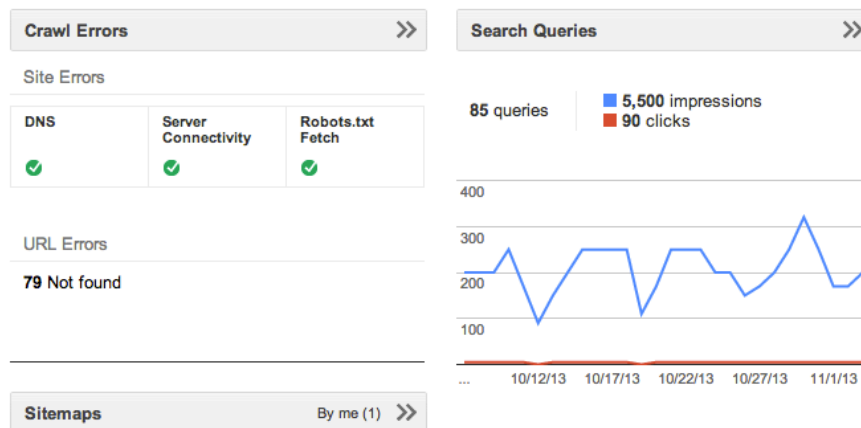


Figura 46 – Google Webmaster Tools II

Attracta

Como foi referido anteriormente, o site www.attracta.com é um site especialista na área do SEO. Oferece algumas ferramentas livres, e a COMAP utiliza algumas delas regularmente. Este site incentiva e relembra a cada 15 dias a efetuar 4 etapas, as quais consideram fundamentais. A etapa 1 “*Get in Google*” é a criação de um mapa do site e submetê-lo para os diversos motores de busca, com especial destaque para o Google. A etapa 2 “*Google Blacklist Check* (Lista negra do Google, onde estão listados os sites considerados incorretos para o Google, pelo seu conteúdo ou técnicas enganosas, sobretudo de SEO) ” é uma ferramenta para verificar se o site da COMAP se encontra na lista negra do Google. A etapa 3 “*link building*” é uma ferramenta em que a Attracta oferece 3 links de entrada gratuitos num dos seus blogs, a divulgar o site da COMAP. A etapa 4 é apenas para verificar se as outras 3 etapas já se encontram ativas.

A Attracta envia email quinzenalmente a informar que já há algum tempo que a COMAP não efetua as 4 etapas e incentiva a efetuar. Quando se faz *login* no site verifica-se que a pontuação está nos 25%, a vermelho. Após se efetuar as 4 etapas, ela volta aos 100%.



Figura 47 – Visão inicial da conta Attracta

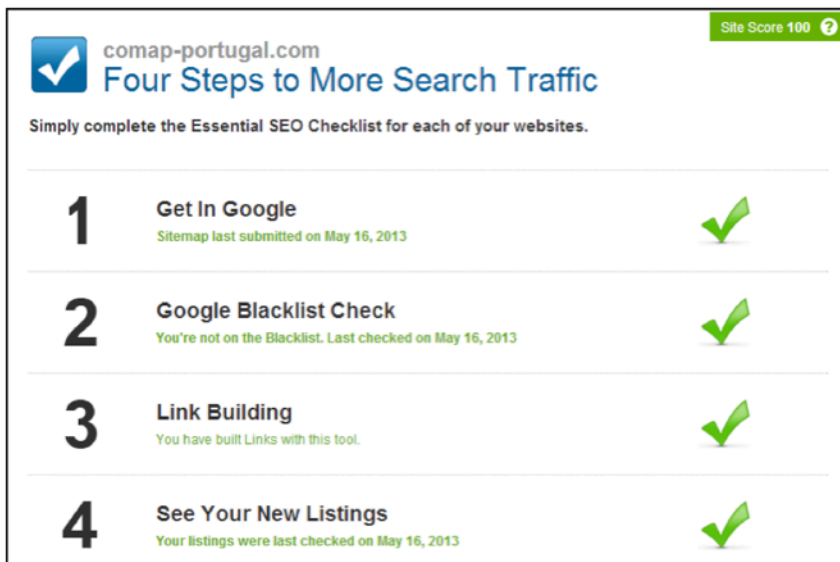


Figura 48 – Etapas SEO da Attracta

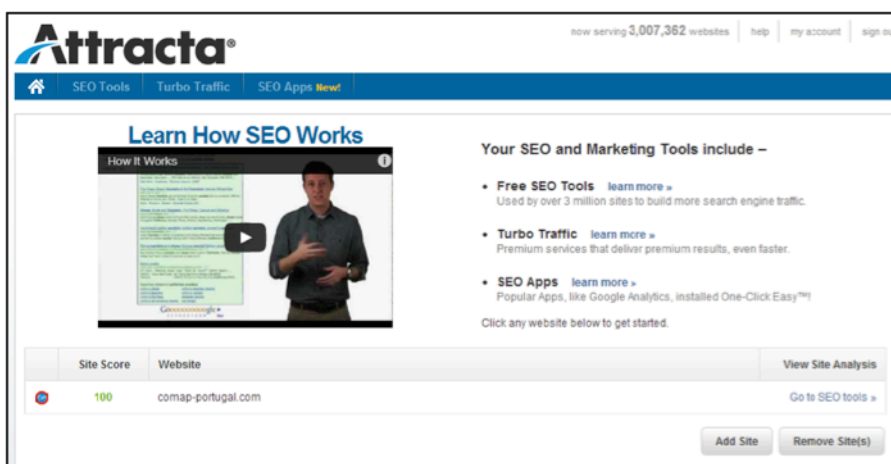


Figura 49 – Visão final da conta Attracta

Pay Per Click (PPC) - Google Adwords

O PPC é uma ferramenta paga que permite mediante o pagamento de uma taxa a divulgação de anúncios direcionados ao site da COMAP, para quem efetuar as pesquisas definidas na construção do mesmo.

A COMAP decidiu optar pelo PPC pela primeira vez a 25 de junho de 2013, pelo fato de ser o período em que os novos alunos internacionais sabem que estão colocados no Porto, e desde então começam a procurar alojamento e alguma informação que os possa melhor orientar.

A COMAP nos primeiros 7 dias obteve mais de 90.000 visualizações, conseguindo 446 cliques.

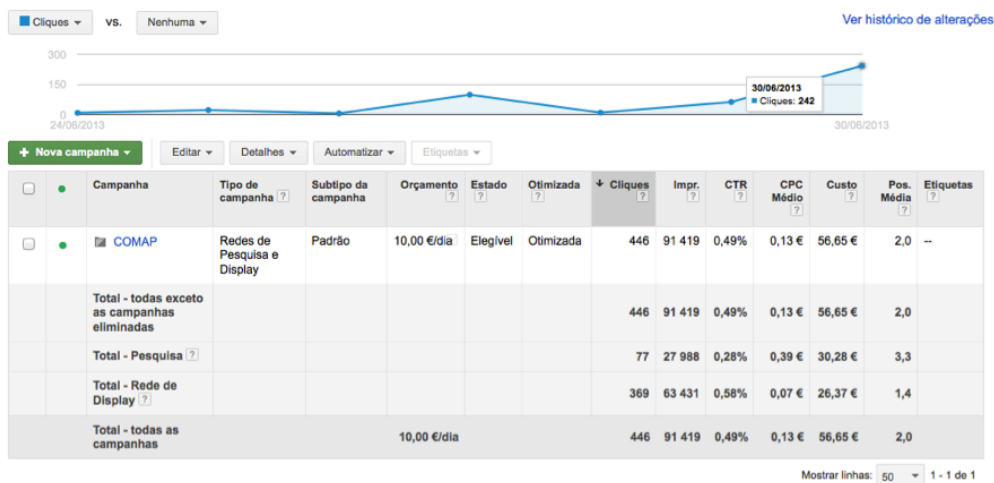


Figura 50 – Visão geral da conta Adwords



Figura 51 – Exemplo de anúncios nos motores de busca I

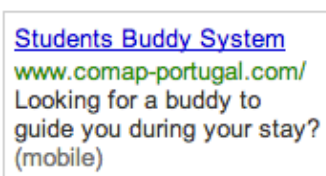


Figura 52 - Exemplo de anúncios nos motores de busca II

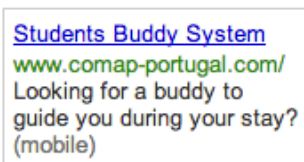


Figura 53 - Exemplo de anúncios nos motores de busca III

Resultados Pós – SEO

Terminadas as implementações de SEO, foi com grande satisfação que se verificou que a página da COMAP saiu da posição de desconhecida (aparecia na página 10, na apresentação de resultados do Google para “COMAP” ou na página 23, para “*Erasmus Porto*”).

Nas próximas imagens serão apresentados os novos resultados para as mesmas pesquisas, após a implementação de várias técnicas SEO, a 1 de julho de 2013.

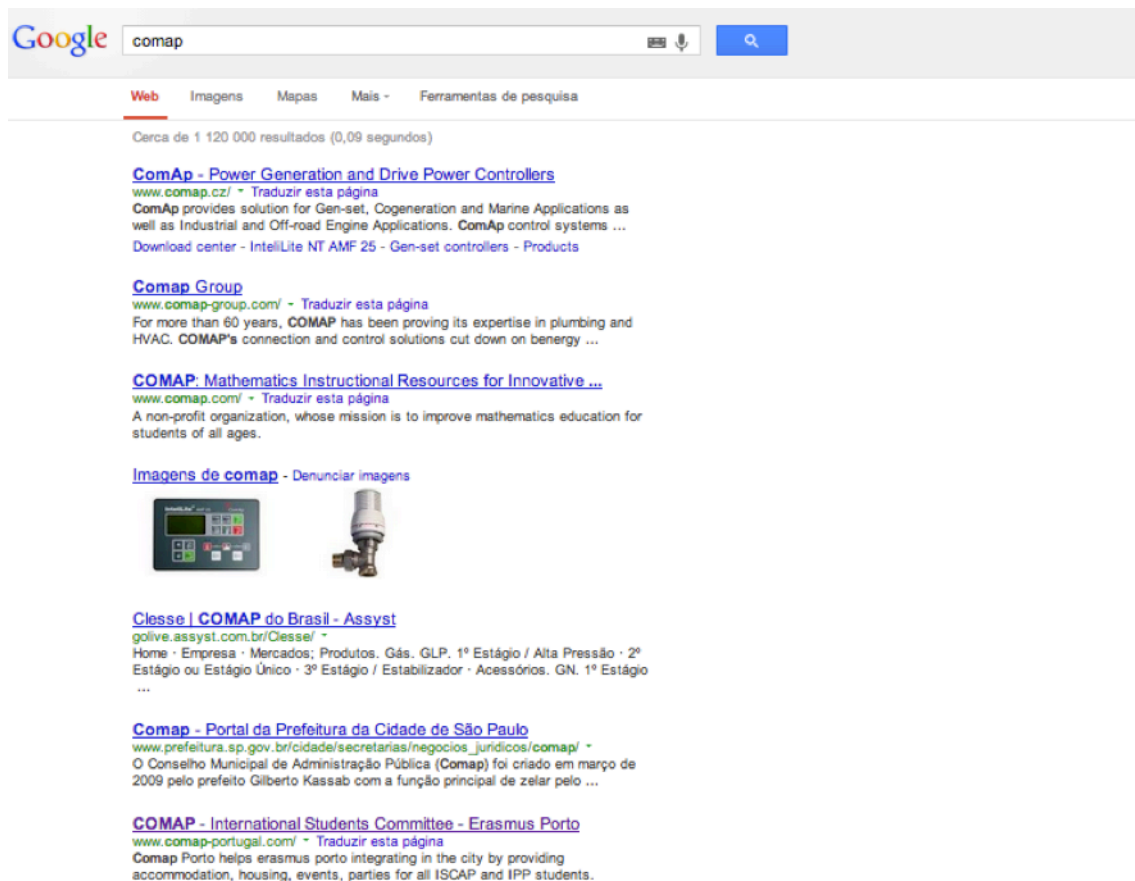


Figura 54 – Resultados das pesquisas por COMAP nos motores de busca após SEO

Para a pesquisa simples de “COMAP” já é possível encontrar a COMAP na página 1 do Google, na sétima posição do ranking.

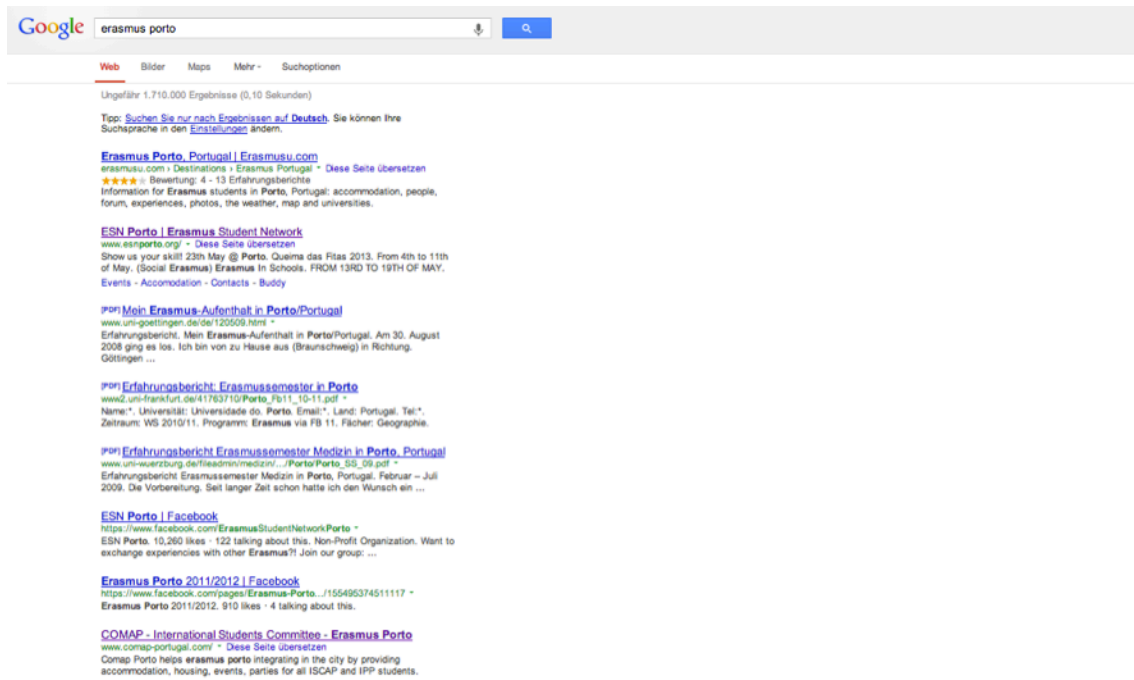


Figura 55 – Resultados para ‘ERASMUS PORTO’

Na pesquisa “*Erasmus Porto*” a COMAP passou da página 23 para a página 1. A sua posição tem vindo a variar semanalmente, e a 1 de julho de 2013 a posição desceu do quinto lugar para o oitavo, continuando na primeira página.

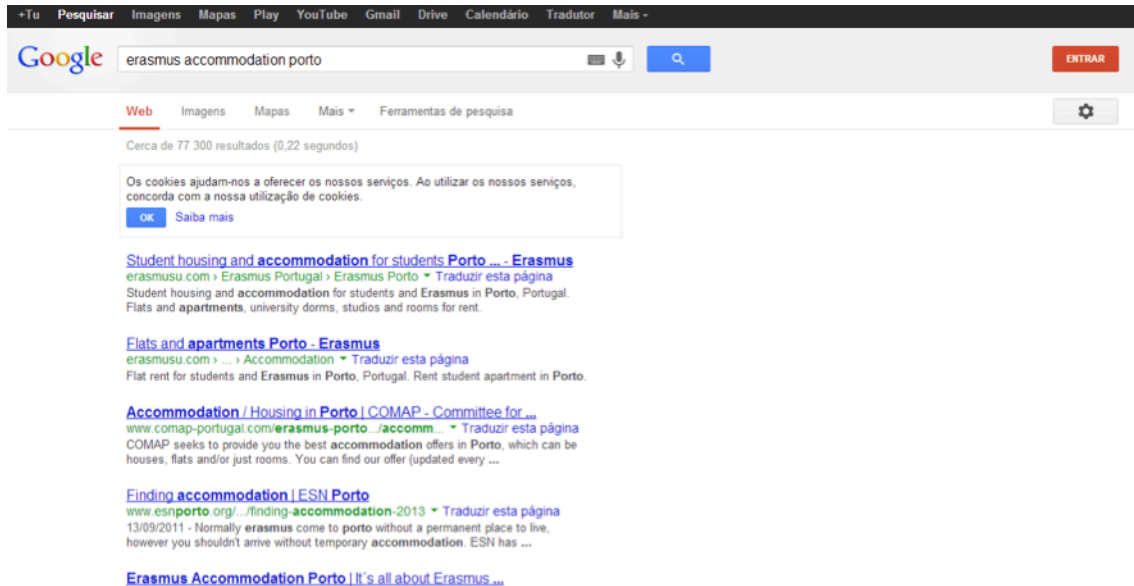


Figura 56 – Resultados para ‘ERASMUS ACCOMMODATION PORTO’

Como se pode verificar na figura 56, a COMAP encontra-se em terceiro lugar para pesquisas por “*ERASMUS ACCOMMODATION PORTO*”.

4.6 Monitorização do site COMAP

A implementação de estratégias SEO, ou a própria otimização de um site de pouco podem valer se não forem verificadas/controladas.

Existe uma necessidade de verificar se as páginas estão todas a funcionar corretamente, e mais importante do que isso é fundamental saber o que os nossos visitantes mais gostam de ler no nosso site, de forma a continuar a apostar nessa área e também modelar as restantes de acordo com essa.

Desta forma, a COMAP monitoriza regularmente o site usando as métricas do Google Analytics. As próximas imagens serão capturas de ecrã de algumas estatísticas interessantes.

Na figura seguinte é apresentada o gráfico geral das visitas ao site COMAP desde a sua existência. Podem verificar-se alguns picos de visitas (a atingir os 400 visitantes num dia), sendo na sua maioria dia de divulgação de eventos, ou no caso de junho e julho que são alturas em que os alunos sabem que foram colocados no Porto e começam a sua procura por alojamentos e alguém que os possa ajudar.

Durante este período (março – junho) a COMAP teve um total de 3.755 visitantes únicos (número de visitantes diferentes a visitar o site) e um total de 18.774 páginas visitadas. Apenas 20,51% dessas visitas tinham um sistema operativo português (podendo ser eventualmente alunos internacionais em computadores da universidade).



Figura 57 – Visão geral de visitantes

| Idioma | Visitas | % Visitas |
|----------|---------|-----------|
| 1. pt-pt | 1 148 | 19,57% |
| 2. en-us | 877 | 14,95% |
| 3. zh-cn | 722 | 12,31% |
| 4. en | 328 | 5,59% |
| 5. pl | 284 | 4,84% |
| 6. pt-br | 283 | 4,83% |
| 7. nl | 275 | 4,69% |
| 8. ru-ru | 206 | 3,51% |
| 9. cs | 169 | 2,88% |
| 10. tr | 131 | 2,23% |

Figura 58 – Idiomas do sistema operativo mais utilizados

Cerca de 38% das visitas utilizam o Google Chrome como navegador principal, seguido do Firefox com 16%. Durante a implementação do SEO é importantíssimo verificar a funcionalidade do site nos mais diversos browsers da internet de forma a garantir que todos os utilizadores conseguem visualizar o site da forma pretendida. Um dado interessante é o facto de que cerca de 1700 visitas terem sido feitas através um dispositivo móvel. É igualmente importante referir que cerca de 33% dos visitantes do site COMAP regressam ao site.

| Navegador | Visitas | % Visitas |
|-----------------------------|---------|-----------|
| 1. Chrome | 2 242 | 38,23% |
| 2. Firefox | 962 | 16,40% |
| 3. Android Browser | 811 | 13,83% |
| 4. Safari (in-app) | 607 | 10,35% |
| 5. Safari | 603 | 10,28% |
| 6. Internet Explorer | 445 | 7,59% |
| 7. Opera | 57 | 0,97% |
| 8. UC Browser | 29 | 0,49% |
| 9. Mozilla Compatible Agent | 17 | 0,29% |
| 10. Opera Mini | 15 | 0,26% |

Figura 59 – Browsers mais utilizados para aceder ao site COMAP

| Informações sobre o Telemóvel | Visitas |
|------------------------------------|---|
| | 1 746 % do total: 29,77% (5 865) |
| 1. Apple iPhone | 566 |
| 2. (not set) | 368 |
| 3. Apple iPad | 181 |
| 4. Apple iPod | 36 |
| 5. Huawei C8812 Ascend C8812 | 35 |
| 6. Samsung GT-I9300 Galaxy SIII | 34 |
| 7. Samsung GT-I9300 Galaxy S3 | 24 |
| 8. Oppo R811 Real | 18 |
| 9. Samsung GT-I9100 Galaxy S II | 17 |
| 10. Samsung GT-S7562 Galaxy S Duos | 17 |

Figura 60 – Sistema operativo móvel mais utilizado

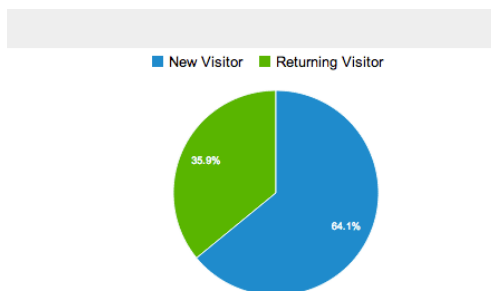


Figura 61 – Novos visitantes vs Regressos ao site

Grande parte dos visitantes acedem ao site após uma pesquisa nos motores de busca, cerca de 90% dos que utilizaram motores de busca, acederam através do Google.

| Origem | Visitas | % Visitas |
|-----------------------------------|---------|-----------|
| 1. google | 632 | 91,20% |
| 2. yandex | 27 | 3,90% |
| 3. ask | 10 | 1,44% |
| 4. babylon | 8 | 1,15% |
| 5. bing | 8 | 1,15% |
| 6. yahoo | 4 | 0,58% |
| 7. conduit | 2 | 0,29% |
| 8. baidu | 1 | 0,14% |
| 9. search-results | 1 | 0,14% |

Figura 62 – Motores de busca com mais direcionamentos para o site da COMAP

Na imagem seguinte é possível verificar algumas das palavras mais utilizadas para aceder ao site da COMAP, nos motores de busca. Em primeiro lugar encontra-se uma palavra-chave que o Google ainda não informa, mas que se acredita ser Erasmus Porto, que corresponde a 50% e segundo o Google Adwords foi a palavra mais clicada para aceder à COMAP via PPC.

| Palavra-Chave | Visitas | % Visitas |
|---|---------|-----------|
| 1. (not provided) | 362 | 52,24% |
| 2. президент сомар | 25 | 3,61% |
| 3. comap porto | 20 | 2,89% |
| 4. picture of the day | 18 | 2,60% |
| 5. comap | 16 | 2,31% |
| 6. fitness hut | 8 | 1,15% |
| 7. 50 life hacks | 7 | 1,01% |
| 8. student flat porto | 7 | 1,01% |
| 9. erasmus accomodation porto | 5 | 0,72% |
| 10. http://www.comap-portugal.com | 5 | 0,72% |

Figura 63 – 10 palavras mais pesquisadas nos motores de busca

Na próxima imagem é possível constatar as origens para o tráfego ao site COMAP. Grande parte das visitas é feita através de links no Facebook, através da criação de conteúdo viral (tal como vídeos, imagens e partilha de eventos). A taxa de rejeição é uma percentagem que informa a quantidade de utilizadores que apenas acederam ao link divulgado e que não viram mais nenhuma página no site, ou seja, clicaram no link disponível seja no Facebook ou Google (Publicidade) e não clicaram em outra parte do site.

O Projeto COMAP – Comissão de Apadrinhamento

| <input type="checkbox"/> | Origem/Meio | Visitas ? ↓ | Páginas/Visita ? | Duração Média da Visita ? | % de Novas Visitas ? | Taxa de Rejeições ? |
|--------------------------|---|--|---|---|--|---|
| | | 5 865 % do total: 100,00% (5 865) | 3,20 Média do Web Site: 3,20 (0,00%) | 00:02:09 Média do Web Site: 00:02:09 (0,00%) | 64,06% Média do Web Site: 64,28% (-0,34%) | 12,87% Média do Web Site: 12,87% (0,00%) |
| <input type="checkbox"/> | 1. facebook.com / referral | 2 166 | 3,23 | 00:01:55 | 52,22% | 1,43% |
| <input type="checkbox"/> | 2. (direct) / (none) | 2 002 | 2,88 | 00:02:13 | 79,22% | 28,17% |
| <input type="checkbox"/> | 3. google / organic | 632 | 4,25 | 00:03:14 | 61,39% | 4,75% |
| <input type="checkbox"/> | 4. iscap.ipp.pt / referral | 324 | 3,99 | 00:03:12 | 43,83% | 5,56% |
| <input type="checkbox"/> | 5. m.facebook.com / referral | 272 | 2,78 | 00:01:09 | 68,01% | 5,88% |
| <input type="checkbox"/> | 6. googleads.g.doubleclick.net / referral | 110 | 1,60 | 00:00:28 | 98,18% | 49,09% |
| <input type="checkbox"/> | 7. vk.com / referral | 80 | 2,24 | 00:00:45 | 8,75% | 1,25% |
| <input type="checkbox"/> | 8. us5.campaign-archive1.com / referral | 27 | 6,81 | 00:05:06 | 55,56% | 7,41% |

Figura 64 – Origens de tráfego

Na imagem que se segue são apresentadas as categorias mais visitadas pelos leitores do site. De referir que a baixa procura à secção de alojamento se deve ao facto de que ainda não está completo até à data, pelo que grande parte dos utilizadores visitam o site anterior. Espera-se que as 800 visitas mensais (visitantes únicos) sejam facilmente ultrapassadas com este novo formato de alojamento.

| Título da Página | Visualizações de Página | % Visualizações de Página |
|--|-------------------------|---------------------------|
| 1. COMAP - International Students Committee - Erasmus Porto | 2 504 | 13,34% |
| 2. COMAP - International Students Committee | 2 127 | 11,33% |
| 3. Buddies COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto | 1 079 | 5,75% |
| 4. Accommodation / Housing in Porto COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto | 1 070 | 5,70% |
| 5. Erasmus Students Knows That Is True! | 947 | 5,04% |
| 6. Go to erasmus in Porto they said.. | 367 | 1,95% |
| 7. Accommodation COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto | 327 | 1,74% |
| 8. International Students with COMAP at SIC | 316 | 1,68% |
| 9. Discounts COMAP - Committee for International Students - Erasmus Porto | 314 | 1,67% |
| 10. The last month of my erasmus period | 310 | 1,65% |

Figura 65 – Conteúdo mais visitado em Junho de 2013

5 Conclusão e trabalhos futuros

Com este projeto conseguiu-se reduzir de forma definitiva o enorme esforço por parte do GRI no que diz respeito à gestão de alunos internacionais. Grande parte desse trabalho passou a ser atribuída à COMAP.

Com o uso das novas tecnologias, numa fase inicial pela implementação da base de dados online de alojamento da COMAP, permitiu-se reduzir a maior parte desse esforço, garantiu-se melhor e mais amplo serviço e disponível para todos, ao mesmo tempo. Este novo método permite a expansão do nome da COMAP e a obtenção de rendimentos necessários à sua continuidade.

A implementação do cartão COMAP e estabelecimento de parcerias, permitiu por um lado garantir alguns fundos para a atividade da COMAP e por outro oferecer melhores preços e serviços aos estudantes.

A criação de um website e contas nas redes sociais garantiu a presença da COMAP no universo online e garante que quem necessitar possa saber que a COMAP existe e está lá para ajudar.

A migração do site de alojamento para o novo site da COMAP facilita todos os processos, permitindo que tudo o que os visitantes necessitem esteja concentrado apenas num local (num website).

Por último, relativamente ao SEO e após uma profunda análise a todo o website, desde a gramática, ortografia, estrutura e desempenho SEO foi possível verificar que havia margem para melhorar muito nos mais variados aspectos. Todas as estratégias implementadas, desde alteração de textos, adição de palavras-chaves nos textos, imagens e *meta-tags*, a adição de links de entrada por via do GRI demonstrou que realmente foi eficaz e a COMAP deu um salto enorme na sua posição do ranking nos motores de buscar. Atualmente, os alunos sabem que a COMAP existe com uma simples pesquisa no Google.

Trabalhos Futuros

A COMAP está constantemente a visar a sua expansão, cobrindo não o maior número de áreas possíveis, mas sim o melhor número de áreas. Não interessa ter uma extensão, ou um novo serviço, se este não for necessário.

Como próximo passo a COMAP irá ser alargado uma vez mais o seu campo de ação. Já passou de COMAP ISCAP para COMAP IPP e num futuro próximo irá colaborar diretamente com todas as Universidades do Porto.

O Projeto COMAP – Comissão de Apadrinhamento

Uma das ligações com os parceiros COMAP está a desenvolver laços fortes, pelo que futuramente o cartão COMAP será feito em parceria com outra organização, reduzindo assim os custos e aumentando o público-alvo.

Adicionalmente, a COMAP adicionará um novo serviço à sua estrutura, que será apelidado de “*COMAP FREE TOUR*” que será um género de visitas guiadas no Porto, de forma gratuita. Regularmente, a COMAP, nas suas semanas de orientação efetua estes Tours com os alunos, tendo então sido pensado explorar esta área, e apesar de ser apelidado de “*Free Tour*”, será baseado num sistema de gorjetas, o que permitirá a obtenção de fundos importantes.

A COMAP irá, também, entre Outubro de 2013 e Junho de 2014, dar formação em países da União Europeia, no sentido de implementar nos parceiros do IPP um sistema semelhante.

6 Limitações ao trabalho

Embora tenha sido um projeto bastante aliciante e exequível, existem algumas limitações, tais como o facto de o orçamento ser nulo, e todas as ações implementadas serem de acordo com o plano de investimento nulo.

O facto de a COMAP estar associada ao ensino, nomeadamente ISCAP e IPP, faz com que a comunicação seja mais cuidadosa, apresentável e revista regularmente, o que por vezes atrasa a comunicação ou até mesmo chega a reduzir a sua quantidade.

Os membros COMAP são todos voluntários, pelo que constantemente a equipa está a mudar, por alguns alunos acabarem o curso, outros encontrarem emprego e por esse motivo é complicado a COMAP ter uma estrutura base que permita alguma linearidade nas suas ações e organização.

A organização concorrente, a ESN, é uma organização bastante conhecida a nível europeu, e que conta com fortes investimentos de fundos europeus, o que de certa forma complica em grande escala o crescimento da COMAP, por falta de recursos competitivos.

Referências Bibliográficas

BARNEY, Darin, 2004. The network society. Padstow, Cornwall: Polity.

BRITISH COUNCIL, 2013. About Erasmus. Link consultado a 28 de Julho de 2013:
<http://www.britishcouncil.org/erasmus-about-erasmus.htm>

CASTELLS, M., 2003. Internet e sociedade em Rede. In: MORAES, D. (ed.), Por uma outra comunicação.

CBI, 2010, sobre capacidades de empregabilidade, link consultado a 7 de Junho:
<http://www.britishcouncil.org/learning-skillsforemployability-resource-library-cbi-report-employability-skills-2010.pdf>

COMAP, 2013, link consultado em Junho de 2013:
<http://www.comap-portugal.com/about-us/>

DG, 2007, link consultado a 20 de Maio de 2013 :
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/publ/pdf/erasmus/success-stories_en.pdf

DGES, 2012, link consultado em Dezembro de 2012 :
<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Reconhecimento/Mobilidade/Erasmus/>

DN, Diário de Notícias, 2008. As razões do grande amor dos Erasmus pelo Porto:
http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=998978

DOVER, Danny, 2011. Search Engine Optimization SECRETS.(Ebook)

EUROPEAN COMISSION, 2013. The ERASMUS Programme – studying in Europe and more.
Link consultado a 28 de Julho de 2013:
http://ec.europa.eu/education/lifelong-learning-programme/erasmus_en.htm

FORTUNATO, Sílvio, 2012. 10 Coisas Que Deve Esperar Do Seu Copywriter de SEO. Link consultado a 23 de Junho de 2013:
<http://www.silviofortunato.com/10-coisas-que-deve-esperar-do-seu-copywriter-de-seo/>

HEFCE, 2009. Link consultado a 20 de Maio de 2013:
http://www.britishcouncil.org/attainment_in_he_erasmus_and_placements_students.pdf

ISCAP, 2012. Link consultado a 2 de Outubro de 2012:
http://www.iscap.ipp.pt/site/php/noticias_detail.php?news=125

GOOGLE, 2010. Search Engine Optimization Starter Guide

MORENICHE, 2012. Launching and Marketing your Website. (ebook)

MORENICHE, 2012. Search Engine Optimization. (ebook)

MORENICHE, 2012. PPC (Pay Per Clic). (ebook)

O'REILLY, Harold Davis, 2006. Search engine optimization (ebook).

OTTO, Pilot, 2011. Social Media ROI: Measuring Real Business Results. (ebook)

PEEL, Jeffrey, 2002. CRM: Redefining Customer Relationship Management. Woburn, MA: Digital Press,.

PÚBLICO, 2013. Link consultado a 17 de Junho de 2013:

<http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/facebook-mais-de-um-milhao-de-utilizadores-activos-em-portugal-1414221>

RG, 2013. What is Erasmus? Link consultado a 22 de Outubro de 2013:

<http://www.rgu.ac.uk/future-students/study-abroad/what-is-erasmus>

RIGBY, Darrell K., and Dianne Ledingham, 2004. "CRM Done Right." Harvard Business Review November

SEO, 2013. Link consultado em Junho de 2013:

<http://www.seomarketing.com.br/black-hat-SEO.php>

SCOTT, John, 2000. Social network analysis: a handbook. London: SAGE.

SATOSHI Ueno, 2013. THE IMPACT OF CUSTOMER RELATIONSHIP.

TVI24, 2012. Facebook atinge 1 bilhão de utilizadores. Link consultado a 15 de Junho de 2013:

<http://www.tvi24.iol.pt/internacionais/video-facebook-atinge-1-biliao-de-utilizadores-facebook-video/1380642-4997.html>

W3, 2013. "HTML alt Attribute". Link consultado a 23 de Junho de 2013:

http://www.w3schools.com/tags/att_img_alt.asp

WISEGEEK, 2013. Link consultado a 26 de Junho de 2013:

<http://www.wisegeek.org/what-is-a-web-crawler.htm>

Workplace, Future, 2008. What does Viral content mean? Link consultado a 18 de Agosto de 2013:

<http://www.thefutureworkplace.com/what-is-viral-content/>

Outros sites e documentos electrónicos consultados

A importância de uma empresa ter um website, link consultado a 3 de Junho de 2013:

<http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/a-importancia-da-sua-empresa-ter-um-site/21267/>

A importância de uma empresa ter um website, link consultado a 3 de Junho de 2013:
<http://www.slideshare.net/amritray/importance-of-websites-to-businesses>

A importância de uma empresa ter um website, link consultado a 3 de Junho de 2013:
<http://www.bluehost.com/blog/bluehost/why-is-it-important-to-have-website-for-your-business-1406>

A importância de uma empresa ter uma conta Facebook, link consultado a 3 de Junho de 2013:
<http://www.administradores.com.br/noticias/tecnologia/especialista-em-facebook-fala-sobre-importancia-da-rede-social-no-meio-empresarial/37086/>

A importância de uma empresa ter uma conta Facebook, link consultado a 3 de Junho de 2013:
<http://www.imarketingfactory.com/facebook/>

Informação sobre as tag <alt>, consultada a 17 de Maio de 2013:
<http://www.criarsites.com/alt-tag-ensine-o-google-a-ler-suas-imagens/>

ANEXOS

Anexo 1 – Equipa COMAP



Anexo 2 – Proposta de Adesão Base dados COMAP I



Gestão de Base de Dados de Alojamento

Prestação de serviços

Apresentação do Serviço:

1. O ISCAP-IPP recebe um elevado número de alunos semestralmente, em programas de intercâmbio (ERASMUS, Freemover e Vasco da Gama);
2. Em 2011, foi criada a COMAP – Comissão de Apadrinhamento do ISCAP – um grupo informal de alunos que, em estreita colaboração com o GRI-ISCAP, acompanha os alunos de intercâmbio, à chegada e ao longo da sua estadia no ISCAP e no Porto, de forma a possibilitar-lhes uma mobilidade com mais qualidade: organiza a Semana de Orientação, recruta padrinhos para os alunos de intercâmbio e organiza diversas atividades ao longo do ano com e para eles;
3. Desde o ano letivo 2012-2013, a COMAP (através do [CEISCAP](#) – Centro de Educação Corporativa) oferece a possibilidade de inclusão e gestão numa base de dados de ofertas e alojamento a todos os proprietários de imóveis e quartos para arrendar a alunos de intercâmbio do ISCAP/IPP.

Descrição dos Serviços:

- a) Criação de uma base de dados de alojamento. Durante os primeiros 15 dias de acesso à Base de Dados, será dada exclusividade a alunos de intercâmbio do ISCAP-IPP e, depois desse período, a todos os alunos de todas as escolas do IPP – Instituto Politécnico do Porto.
- b) A prestação de serviços poderá incluir outras opções, a definir em tempo oportuno (mediação linguística, intercultural, etc), com preço próprio.

Valor do serviço no ano letivo 2012-2013:

- a) Inclusão da oferta de alojamento na base de dados e promoção da oferta junto dos alunos: (Os valores são por cada casa/apartamento e já incluem IVA)
 1. Oferta até 3 camas*: 29€ semestrais/ 49€ anuais
 2. Oferta de 4 a 6 camas: 49€ semestrais/ 75€ anuais
 3. Oferta mais de 6 camas: 70€ semestrais/ 99€ anuais

*por "Cama" entende-se oferta de alojamento para 1 pessoa.
Os preços indicados incluem IVA à taxa em vigor.

Anexo 3 – Proposta de Adesão Base dados COMAP II



Gestão de Base de Dados de Alojamento Prestação de serviços

Como Integrar a Base de Dados de Alojamento do ISCAP-IPP?

1. Envio da oferta de alojamento, através do preenchimento do formulário anexo (Anexo1), solicitando a inclusão na Base de Dados de Alojamento do ISCAP-IPP, para um dos seguintes endereços:

COMAP – Comissão de Apadrinhamento do ISCAP
Gabinete de Relações Internacionais
Rua Jaime Lopes Amorim, 4465-001 S. Mamede de Infesta

OU Email: housing@comap-portugal.com
2. Com base na oferta e período pretendido, a COMAP envia a proposta de cotação.
3. O proprietário deverá informar a COMAP se aceita a cotação e, nesse caso, transferir a verba correspondente para o NIB 0781 0112 0000 0001 01630 e enviar comprovativo para um dos endereços acima indicados. O pagamento poderá, ainda ser efetuado por cheque à ordem de Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto.
4. Após confirmação da transferência e de todos os dados, a oferta é incluída na Base de Dados e fica disponível para consulta e reserva por parte dos alunos de intercâmbio que entrarão em contacto com os proprietários diretamente.
5. O Recibo será emitido para a entidade e morada indicados.
6. A disponibilidade da oferta terminará após o período contratado, podendo ser renovada todos os semestres/anos letivos, através do mesmo procedimento.

Outra Informação:

1. A oferta a disponibilizar por um semestre estará disponível de Julho a Novembro (para o 1º semestre) e de novembro a Maio (para o 2º semestre). As ofertas anuais estarão permanentemente disponíveis.
2. Caso o quarto e/ou casa seja arrendado, deve o proprietário informar a COMAP para housing@comap-portugal.com ou comap@comap-portugal.com de modo a que conste na base de dados a impossibilidade de arrendamento. Se, por qualquer razão o quarto/casa ficar novamente disponível, a informação de arrendamento poderá voltar a constar na base de dados, desde que a COMAP seja contactada para o efeito pelo proprietário, sem qualquer pagamento adicional.
4. O arrendamento, bem como todas as questões que lhe são inerentes, é exclusivamente da responsabilidade do proprietário e do arrendatário.

Anexo 4 – Formulário a preencher pelos senhores

| Descrição do imóvel/ quarto | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--------------------------------|--|--|---|---|---------------------------------------|-------------------------------|--------------------|------------------------------------|
| Número de camas | Género dos arrendatários (M/F) | Descrição (Tipologia do apartamento, das camas, serviços e comodidades disponíveis) | Preço (descrever o que inclui e exclui) | Morada (a disponibilizar na Base de dados) (opcional) | Contacto do proprietário (endereço eletrónico e ou telefone para contacto direto por parte dos interessados)* | Condições de Uso (regras, restrições) | Fotos (opcional) | Nº de contribuinte | Nome e morada para envio do recibo |
| | | EXEMPLO: 12, com 2 quartos duplos, 2 casas de banho, serventia de cozinha e de sala. Internet wireless | EXEMPLO: 180,00€ por pessoa, água, luz e gaz incluído. | | | | enviar como anexo, por favor. | | |

*Quando o proprietário precisar de mediação linguística (inglês) a COMAP poderá prestar serviço de interpretação linguística e de tradução gratuito. Para isso basta reencaminhar os contactos para aco.comap@gmail.com, solicitando esse serviço.

Anexo 5 – Logótipos teste antigos da COMAP I



Anexo 6 – Logótipos teste antigos da COMAP II



Anexo 7 – Brochuras antigas COMAP 2011

NÃO FIQUES Á ESPERA!

COMO SER COMAP?

Simple!

Basta ter vontade de fazer parte de um projeto pioneiro, dinâmico e inovador, deixando as bases para que se prolongue pelos anos futuros e continuar a garantir o sucesso do ISCAP junto dos estudantes Internacionais!

Juntos, podemos tornar esta *experiência internacional* ainda mais *única!*

Está á tua procura!

Para saberes mais sobre como ser ComAp, podes contactar-nos através dos nossos canais de comunicação:

E-mail: comap.iscap@gmail.com

Skype: **comap.gri**
terças e quintas, das 15h às 18h

Facebook: Comissão Apadrinhamento Iscap

JUNTA-TE Á




PORQUÊ?

Ao longo dos últimos anos, os programas de mobilidade de estudantes tem sido uma realidade cada vez mais presente no dia-a-dia do ensino superior em Portugal e do ISCAP.

O número de estudantes que escolhe a nossa instituição para mobilidade tem vindo a crescer e irá ultrapassar, este ano, a marca dos 100 estudantes - algo notável ao nível do universo IPP e do próprio ensino superior português!

Tal facto realça a qualidade do serviço educativo prestado pelo ISCAP e o *excelente acolhimento* que é feito por todos nós.

Compete-nos também a nós, estudantes, continuar a assegurar que este nível de excelência é mantido e, se possível, superado por maior que seja o desafio.




O QUE É?

comap
comissão de apadrinhamento iscap

A *ComAp - Comissão de Apadrinhamento do ISCAP* é uma comissão que irá ficar responsável por vários aspectos da mobilidade:

- Acolhimento e acompanhamento dos estudantes internacionais ao longo dos seus períodos de mobilidade;
- Vontade de aumentar a sua rede de estudantes do ISCAP.
- Estreitamento de relações entre todos os alunos envolvidos nesta verdadeira experiência intercultural.

O nosso objetivo passa por fazer do ISCAP um "pólo internacional" de referência, organizado e coordenado pelos próprios estudantes, mostrando o nosso *empendorismo*, colocando em prática as nossas competências e proporcionando aos nossos pares internacionais o *acompanhamento de igual para igual*.



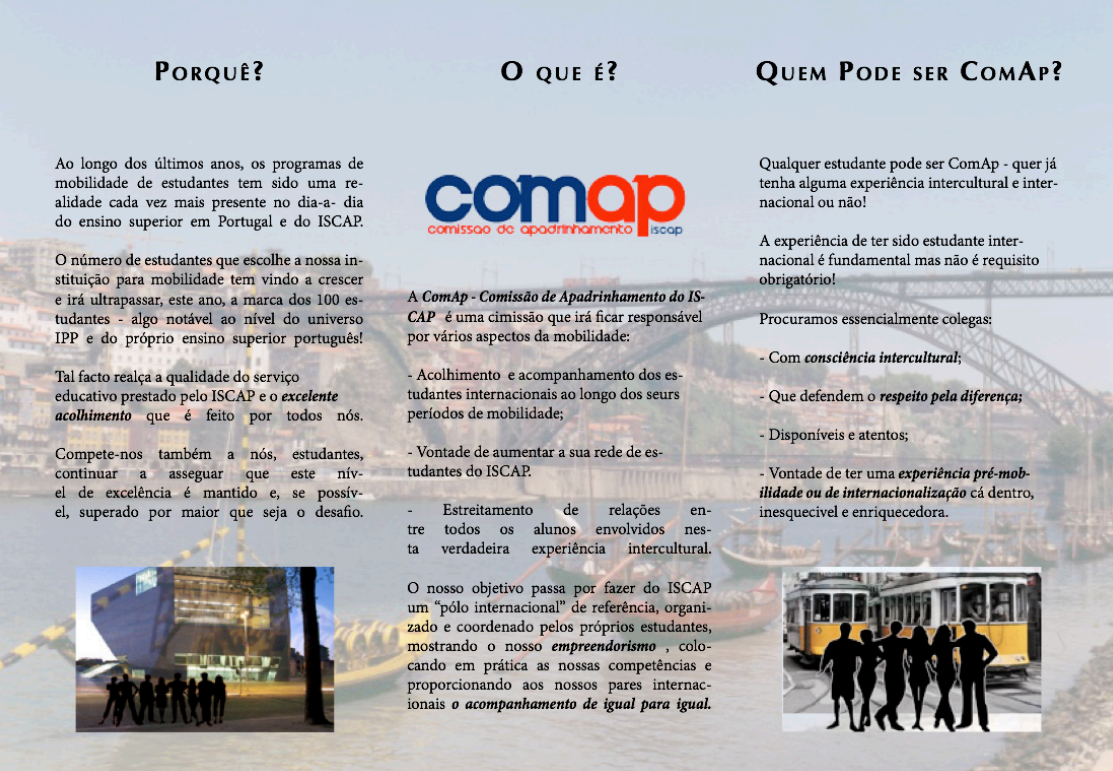
QUEM PODE SER COMAP?

Qualquer estudante pode ser ComAp - quer já tenha alguma experiência intercultural e internacional ou não!

A experiência de ter sido estudante internacional é fundamental mas não é requisito obrigatório!

Procuramos essencialmente colegas:

- Com *consciência intercultural*;
- Que defendem o *respeito pela diferença*;
- Disponíveis e atentos;
- Vontade de ter uma *experiência pré-mobilidade ou de internacionalização* cá dentro, inesquecível e enriquecedora.



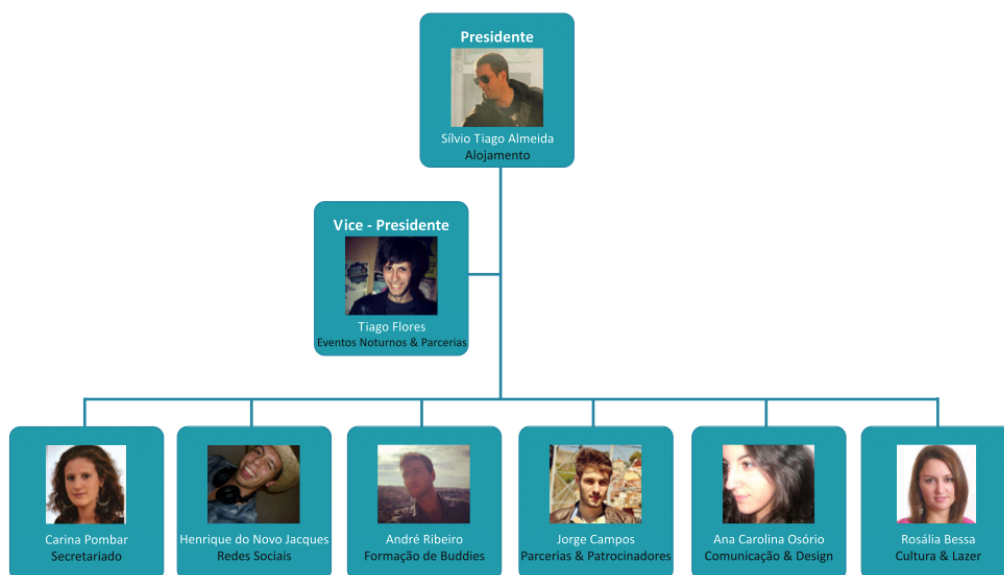
Anexo 8 – Planificação de tarefas COMAP

| ID | Task Name | Start | Finish | Resource Names | November | December |
|----|---|--------------|--------------|--|----------|----------|
| 1 | Imagem/Divulgação | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carina;Carolina;Daniela;JorgeNS;Sílvio | | |
| 2 | Logótipo | Mon 19-12-11 | Sat 31-12-11 | Carolina;Sílvio | | |
| 3 | Concepção | Mon 19-12-11 | Sat 31-12-11 | Carolina;Sílvio | | |
| 4 | Panfletos - Divulgação | Mon 19-12-11 | Tue 03-01-12 | Carina;Carolina;Daniela;JorgeNS;Sílvio | | |
| 5 | Distribuição | Mon 02-01-12 | Tue 03-01-12 | Carina;Daniela | | |
| 6 | Textos | Mon 19-12-11 | Sat 31-12-11 | JorgeNS | | |
| 7 | Concepção | Mon 19-12-11 | Sat 31-12-11 | Carolina;Sílvio | | |
| 8 | Panfletos - Promoção | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carina;Carolina;Daniela;JorgeNS;Sílvio | | |
| 9 | Textos | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | JorgeNS | | |
| 10 | Distribuição | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carina;Daniela | | |
| 11 | Concepção | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carolina;Sílvio | | |
| 12 | Posters | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carina;Carolina;Daniela;JorgeNS;Sílvio | | |
| 13 | Textos | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | JorgeNS | | |
| 14 | Distribuição | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carina;Daniela | | |
| 15 | Concepção | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carolina;Sílvio | | |
| 16 | Organização - Orientation Week | Sun 01-01-12 | Sat 18-02-12 | André;Elisa;JorgeNS | | |
| 17 | Planeamento | Sun 01-01-12 | Fri 17-02-12 | André;Elisa;JorgeNS | | |
| 18 | Planeamento - Eventos Semanais | Mon 09-01-12 | Fri 10-02-12 | André;Elisa;JorgeNS | | |
| 19 | Organização - Equipa | Sun 01-01-12 | Sun 08-01-12 | André;Elisa;JorgeNS | | |
| 20 | Organização - Eventos ocasionais | Sun 01-01-12 | Sat 30-06-12 | André;Elisa;Sílvio | | |
| 21 | Planeamento | Sun 19-02-12 | Sat 30-06-12 | André;Elisa;Sílvio | | |
| 22 | Organização - Equipa | Sun 19-02-12 | Sat 30-06-12 | André;Elisa;Sílvio | | |
| 23 | Planeamento | Sun 19-02-12 | Sat 30-06-12 | André;Elisa;Sílvio | | |
| 24 | Contactos | Mon 19-12-11 | Sat 30-06-12 | Carina;Daniela;JorgeNS | | |
| 25 | Patrocínios/colaboradores | Mon 19-12-11 | Sat 31-03-12 | Carina;Daniela | | |

| | | | | | | |
|---|-----------------|--|--------------------|--|-----------------------|--|
| Project: msproj11 Date: Thu 15-12-11 | Task | | External Milestone | | Manual Summary Rollup | |
| | Split | | Inactive Task | | Manual Summary | |
| | Milestone | | Inactive Milestone | | Start-only | |
| | Summary | | Inactive Summary | | Finish-only | |
| | Project Summary | | Manual Task | | Deadline | |
| | External Tasks | | Duration-only | | Progress | |

Page 1

Anexo 9 – Organigrama COMAP 2012



Anexo 10 – Flyer de recrutamento de buddies I



COMAP*
WANTS YOU!

*Comissão de Apadrinhamento do ISCAP

Anexo 11 – Flyer de recrutamento de buddies II

COMAP **WANTS YOU!**

Queres ser **Buddy**?

Vive uma experiência de
internacionalização cá dentro
inesquecível e enriquecedora!

Sabe mais em:

facebook.com/COMAPiscap

Anexo 12 – Flyer “Os mandamentos de um Buddy” I



Anexo 13 – Flyer “Os mandamentos de um Buddy” II

Os Mandamentos do Buddy:

Ter consciência intercultural,
respeitando a diferença.

Ser comunicativo.

Estar disponível e atento às
necessidades do aluno que
apadrinha.

Ajudar na integração na vida
estudantil.

Dar a conhecer a cultura e ritos
da cidade.

Ensinar a língua portuguesa.

Ter vontade de aumentar a sua
rede de amigos real.

Ter uma experiência pré-
m o b i l i d a d e o u d e
internacionalização cá dentro
inesquecível e enriquecedora.

Curtir, com responsabilidade!

Anexo 14 – Formulário de Inscrição de novos buddies

COMAP - FICHA DE "PADRINHO" ERASMUS

Ano letivo 20 /20

DADOS PESSOAIS

Nome:
Morada:
Telefone:
Telemóvel:
E-mail:
Nacionalidade:

DADOS ACADÉMICOS

Curso
Ano
Nº de aluno

INFORMAÇÃO - MOBILIDADE

Já foste "Buddy" ERASMUS? Sim Não
Já foste Estudante ERASMUS (estudos ou estágio), Freemover ou Vasco da Gama? Sim Não
Se sim, em que Instituição de Ensino/empresa?
Caso contrário, pensas participar em algum plano de mobilidade? Sim Não
Qual o teu destino preferencial para efectuar mobilidade?
Porquê?
Se sim, em qual? ERASMUS - Estudos ERASMUS - Estágio Freemover Vasco da Gama
Já participaste em algum projecto internacional (IP)? Sim Não
Se sim, em qual?

INFORMAÇÃO - OUTRAS INFORMAÇÕES

És utilizador frequente das redes sociais? Sim Não
Se sim, quais?
Em que horário (semanal) tens mais disponibilidade?

Classifica os teus conhecimentos de línguas estrangeiras com a escala FRACO, SUFICIENTE, BOM

| | Leitura | Escrita | Compreensão oral |
|----------|---------|---------|------------------|
| Inglês | | | |
| Francês | | | |
| Espanhol | | | |
| Alemão | | | |
| Italiano | | | |
| Russo | | | |
| Outra: | | | |

Indica sumariamente as razões pelas quais gostarias de colaborar connosco:

Anexo 15 – Exemplo de um guia de Pontos de Interesse numa cidade, elaborado pela COMAP I

| Cidade | Passeio Turístico |
|--------|---|
| 1 | Sé Catedral do Porto |
| | Torre da Rua de D. Pedro Pitões - Torre da Cidade |
| | Igreja de São Lourenço ou dos Grilos |
| | Palácio da Bolsa |
| | Igreja de São Francisco |
| | Igreja e Torre dos Clérigos |
| | Igreja do Carmo |
| | Museu Soares dos Reis |
| | Jardins do Palácio de Cristal |
| | Palácio de Cristal |
| | Museu Romântico da Quinta da Macieirinha |
| | Museu do Vinho do Porto |
| | Forte de S. João Baptista |
| | Castelo do Queijo |
| | Parque da Cidade |
| | Edifício da Estação de São Bento |
| | Igreja de Santo Ildefonso |
| | Edifício da Câmara Municipal - Paços do Concelho |
| | Igreja da Lapa |
| | Igreja da Misericórdia |
| | Igreja da Senhora das Dores |
| | Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição |
| | Museu Municipal de Etnografia e |
| | História |
| | Fortaleza de Nossa Senhora da Conceição |

Anexo 16 – Exemplo de um guia de Pontos de Interesse numa cidade, elaborado pela COMAP II

| Cidade | Passeio Turístico |
|---------------|---|
| 1 Anadia | 1 Igreja Paroquial de São Lourenço Mártir |
| | 2 Igreja da Misericórdia - Anadia |
| | 3 Capela de Nossa Senhora das Lezírias |
| | 4 Igreja Paroquial de São Paio |
| | 5 Curia |
| | 6 Termas da Curia |
| | 7 Parque das Termas da Curia |
| | 8 Termas do Vale da Mó |
| 2 Aveiro | 1 Sé Catedral de Aveiro |
| | 2 Convento de Jesus |
| | 3 Museu de Aveiro |
| | 4 Igreja das Carmelitas |
| | 5 Jardim e Parque Infante D. Pedro |
| | 6 Museu de Caça e Pesca |
| | 7 A Universidade |
| | 8 Igreja da Misericórdia |
| | 9 Capela de Nossa Senhora da Alegria |
| | 10 Igreja de S. Gonçalos |
| | 11 Igreja do Convento do Carmo |
| | 12 La Ria de Aveiro |
| | 13 Reserva Natural das Dunas de São Jacinto |
| | 1 Igreja Matriz de Espinho - Espinho - |
| | 2 Centro Multimeios |

Anexo 17 – Planeamento da Semana de Orientação COMAP

| Sugestões | Welcome Day | Discovery Day | Oporto Flavours | Cultural Encounters | Sea and Emotion |
|--------------------------|---|-----------------------------|---|---------------------|--------------------------------------|
| EventLeader: | Silvio | Carina Teresa André | Rosália Jorge | Annelies Inna | Tiago Henrique |
| Custos por aluno: | 0 € | 0 € | 4,15 € | 0 € | 8,00 € |
| Descrição | Vídeo ComAp | Tarefas para explorar ISCAP | ✓ Palácio da Bolsa ✓ Aliados; ✓ Torre dos Clérigos; ✓ Sé; ✓ Santa Catarina; ✓ Mercado Bolhão; ✓ Majestic; | | Praia de Espinho Karting às 16h30 |
| Meeting Points | 14h - Warming Up games (estagiários GRI) | 15h sofás GRI | 9.00 Metro General Torres | 15h sofás GRI | 14h Estação S Bento |

| Venice Day | Green Day | Students' Life Day | Sport and Emotion | | |
|---|----------------|--|----------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Todos | Todos | Tiago Henrique | Jorge André | Total (Sem Aveiro) | Total (C/ Aveiro) |
| 5,00 € | 0,00 € | 0,00 € | 1,00 € | 13 € | 18 € |
| (Opcional) Na altura do kit pergunta-se se querem vir à viagem | Trazer Toalhas | Reservar AE para: Jogar bilhar Matrecos Karaoke PS3 | Valores KIT Internacional: | Total (Sem Aveiro) | Total (C/ Aveiro) |
| | | | | 20 € | 25 € |

Anexo 18 – Plano da viagem a Lisboa 2013



Lisbon Trip Plan

| | | |
|------------------|---------------------------------------|-----------------------------|
| Contacts: | Sílvia Almeida: 936161819 910565714 | André Ribeiro: 911179765 |
| | Jorge Campos: 915457764 | Henrique Jacques: 915361118 |

Friday, 8th March

| | | |
|-----------|----------------------------|---|
| 15.00h | Meeting Point : | McDonald's Avenida dos Aliados (Metro Aliados) |
| 15.30h | Departure from Aliados | |
| 19h | Arrival to Lisbon | |
| 19h - 20h | Check-in | |
| 20h | Meeting Point for dinner : | Entrance of Hostel |
| 20.30h | Dinner | |
| 22h30 | Meeting Point : | Entrance of Hostel |
| 23h | Bars/Club Time/Free Time | Bairro Alto |

Saturday, 9th March

| Morning | Free time to explore | Suggestion: Parque das Nações |
|-----------------|--------------------------|--|
| 12.15h | Meeting Point: | Hostel Entrance (for those who wants to lunch in group) |
| 12.30h - 14h00h | Lunch | |
| 14.30h | Meeting Point: | Hostel Entrance |
| 15h | Lisbon Tour | |
| 18h | Castelo S. Jorge | |
| 21.15h | Meeting Point: | Hostel Entrance (for those who want to have dinner together with the |
| 21.30h | Dinner | |
| 23h | Bars/Club Time/Free Time | Bairro Alto |

Sunday, 10th March

| | | |
|-----------------|---------------------------|--|
| 10.30h | Meeting Point + Check Out | Hostel Entrance |
| 11.00h | Mosteiro Jerónimos | |
| 12.15h | Belém + Torre de Belém | |
| 14.00h - 15.30h | Praça do Império Gardens | To taste the famous "Pastéis de Belém" |
| 18.30h | Meeting Point | Hostel Entrance |
| 19.00h | Departure to Porto | |

Transportation ticket for 3 days included in the voucher

Color Code:

Main meal not included in the voucher

Meeting Point

Included in the Voucher

Anexo 19 – Flyers divulgação Base de dados de Alojamento COMAP I



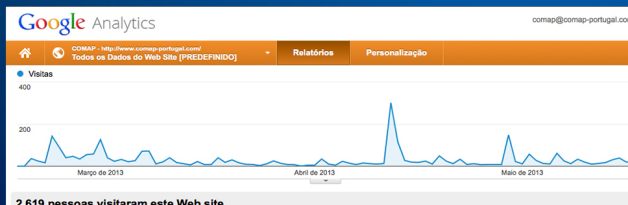
TEM QUARTOS PARA ALUGAR?

ENTÃO, DÊ VISIBILIDADE À SUA OFERTA NO NOSSO SITE!

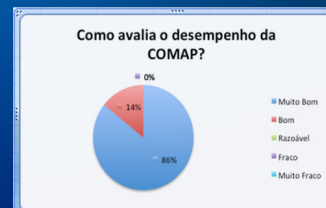
A COMAP - Comissão de Apadrinhamento do ISCAP - Instituto Politécnico do Porto - dá-lhe a possibilidade de fazer chegar o seu anúncio a centenas de alunos universitários, especialmente alunos de intercâmbio (internacionais).

A COMAP tem como missão o apoio a alunos de intercâmbio, no sentido de os colher da melhor forma e facilitar a sua integração na nova escola e na cidade. Por isso, criámos uma Base de Dados de Alojamento online em 2012 que conta já com cerca de 800 novos visitantes por mês. A Base de Dados pode ser ainda acessada em <http://comap.neti.net> mas migrará em breve para www.comap-portugal.com.

Eis aqui alguns dados que lhe facilitarão a decisão:



Entre Fevereiro e Maio de 2013, o site da COMAP teve 2619 visitantes, com mais de 3500 visualizações.

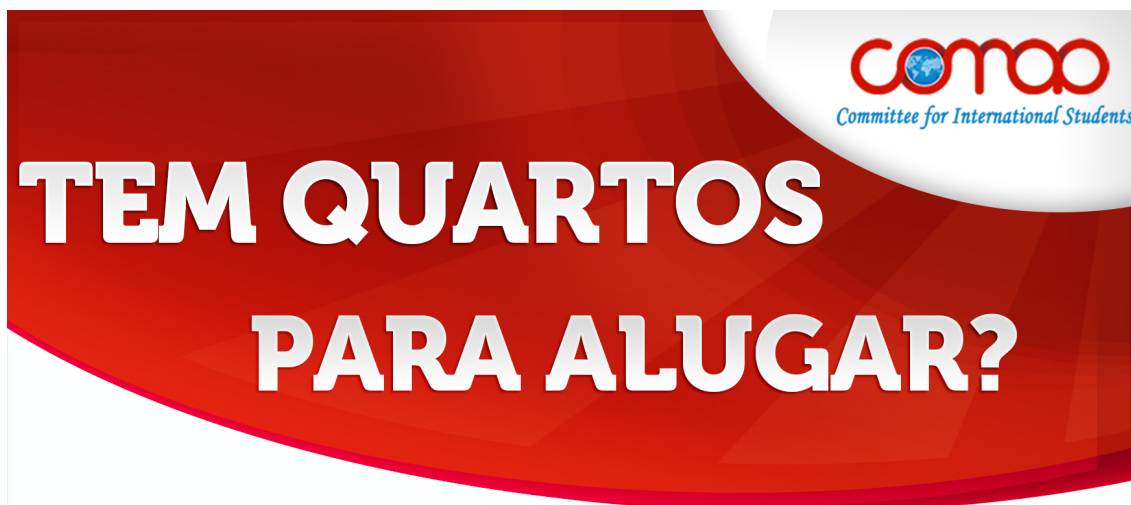


100% dos senhores estão satisfeitos com a COMAP.

“A COMAP é fundamental para solucionar questões que eventualmente surjam, evitando que estas se transformem em conflitos de difícil resolução. A COMAP continuará a ser, para mim, um parceiro fundamental.”

Testemunho de Engenheiro Arsénio Magalhães.

Anexo 20 – Flyers divulgação Base de dados de Alojamento COMAP II

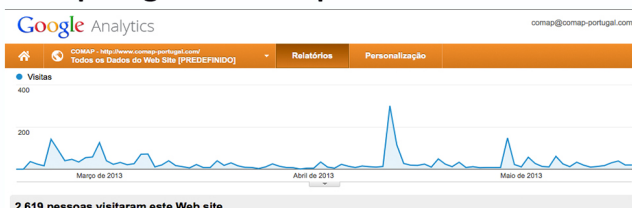


ENTÃO, DÊ VISIBILIDADE À SUA OFERTA NO NOSSO SITE!

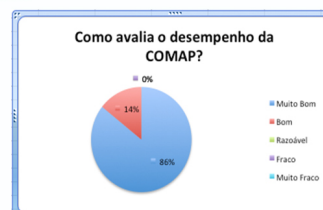
A COMAP - Comissão de Apadrinhamento do ISCAP - Instituto Politécnico do Porto - dá-lhe a possibilidade de fazer chegar o seu anúncio a centenas de alunos universitários, especialmente alunos de intercâmbio (internacionais).

A COMAP tem como missão o apoio a alunos de intercâmbio, no sentido de os colher da melhor forma e facilitar a sua integração na nova escola e na cidade. Por isso, criámos uma Base de Dados de Alojamento online em 2012 que conta já com cerca de 800 novos visitantes por mês. A Base de Dados pode ser ainda acessada em <http://comap.netii.net> mas migrará em breve para www.comap-portugal.com.

Eis aqui alguns dados que lhe facilitarão a decisão:



Entre Fevereiro e Maio de 2013, o site da COMAP teve 2619 visitantes, com mais de 3500 visualizações.



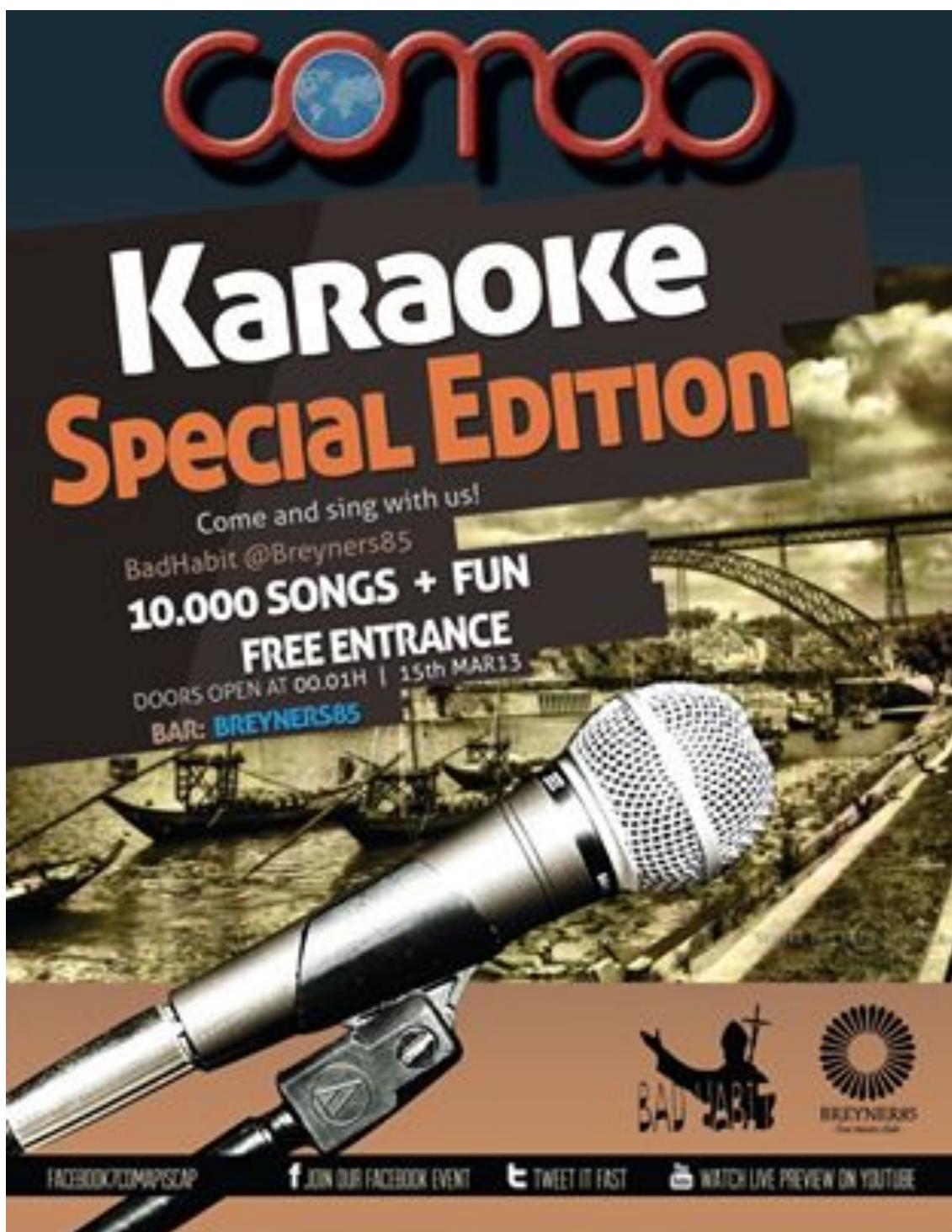
100% dos senhores estão satisfeitos com a COMAP.

“A COMAP é fundamental para solucionar questões que eventualmente surjam, evitando que estas se transformem em conflitos de difícil resolução. A COMAP continuará a ser, para mim, um parceiro fundamental.”

Testemunho de Engenheiro Arsénio Magalhães.

Para mais informações contacte-nos através de: comap@comap-portugal.com

Anexo 21 – Exemplos de flyers de eventos COMAP I



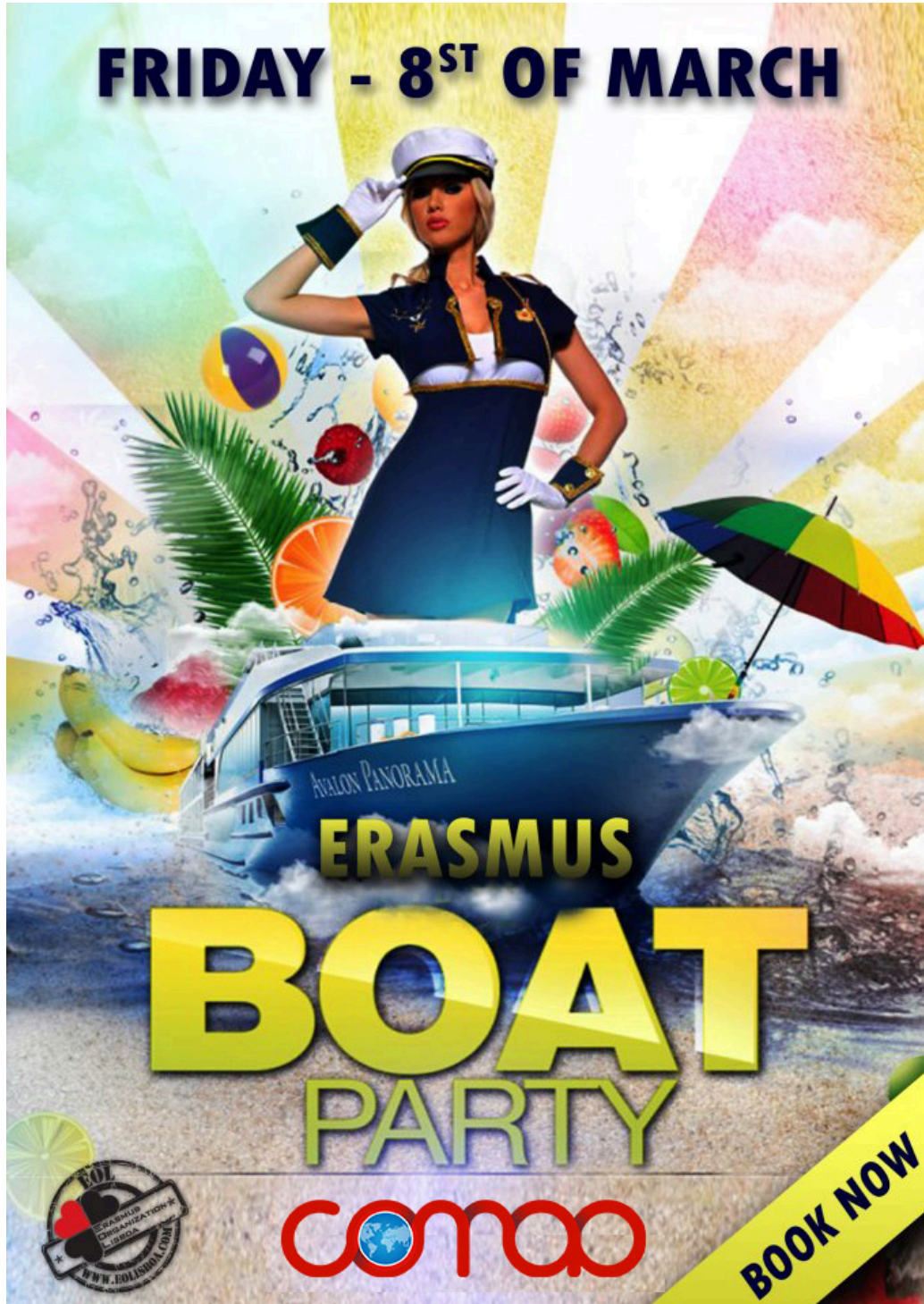
Anexo 22 – Exemplos de flyers de eventos COMAP II



Anexo 23 – Exemplos de flyers de eventos COMAP III



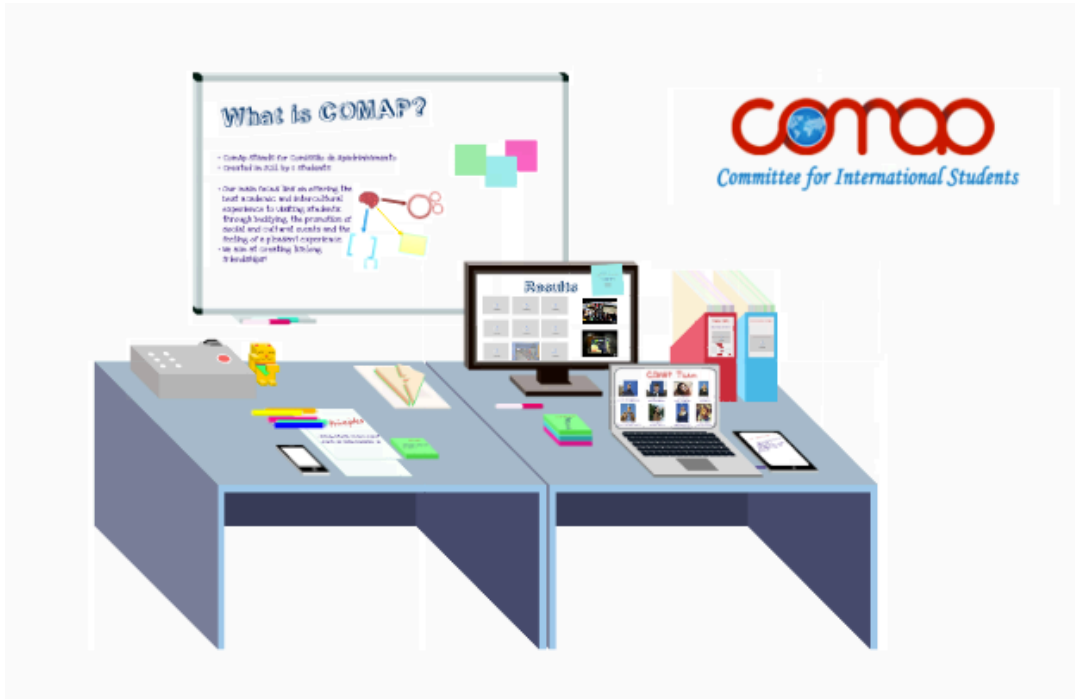
Anexo 24 – Exemplos de flyers de eventos COMAP IV



Anexo 25 – Exemplos de flyers de eventos COMAP V



Anexo 26 – Apresentação PREZI na Semana Internacional do Porto



Anexo 27 – Flyer sobre viagem Lisboa

**LISBON
SINTRA TRIP!**

18TH, 19TH, 20TH OF OCTOBER

WHAT IS INCLUDED?

- Transportation (Porto - Sintra - Lisbon - Porto);
- 2 nights with breakfast on hostel in center;
- Free breakfast on 18th morning before the trip;
- 1 or 2 dinners (depending on choice);
- Free party on Saturday night;
- Entrance to Sintra park and Palace;
- Entrance to S. Jorge Castle, Jerónimos Monastery and Belém Tower;
- Lisbon Walking Tour.

80€

You still don't have a COMAP card?
They are free, so don't waste more money!

www.comap-portugal.com/comapcard/

facebook.com/comapIPP

youtube.com/comappt

WE ♥ PORTO
WHAT ABOUT YOU?

OFFICIAL PARTNER

Anexo 28 – Flyer parceria com bar do Iscap

FREE DRINK HERE!

COMAP
Committee for International Students

COMAP PAYS YOUR DRINK!*

Use your COMAP card in this Bar and get a free drink with your meal.
If you choose a menu with a drink included, the second drink is on COMAP!

You still don't have a COMAP card?
They are free, so don't waste more money!

Just visit the following link and register yourself to get your free card:

 www.wlporto.com/comapcard

 facebook.com/comapIPP

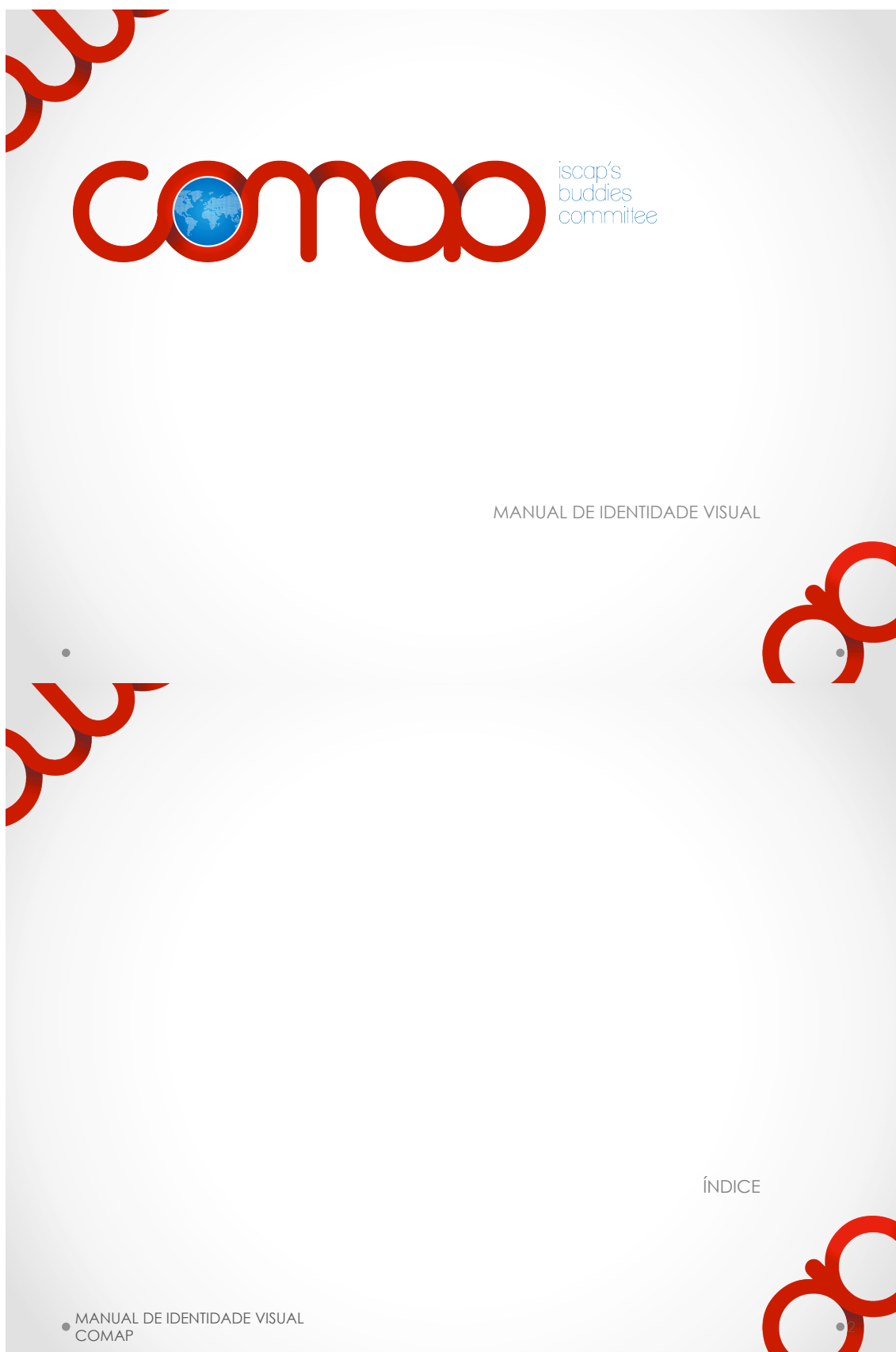
 youtube.com/comappt

WE LOVE PORTO
www.weloveporto.com

JOHN DOE
Expiration date: 01-12-2014

* Only valid for the meal of the day (3,50€)

Anexo 29 – Manual de Identidade COMAP (21 Páginas)




1. A Marca
2. Glossário
3. Aplicações da Marca

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

1. A MARCA

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP







**MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP**

Versão Positiva

Para a aplicação da marca COMAP existem quatro versões diferentes, cada uma com sua variação para fundos escuros e claros.

Deve-se sempre dar preferência à marca nas cores institucionais em fundo branco. No entanto, ela também poderá ocorrer em negativo.

Variações Cromáticas

| | | | |
|---|---|---|---|
|  |  |  |  |
| R: 208 G: 18 B: 0 | R: 112 G: 39 B: 45 | R: 41 G: 171 B: 226 | R: 0 G: 113 B: 188 |
| C: 12 M: 100 Y: 100 K: 3 | C: 95 M: 88 Y: 72 K: 43 | C: 70 M: 15 Y: 0 K: 0 | C: 88 M: 53 Y: 0 K: 0 |


Cores Padrão

**MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP**


Partindo da marca já existente COMAP, procedeu-se ao rebranding, mantendo o conceito inicial, utilizando um padrão cromático idêntico. A diagramação foi modificada, agrupando-se de forma diferenciada em comparação à marca existente, explorando maiores e melhores opções na apresentação da marca em variadas situações de ajuste e espaçamento.

As cores (azul e vermelho) foram propostas por remeter às cores do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto e para evitar uma descolagem completa da identidade visual anterior.


Por se tratar de um projecto apadrinhamento de alunos sujeitos ao programa ERASMUS, a assinatura “iscap’s buddies committee” encontra-se em inglês. A tipografia aplicada, que serviu de base para o desenho da marca, foi a Opificio por se tratar de uma fonte moderna, de linhas curvas e contínuas. A assinatura, está sob a fonte PassionSansPDaa-Hairline.




Versão preferencial: Degradê.
Poderá ser utilizada sobre fundos claros e escuros



Versão cores sólidas



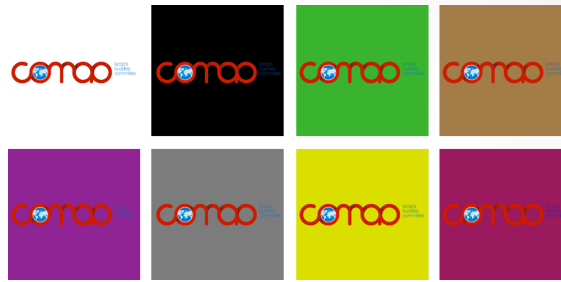
Monocromática - Uso restrito
Para utilizações da marca chapada em uma cor, que permitam o uso de retícula.



Monocromática a traço - Uso restrito
Para utilizações da marca chapada em 1 cor (sem variação tonal).

Versão Negativa

A logo da COMAP não deve ser utilizado sobre qualquer cor, nem em fundos. Para esses casos, onde a leitura seja prejudicada, deverá considerar-se a utilização das variações cromáticas abordadas no ponto anterior.



Variações Cromáticas



| | | | |
|--------|--------|--------|--------|
| R: 208 | R: 112 | R: 41 | R: 0 |
| G: 18 | G: 39 | G: 171 | G: 113 |
| B: 0 | B: 45 | B: 226 | B: 188 |
| C: 12 | C: 35 | C: 70 | C: 88 |
| M: 100 | M: 88 | M: 15 | M: 53 |
| Y: 100 | Y: 72 | Y: 0 | Y: 0 |
| K: 3 | K: 43 | K: 0 | K: 0 |

Cores Padrão

- MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL COMAP

Área de Protecção

Para garantir a integridade da marca COMAP quando aplicada juntamente a textos, imagens, gráficos, ou outras marcas, é importante mantê-la protegida dentro da área de protecção, determinada abaixo.



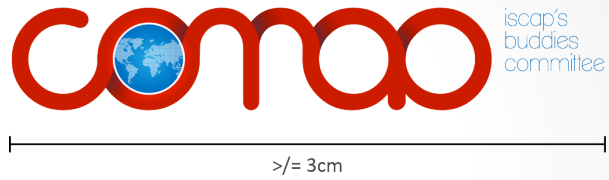
Para a determinação da área de protecção da marca, foi utilizada a representação da perna central do "M". A medida total deste módulo representa "x", que será modulado em torno dos limites da dimensão da logo. A área resultante desse cálculo, representa a área de protecção da logo.



- MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL COMAP

Redução da Marca

Nos casos em que a COMAP sofrer grande redução em seu tamanho, é necessário seguir as orientações das escalas de redução determinadas ao lado.



● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

Tipografia

A família tipográfica escolhida para a identidade visual da marca COMAP foi a Opificio, uma tipografia moderna que serviu de base para o desenho, e a PassionSansPDaa-Hairline de boa legibilidade, para a assinatura.

O uso dessa família tipográfica está previsto também para aplicações nos demais textos (anúncios publicitários, cartas, endereços de papelaria institucional, títulos e textos de formulários etc.).

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

PassionSansPDaa-Hairline

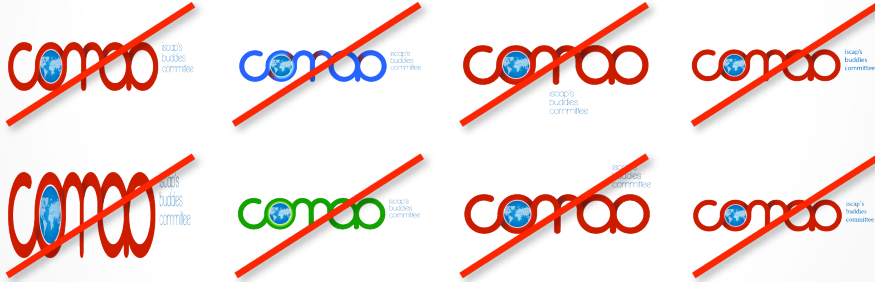
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Opificio

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Uso indevido

Para a utilização de qualquer versão da marca COMAP são proibidas as aplicações descritas abaixo. Tais aplicações são incorretas e certamente prejudicam a integridade da marca, os seus valores e a sua comunicação.



Não aplicar a marca COMAP com qualquer tipo de distorção.

Não aplicar a marca COMAP com outras cores que não sejam as descritas neste manual.

Não deslocar e não refazer o layout de nenhum elemento da marca COMAP, como a tipografia.

Não usar na marca tipografia diferente da que foi determinada neste manual.

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

2. GLOSSÁRIO

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

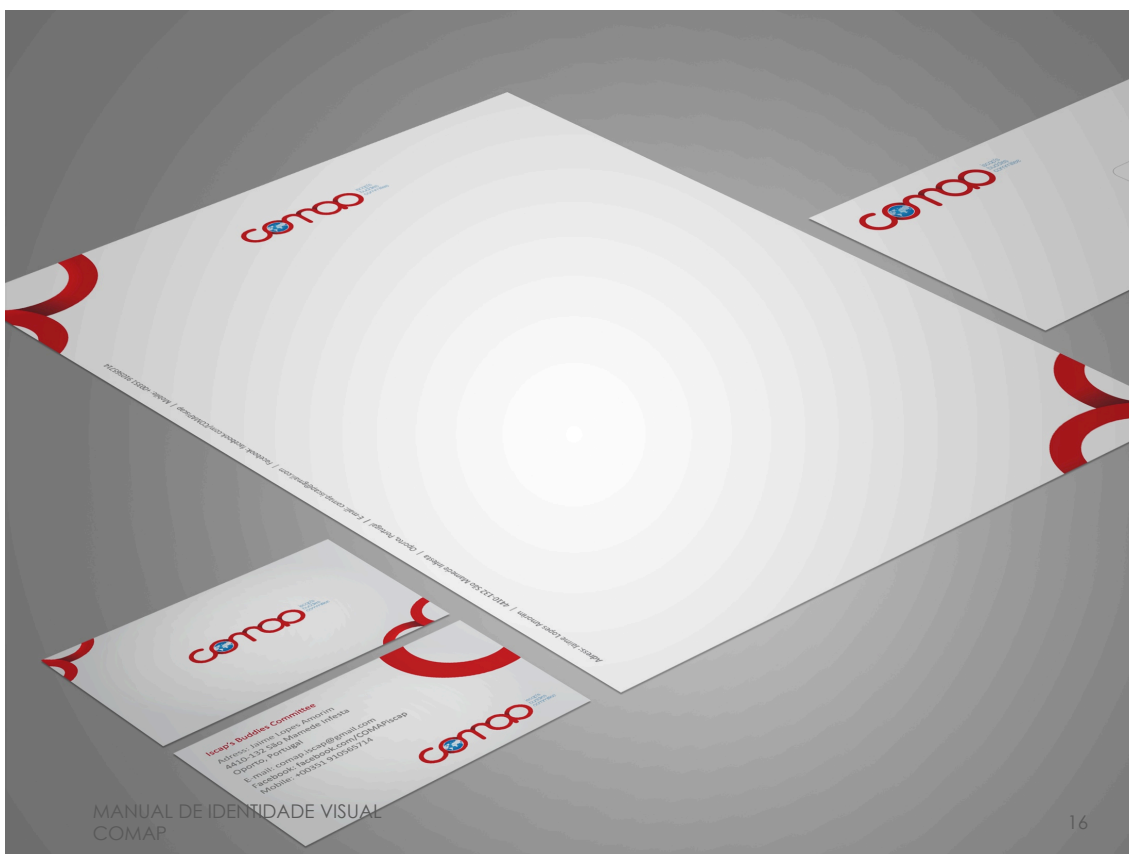
- CMYK: Processo de impressão ou visualização de cor dividida pela mistura de cores adictivas: ciano, magenta, amarelo e preto.
- Identidade visual: Conjunto sistematizado de elementos gráficos que identificam visualmente uma empresa, uma instituição, um produto ou um evento, personalizando-os como um logótipo, um símbolo gráfico, uma tipografia, um conjunto de cores.
- Malha construtiva: Trama quadrangular que serve como base para a construção de qualquer arte que exija precisão.
- Monocromia: Impressão a uma só cor (ou a preto).
- Pantone: Tabela universal de cores que associa cada tonalidade de cor a um código. Padrão de cores muito utilizado em artes gráficas como referência para impressão.
- Policromia: Processo de impressão a várias cores.
- Reticula: Rede de pontos, geralmente diminutos, ou de traços que formam quadrículos, linhas ou quaisquer padrões regulares, traçada sobre vidro ou película transparente, que se usa em off-set, autotipia e heliogravura, para reprodução de originais a meio-tom.
- RGB: Red, Green, Blue (vermelho, verde, azul). Sistema de cores aditivas primárias utilizado em monitores de vídeo de computadores e televisões.
- Tipografia: Arte e processo de criação e/ou utilização de símbolos relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e paraortográficos (algarismos, sinais de pontuação, etc.) para fins de reprodução.

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

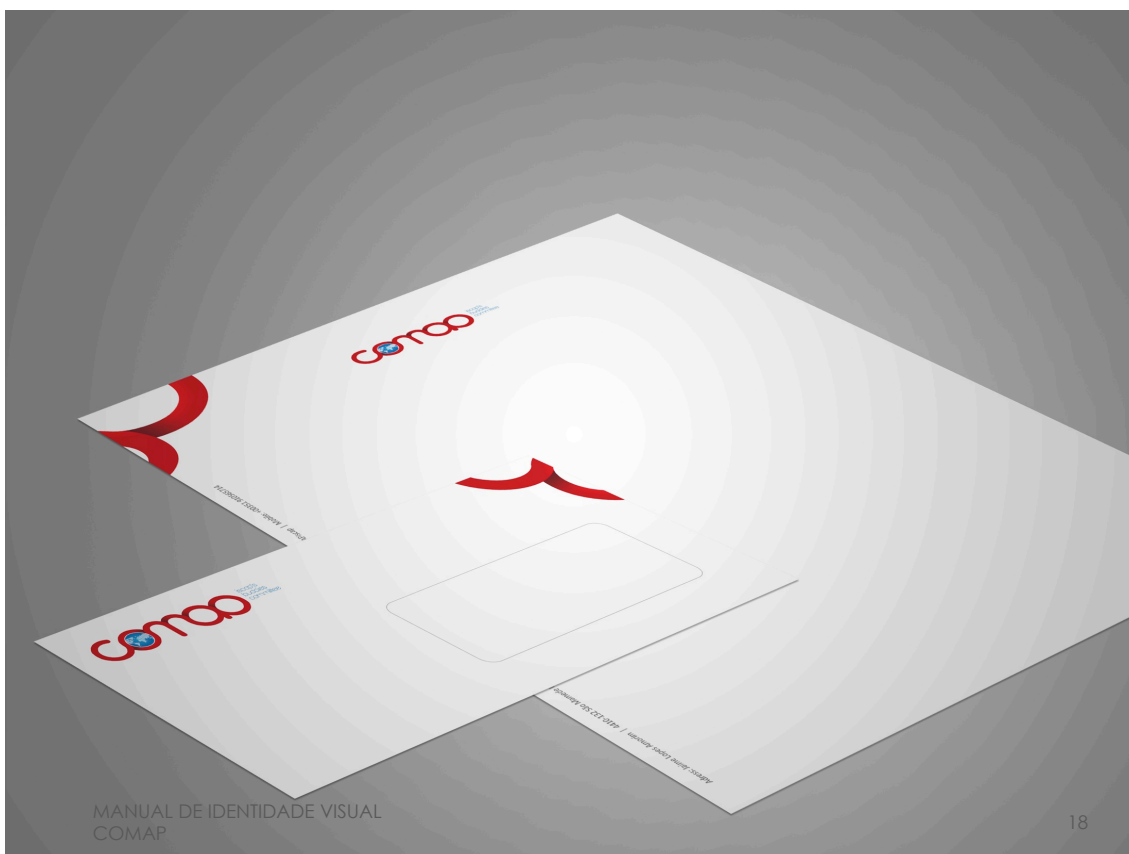
3. APLICAÇÕES DA MARCA

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

O Projeto COMAP – Comissão de Apadrinhamento



O Projeto COMAP – Comissão de Apadrinhamento



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

18



sk-facbook.com/COMAPiscap | Mobile: +00351 9126563714

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

19



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP

20

COMAP - ISCAP'S BUDDIES COMMITTEE

Para fornecimento dos originais digitais, entre em contato com a organização, através do e-mail
comap.iscap@gmail.com

● MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL
COMAP