

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em marketing

Ana Rita Nunes Amândio

dezembro | 2013

---

---



*Escola Superior de Tecnologia e Gestão*

*Instituto Politécnico da Guarda*

---

# RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ANA RITA NUNES AMÂNDIO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DE LICENCIATURA

EM MARKETING

dezembro/2013

## Ficha Técnica

- Apresentação do Estagiário

**Nome:** Ana Rita Nunes Amândio

**Número:** 1010025

**Curso:** Marketing

**Instituição:** Escola Superior de Tecnologia e Gestão

**Grau:** Obtenção de licenciatura em Marketing

**Correio Eletrónico:** [rita\\_amandio1@hotmail.com](mailto:rita_amandio1@hotmail.com)

- Professor Orientador

**Nome:** Prof.<sup>a</sup> Dina Teixeira

- Instituição de Acolhimento

**Nome da organização:** Sabugal+, Empresa Municipal

**Morada:** Largo de S. Tiago, 6320-447, Sabugal

**Telefone:** 271 750 088

- Supervisor de Estágio na Instituição de Acolhimento

**Nome:** Dr. Jorge Torres

- Período de Realização do Estágio

**Início de Estágio:** 3 de junho de 2013

**Conclusão de Estágio:** 12 de agosto de 2013

**Duração de Estágio:** 400 Horas

## Plano de Estágio

Para finalizar a licenciatura em marketing, foi realizado um estágio curricular na empresa Sabugal+, E.M. sediada na cidade de Sabugal.

Em conjunto com o supervisor do estágio na empresa, Dr. Jorge Torres, foi definido um plano com as tarefas que a empresa pretendia que fossem realizadas pela estagiária, durante as 400 horas, onde fossem aplicados todos os conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura.

As atividades propostas foram:

- Diagnóstico da imagem da empresa:
  - Auscultação de utentes e funcionários;
  - Documentação diversa;
- Estudo das atividades desenvolvidas no Museu/Auditório e Piscinas/Pavilhão:
  - Levantamento de serviços disponíveis;
  - Levantamento das atividades pontuais existentes e avaliação do seu enquadramento na estratégia proposta;
  - Caracterização /avaliação da oferta;
  - Proposta de estratégias de Marketing;
  - Plano de comunicação;
- Atividades pontuais:
  - Novas atividades potenciadoras da afirmação da empresa;
- Análise de uma atividade pontual relevante, existente ou a implementar.

## Resumo do Estágio

No seguimento do plano de estágio proposto pela empresa no início do mesmo, todas as atividades constantes desse plano foram executadas. Foram ainda realizadas atividades que não estavam previstas inicialmente. Sendo algumas atividades dependentes de terceiros, especificamente os inquéritos, foram aparecendo alguns obstáculos.

Uma vez que todas as atividades foram concluídas, este estágio tornou-se vantajoso para a estagiária, pois foram postos em prática conhecimentos adquiridos na Licenciatura, sendo possível ver de perto o ambiente de trabalho.

Além de realizadas todas as atividades propostas no plano de estágio, as atividades que mais tarde foram propostas foram as seguintes:

- Receção no museu;
- Receção no posto de turismo do Sabugal;
- Divulgação de cartazes de novos eventos da empresa;
- Elaboração de um panfleto onde mostrasse todas as atividades das instalações das piscinas, com horários e preços.

**Palavras-Chave:** Sabugal+; Marketing; Comunicação.

**JEL Classification:** M30 – General; M31 – Marketing.

## Agradecimentos

Mais uma etapa que chega ao fim. Etapa essa essencial na minha vida: o começo de um futuro melhor, com esperança de muito sucesso.

Desta etapa restam agora bons momentos, que me fizeram crescer, lutar e concretizar objetivos.

Quero assim agradecer aos meus pais e irmã, por todo o apoio, pois sem eles nada disto seria possível.

Um especial agradecimento ao meu namorado, pela paciência, apoio e orgulho demonstrado durante todo este tempo. E a todos os amigos, aos verdadeiros amigos, pelo apoio, ajuda e ânimo nos momentos mais difíceis.

Por fim, quero agradecer aos professores que me acompanharam nestes anos, que transmitiram os seus conhecimentos e me fizeram crescer a nível profissional. Em especial à professora Dina Teixeira, minha orientadora, pela paciência, dedicação e apoio na realização do relatório de estágio.

Sem todos eles, esta etapa que agora chega ao fim, não teria tido o mesmo significado.

A todos um muito obrigada.

## Índice

Resumo do Estágio .....	i
Agradecimentos .....	ii
Índice Figuras .....	v
Índice de Gráficos.....	vi
Introdução.....	1
Capítulo I – Caraterização da Empresa Sabugal+, Empresa Municipal.....	2
1.1 História da Empresa.....	3
1.1.1 Organograma da Empresa .....	4
1.2 Visão e Missão .....	7
1.3 Análise Swot.....	9
Capítulo II - Atividades Desenvolvidas Durante o Estágio.....	11
2.1 Apresentação dos Serviços Disponíveis na Sabugal+, E.M.....	12
2.2 Caraterização/ Avaliação da Oferta.....	14
2.3 Auscultação de Clientes.....	15
2.3.1 Medidas de Satisfação dos Clientes (GAP’s Model) .....	23
2.3.2 Marketing Operacional.....	25
2.4 Opiniões Diversas.....	26
2.5 Auscultação dos Funcionários da Empresa .....	26
2.6 Propostas de Estratégias de Marketing .....	28
2.7 Avaliação do Enquadramento das Atividades Pontuais Existentes na Estratégia Proposta .....	30
2.8 Plano de Comunicação .....	31
2.9 Análise de Atividades Relevantes Existentes ou a Implementar.....	33
2.9.1 Museu.....	33
2.9.2 Instalações das Piscinas.....	34
2.10 Novas Atividades Potenciadoras da Afirmação da Empresa.....	35
2.10.1 Piscinas/Pavilhão.....	35
2.10.2 Museu/Auditório .....	37
2.11 Receção do Museu.....	38
2.12 Receção do Posto de Turismo do Sabugal .....	39

2.13	Divulgação de Eventos da Empresa .....	40
2.14	Elaboração de Um Panfleto com Atividades .....	40
	Conclusão .....	41
	Bibliografia.....	43
	ANEXO 1 – Inquérito .....	44
	ANEXO 2 – Cartazes da empresa .....	47
	ANEXO 3 – Análise Estatística dos Visitantes .....	51
	ANEXO 4 – Panfleto.....	53



## Índice Figuras

Figura 1 - Organograma da Sabugal+ .....	5
Figura 2 - Análise SWOT .....	10

## Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Modalidade Praticada.....	16
Gráfico 2 – Idade .....	16
Gráfico 3 – Sexo .....	17
Gráfico 4 – Receção .....	18
Gráfico 5 – Preços .....	18
Gráfico 6 – Monitores .....	19
Gráfico 7 – Piscinas .....	20
Gráfico 8 - Pavilhão/Salas de aula.....	21
Gráfico 9 – Ginásio .....	22
Gráfico 10 - Mais Atividades .....	22
Gráfico 11 - Avaliação da empresa .....	23

## Introdução

Este relatório de estágio apresenta a empresa onde o estágio foi realizado e as atividades aí desenvolvidas pela estagiária, para finalizar a licenciatura de Marketing, na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio foi realizado na empresa Sabugal+, E.M, com duração de 400 horas, entre o dia 3 de Junho de 2013 e dia 12 de Agosto de 2013.

Ao longo destes dois meses e meio, foi possível ter uma perspetiva diferente do ambiente de trabalho e lidar com situações reais do dia-a-dia. Foi um estágio produtivo, de onde foram praticadas novas experiências, tais como o atendimento ao público e onde foram aplicados alguns pontos fulcrais do curso de marketing.

No primeiro capítulo é apresentada a empresa e no segundo serão apresentadas todas as atividades desenvolvidas ao longo do estágio, assim como as dificuldades encontradas na realização das mesmas.

No último ponto deste relatório de estágio, será feita uma análise crítica (conclusão) à empresa Sabugal+, E.M.

# Capítulo I – Caraterização da Empresa Sabugal+, Empresa Municipal

## 1.1 História da Empresa

A empresa “Sabugal+, Empresa Municipal”, foi criada no dia 2 de janeiro de 2004, com sede no Museu e Auditório Municipal do Sabugal. Sendo uma empresa prestadora de serviços, que não produz bens, está inserida no setor terciário.

“Tem como principal objetivo promover, apoiar e desenvolver atividades de caráter cultural, social, patrimonial, desportivo, recreativo, turístico e ambiental no município do Sabugal, através, entre outras formas, da conceção, construção, gestão, manutenção, exploração e dinamização de equipamentos e infraestruturas municipais, designadamente parques de campismo, parques termais e parques temáticos, bem como a realização de eventos.”<sup>1</sup>

A empresa tem vindo a gerir e a desenvolver o funcionamento dos espaços do Museu/Auditório Municipal, Piscinas e Gimnodesportivo Municipais, Estádio Municipal/Pista de Atletismo, Centro de Juventude Cultural e Lazer do Soito, Rede de Informação Turística e Zonas de Caça Municipais, assim como a manutenção, reparação, renovação e aquisição de equipamentos necessários para as mesmas infraestruturas.

Durante dois anos, entre 2010 e 2012, a empresa municipal ficou encarregue do Balneário Termal do Cró, onde mais tarde foi cedida a concessão à empresa Natura Empreendimento S.A.

Atualmente a empresa tem 34 trabalhadores, dos quais 25 são efetivos e 9 têm contratos de trabalho a termo certo.

Devido ao reduzido tempo do estágio, e não tendo tempo para trabalhar todos os espaços/serviços da empresa, o orientador do estágio da empresa, pensou ser mais produtivo se o estágio fosse aplicado apenas às instalações do museu/auditório municipal e piscinas/pavilhão/ginásio.

---

<sup>1</sup> [www.sabugalmais.pt](http://www.sabugalmais.pt)

### 1.1.1 Organograma da Empresa

Um organograma é um gráfico que representa a estrutura formal de uma organização e serve para mostrar a hierarquia da empresa, assim como as relações de comunicação existentes entre as diferentes unidades funcionais.<sup>2</sup> A figura 1 mostra o organograma da empresa Sabugal+, E.M.

---

<sup>2</sup> Adaptado de Lousã, “OGE - Organização e Gestão Empresarial”

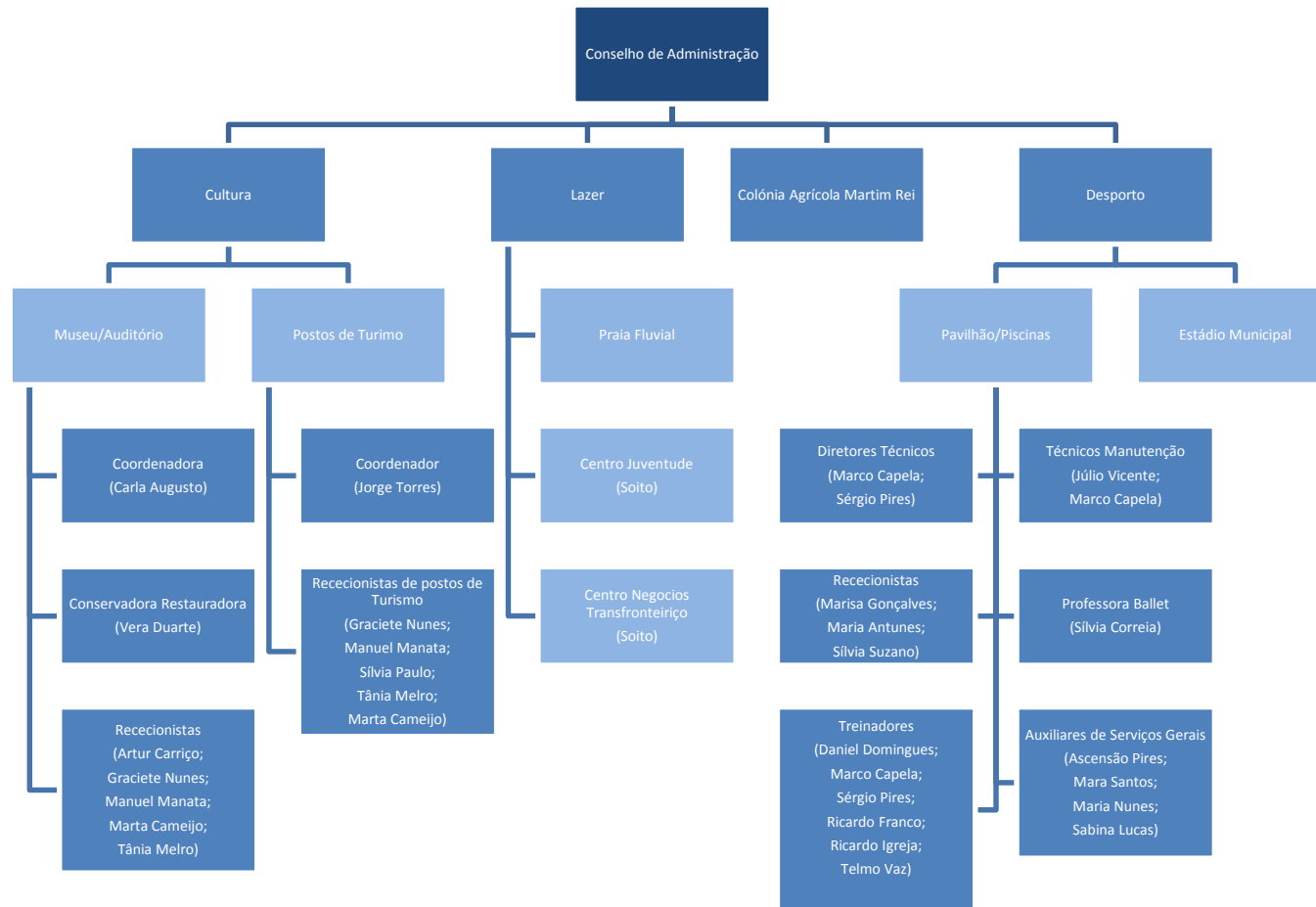


Figura 1 - Organograma da Sabugal+

Fonte: Sabugal+, E.M.

O conselho de administração é o órgão de gestão da empresa. É composto por três membros: a presidente, Dr<sup>a</sup>. Delfina Leal, seguindo-se o Dr. Jaime Vieira e o Dr. Amândio Pires.

As funções do conselho de administração passam por gerir a totalidade das verbas de forma a se tornar mais proveitosa ao desenvolvimento da empresa. É responsável por tudo o que se possa passar dentro da empresa, nomeadamente, no que diz respeito à ordem dos serviços, à comunicação e decisões que se possam tornar a curto, médio e longo prazos. É também responsável por estabelecer normas para o funcionamento interno, elaborar instrumentos de gestão provisional, elaborar o relatório e as contas dos resultados, entre outras.



## 1.2 Visão e Missão <sup>3</sup>

- **Visão**

Freire (2006, pág.35), a visão de uma empresa “traduz, de uma forma abrangente, um conjunto de intenções e aspirações para o futuro, sem designar o modo de alcançá-las. Assim, a visão procura servir de modelo para todos os integrantes e participantes na vida da empresa com o objetivo de atingir a excelência profissional melhorando as capacidades individuais.”

A visão definida pela empresa Sabugal+, E.M. tem como objetivo assegurar o funcionamento de diversas estruturas municipais então concluídas, ou em vias de conclusão.

De acordo com esta definição de Freire (2006,pág.35) referida anteriormente, a visão da Sabugal+, E.M. está mal definida. Assim, a estagiária refez uma nova visão da empresa:

“Desenvolver quaisquer ações e atividades dedicadas à dinamização dos equipamentos e infraestruturas, assim como assegurar a mais ampla participação das populações na utilização das mesmas.”

- **Missão**

Freire (2006, pág.36) define a missão de uma empresa como “algo que pretendem atingir ao longo da sua vida e que deve ficar clara desde o início. Deve servir como forma de motivação dos empregados.”

A missão definida do Sabugal+, E.M. passa por promover, apoiar e desenvolver atividades de carácter social, cultural, patrimonial, desportivo, recreativo, turístico e ambiental no Município do Sabugal, através de, entre outras formas, da conceção, construção, gestão, manutenção, exploração, e dinamização de equipamentos e

---

<sup>3</sup> [www.sabugalmais.pt](http://www.sabugalmais.pt)

infraestruturas municipais, designadamente parques de campismo, parques termais e parques temáticos, bem como a realização de eventos.

Como esta missão está extensa e confusa, a estagiária reestruturou esta missão:

“Organizar eventos, divulgar e dinamizar o património, a cultura, o artesanato, o turismo, as atividades desportivas e de tempos livres.

### 1.3 Análise Swot

Uma análise *SWOT* (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) é a conclusão das análises interna e externa e apresenta sugestões como resolver os problemas e melhorar a empresa. De um lado apresenta os principais aspetos que diferenciam a empresa da concorrência, identificando os pontos fortes e fracos. Do outro lado, são identificados perspectivas para a evolução do mercado: as ameaças e oportunidades.

Após uma análise à empresa, foram detetados pontos fortes e fracos (ambiente interno), oportunidades e ameaças (ambiente externo) e feita a análise SWOT da Sabugal+, E.M. (Figura2).

	<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boa relação entre o Município e a empresa municipal</li> <li>• Não existe concorrência Direta</li> <li>• Dimensão da Empresa</li> <li>• Vários tipos de serviço disponíveis</li> <li>• Preços ajustados aos equipamentos disponíveis e às necessidades da população</li> <li>• Equipa técnica jovem e qualificada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fraca comunicação</li> <li>• Falta de comunicação interna</li> <li>• Fraca inovação e desenvolvimento de serviços</li> <li>• Ambiente de trabalho tenso</li> <li>• Má gestão de Recursos Humanos</li> <li>• Pouca formação continua</li> <li>• Situação financeira instável</li> <li>• Dificuldade de cativação das populações</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente procura dos idosos de atividades físicas</li> <li>• Crescente procura dos jovens pelas atividades físicas devido à saúde/aparência/bem-estar.</li> <li>• O concelho é um dos maiores destinos turísticos.</li> <li>• O concelho do Sabugal é um dos concelhos que mais apresenta elevados números de imigrantes</li> <li>• Aumento do interesse cultural</li> <li>• Zona Cultural e Turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exposições mais abrangentes a todas as idades, uma vez que se direcionam mais para adultos/idosos.</li> <li>• Maior divulgação de sítios turísticos</li> <li>• Dar continuidade às atividades e serviços</li> <li>• Promover novos hábitos desportivos na população idosa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Novas atividades físicas de acordo com as faixas etárias</li> <li>• Grande aposta na comunicação e divulgação de eventos e atividades.</li> <li>• Lutar pela conquista de novos clientes</li> </ul>
<b>Ameaças</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crise Económica</li> <li>• Poucas Barreiras à entrada de novos concorrentes</li> <li>• Escassez de Recursos Humanos</li> <li>• Concelho ser maioritariamente idoso</li> <li>• Taxa de natalidade tem vindo a diminuir</li> <li>• Devido à crise e á falta de trabalho no concelho, os jovens vêm-se obrigados a procurar trabalho noutros concelhos/países</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melhor organização nos horários dos funcionários</li> <li>• Divulgação das atividades com mais antecedência</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reestruturar comunicação e publicidade (informação do website)</li> </ul>

Figura 2 - Análise SWOT

Fonte: Elaboração Própria

# Capítulo II - Atividades Desenvolvidas Durante o Estágio

## 2.1 Apresentação dos Serviços Disponíveis na Sabugal+, E.M

Uma das primeiras atividades definidas para o estágio foi apresentar os serviços da empresa e as atividades pontuais da mesma, ou seja, atividades que a empresa faz com regularidade mas não durante todo o ano, por exemplo, atividades que são comuns em datas comemorativas.

As atividades apresentadas são apenas aquelas que são realizadas no Museu, Auditório Municipal, Piscinas, Pavilhão e Ginásio.

No Museu Municipal realizam-se dois tipos de exposições:

- A exposição permanente, onde estão expostos vários objetos sobre a “Evolução histórica da ocupação humana do território no concelho do Sabugal, as terras do Alto Côa”.
- Exposições temporárias, onde são expostos variados temas, desde pintura, tradições raianas, presépios, entre outros. É de referir que muitas destas exposições são de artistas do Concelho, o que mostra que a empresa Sabugal+, E.M apoia artistas da região.

Na receção do museu municipal pode também encontrar-se a venda ao público, de livros que representam o Concelho do Sabugal, tradições e culturas, entre outros.

É também de salientar a revista anual do museu, “Sabucale”, que já conta com quatro edições. Nesta revista são publicados trabalhos de arqueologia, etnografia e história.

O auditório municipal, por ser o único espaço capaz de acolher determinados eventos, devido à sua capacidade de lotação, é muito requisitado para os mais variados temas, desde festejos de acontecimentos importantes, tais como 25 de abril ou acontecimentos da história do concelho, por exemplo as “Jornadas do contrabando”, “Comemoração do dia do Concelho”.

Nas instalações das piscinas municipais estão disponíveis vários tipos de atividades em simultâneo: ginásio, *ballet*, aulas de manutenção, aulas de natação (para crianças e adultos), aulas de zumba e hidrogenástica.

No pavilhão são também feitas algumas competições, onde a empresa cede as suas instalações a outras instituições. Este espaço pode também ser alugado por individuais para outras atividades.

Algumas das atividades pontuais existentes na empresa são:

- Apresentação de peças de *ballet*;
- Campeonatos de natação;
- No auditório são promovidos eventos tais como feira do livro, comemorações do dia 25 de Abril, entre outros;
- No auditório passam também sessões de cinema, mais direcionados para as crianças.

## 2.2 Caraterização/ Avaliação da Oferta

O Concelho do Sabugal, onde a empresa presta os seus serviços define-se como um concelho envelhecido, e de onde muito jovens saem à procura de trabalho.

A oferta da empresa, em relação às piscinas/pavilhão/ginásio é direcionada para o público mais jovem. Os clientes destas instalações mais idosos frequentam as aulas de hidroginástica e um número reduzido frequentam o ginásio.

Em relação à oferta no museu, as exposições são maioritariamente para o público adulto, pois é quem mais frequenta este tipo de instalações. No auditório realizam-se eventos para todas as faixas etárias.

A empresa tem que desenvolver as suas atividades considerando estas situações, ou seja, desenvolver mais atividades para os idosos, mas também continuar a desenvolver atividades para os mais jovens, para que estes adiram mais à atividade física e ao mesmo tempo comecem a interessar-se por exposições no museu.



### 2.3 Auscultação de Clientes

Na auscultação dos clientes da empresa, foi sugerido à estagiária realizar um inquérito e aplicá-lo aos utilizadores das instalações das piscinas, ginásio, pavilhão e restantes atividades aí desenvolvidas.

O inquérito era composto por 11 perguntas e foram inquiridas 45 pessoas, devido ao curto espaço de tempo disponível. (Anexo 1)

O único problema nesta atividade foi a disponibilidade dos clientes da empresa. Uma vez que os inquéritos foram respondidos à frente a alguns funcionários do Sabugal+, os inquiridos mostravam-se recetivos quanto às suas respostas, chegando a perceber-se que respondiam mais positivo pela sua presença. E também houve situações onde as pessoas não estiveram dispostas a preenche-lo.

Os resultados apresentados vão mostrar o nível de satisfação dos clientes da empresa, e daí pode verificar-se onde se cometem erros e quais os aspetos a melhorar.

Na pergunta sobre as modalidades praticadas na empresa, a atividade mais procurada é o cardiofitness/musculação, realizadas no ginásio. Pode assim concluir-se, segundo o gráfico 1, que as pessoas preferem o ginásio a aulas de grupo.

Foram obtidas 55 respostas, valor mais elevado do que o número de inquéritos, uma vez que cada um dos inquiridos podia escolher várias atividades.

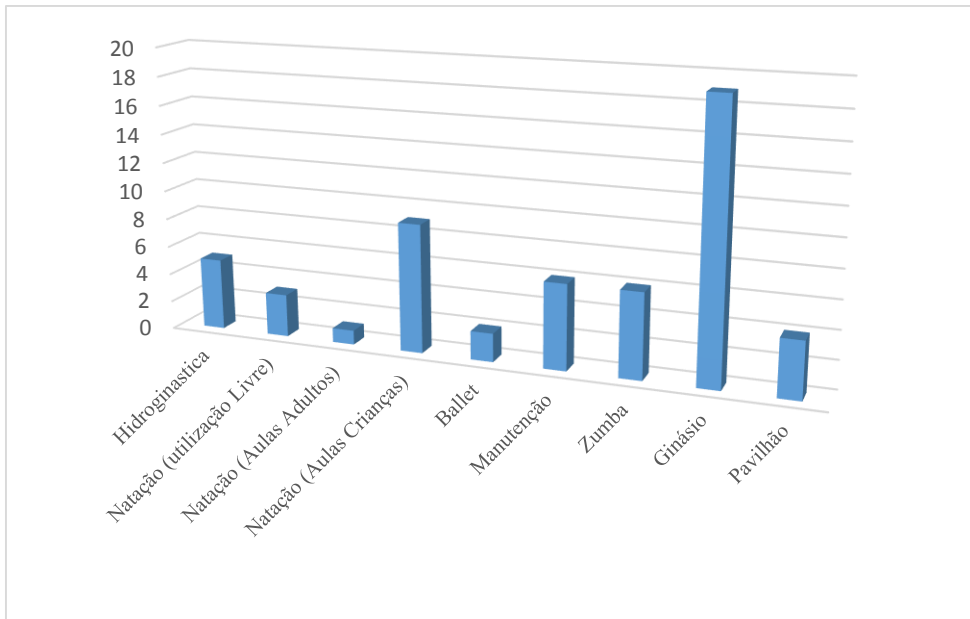


Gráfico 1 - Modalidade Praticada

Fonte: Elaboração Própria

Na segunda pergunta eram inquiridas as idades dos clientes. Foram agrupadas por faixas etárias para tornar a contagem mais fácil. Estas instalações são frequentadas maioritariamente por clientes com idades entre os 18 e os 40 anos (Gráfico 2).

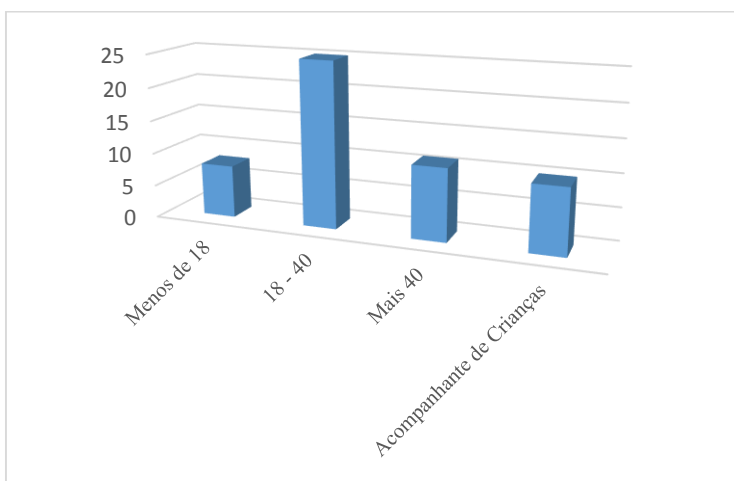


Gráfico 2 – Idade

Fonte: Elaboração Própria

A terceira pergunta, sobre o sexo dos clientes (Gráfico 3), 33 inquiridos são do sexo feminino, o que mostra um número superior de mulheres que praticam exercício na empresa. Isto pode ainda justificar-se como uma maior preocupação acerca de aspetos físicos, beleza e saúde por parte das mulheres.

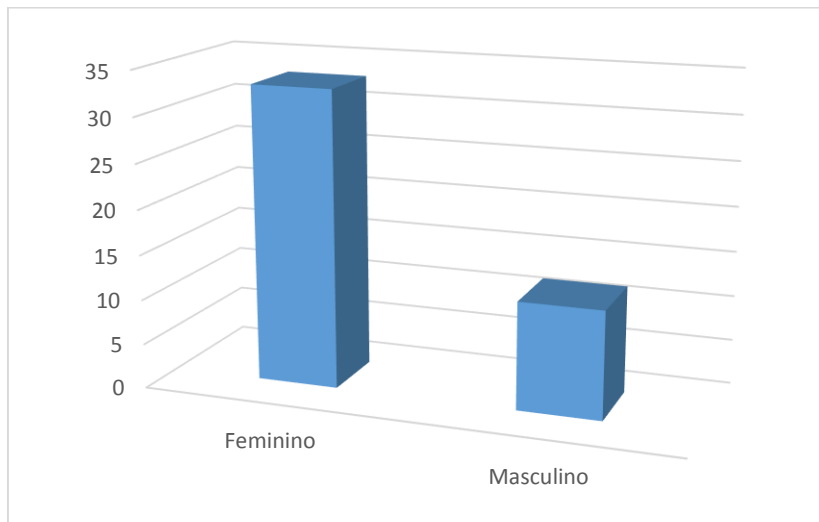


Gráfico 3 – Sexo

Fonte: Elaboração Própria

A pergunta quatro é relativa à receção das instalações das piscinas/pavilhão. As três respostas “Discordo” no ponto “o pessoal é simpático” são justificadas pelos clientes com falta de simpatia. No ponto “o pessoal é suficiente”, oito inquiridos respondem “Discordo”, justificando que há momentos em que há pessoas a mais na receção. (Gráfico 4)

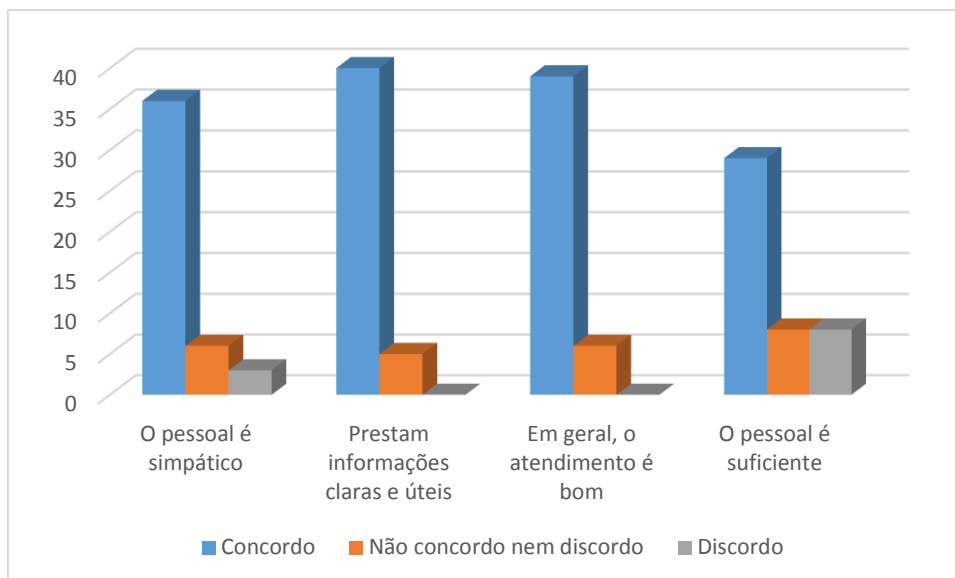


Gráfico 4 – Recepção

Fonte: Elaboração Própria

Na pergunta “Considera os preços adequados tendo em conta as condições das instalações e atividades que pratica?”, quatro inquiridos responderam que o preço não é adequado, três são praticantes do ginásio e afirmam que o preço é elevado relativamente às instalações e à quantidade de máquinas disponíveis. (Gráfico5)

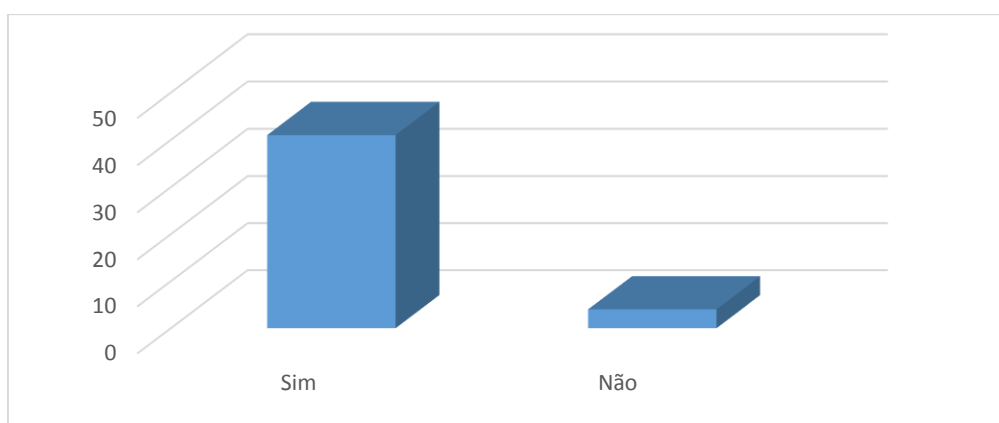


Gráfico 5 – Preços

Fonte: Elaboração Própria

A pergunta seis é sobre os monitores das instalações da empresa. O aspeto mais relevante é o facto de 11 inquiridos afirmarem que se pudessem trocariam de monitor, pois alguns mostram menos empenho e dedicação do que outros. O maior descontentamento incide sobre os monitores do ginásio. (Gráfico 6)

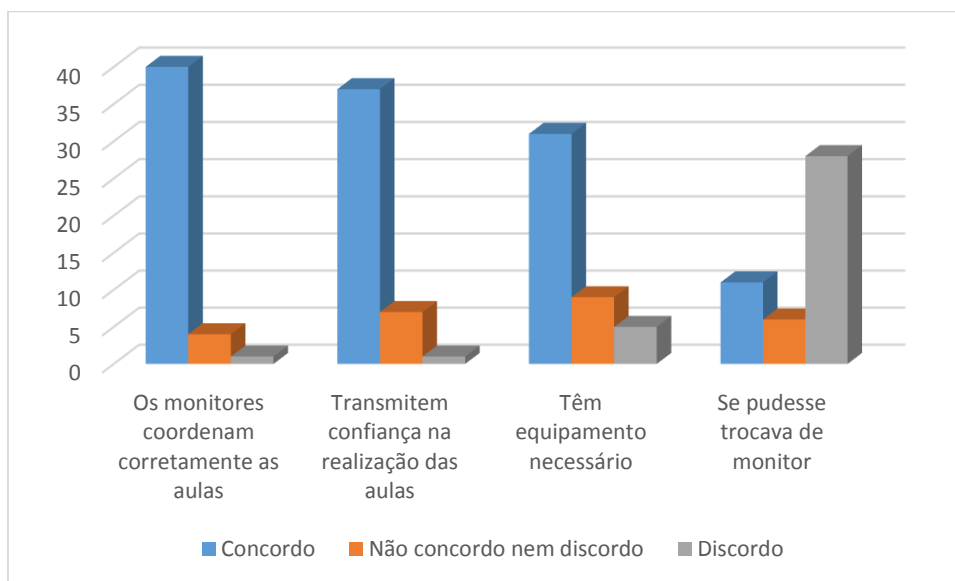


Gráfico 6 – Monitores

Fonte: Elaboração Própria

A pergunta sete é sobre as piscinas, os seus equipamentos e as suas condições. Em 45 inquiridos, apenas 18 frequentam as piscinas: aulas de natação (crianças e adultos), hidroginástica e utilização livre. (Gráfico 7) Em relação aos equipamentos dos balneários das piscinas, as pessoas fazem queixas dos poucos secadores funcionais, da temperatura ambiente ser alta e a temperatura da água ser baixa.

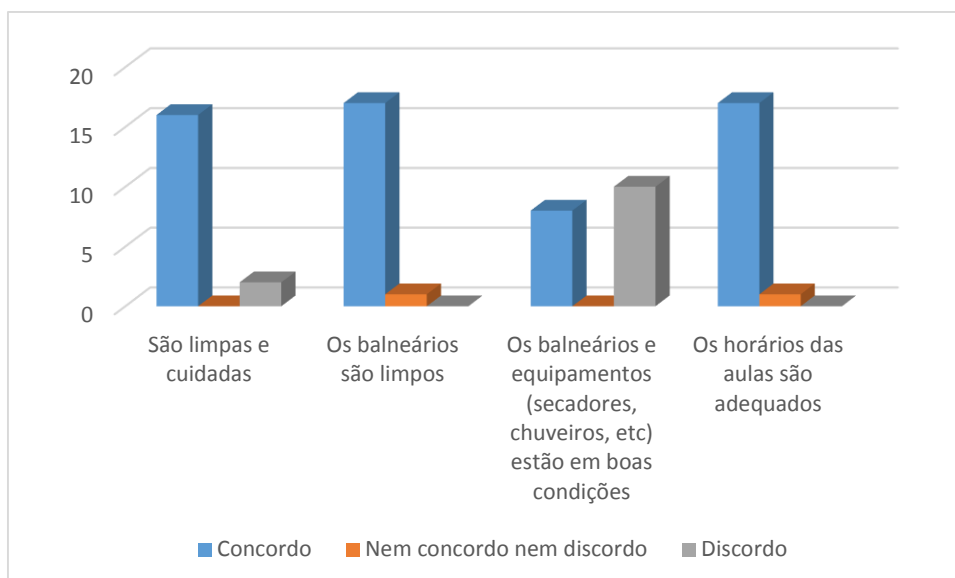


Gráfico 7 – Piscinas

Fonte: Elaboração Própria

A pergunta oito é sobre o pavilhão municipal e salas onde são realizadas as aulas de ballet, manutenção e zumba.

Apenas 17 dos inquiridos são frequentadores destes espaços. Os inquiridos que responderam “Nem concordo nem discordo” nas perguntas sobre os balneários não os utilizam. No segundo ponto “os equipamentos das salas são adequados e encontram-se em boas condições”, quatro inquiridos respondem “discordo” porque a sala das aulas de zumba tem um espelho partido há quase um ano e a empresa ainda não resolveu o problema. (Gráfico 8)

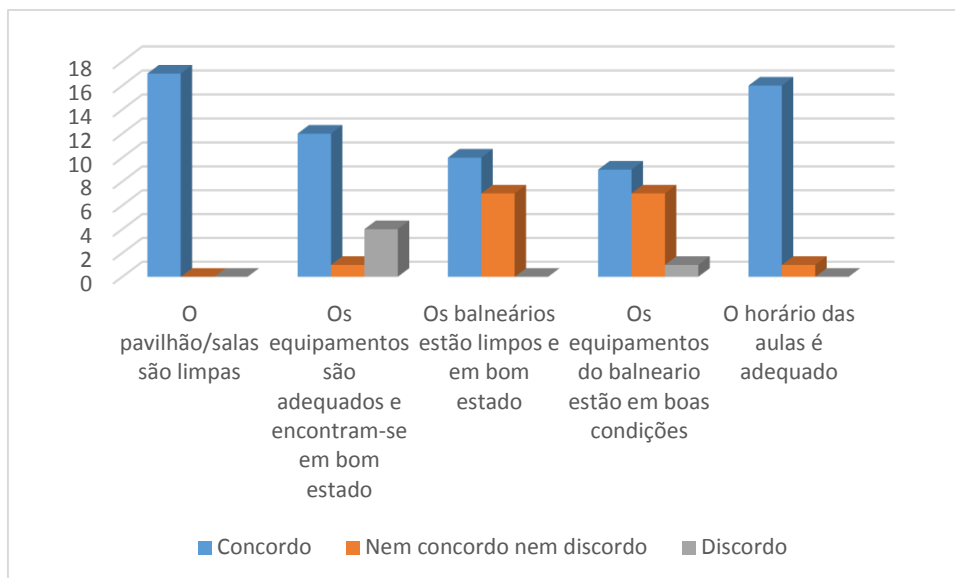


Gráfico 8 - Pavilhão/Salas de aula

Fonte: Elaboração Própria

A pergunta nove é relativa às instalações do ginásio e foram inquiridas 19 pessoas que o utilizam. As respostas “Nem concordo nem discordo” nas perguntas sobre os balneários foram dadas por pessoas que não os utilizam. Quem respondeu “discordo”, afirma que faltam mais cortinas e secadores em bom estado. Sobre o equipamento do ginásio, as duas pessoas que discordam, afirmam que este espaço devia ter mais máquinas disponíveis. (Gráfico 9)

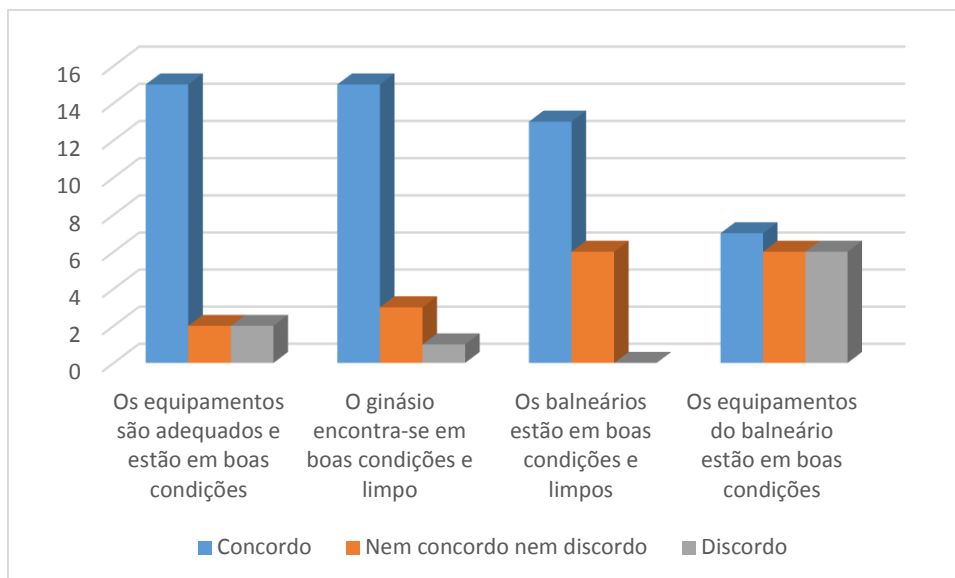


Gráfico 9 – Ginásio

Fonte: Elaboração Própria

Na pergunta dez “quais as atividades que a empresa devia ter disponíveis”, 16 dos inquiridos afirmaram que não devia haver mais atividades, quatro disseram que sim, mas não especificaram com exemplos e um não respondeu. Assim sendo, as atividades que mais sugeriram foram *Pilates* e *Bodycombat*. (Gráfico 10)

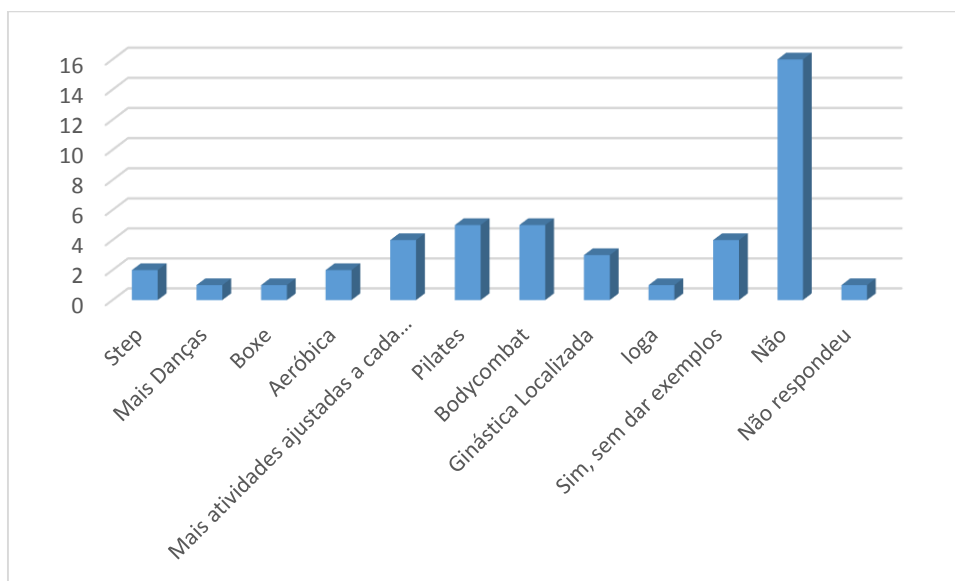


Gráfico 10 - Mais Atividades

Fonte: Elaboração Própria



Na última pergunta foi pedido aos clientes inquiridos para avaliarem a empresa, em aspetos gerais, entre zero e dez. Dos 45 inquiridos, 19 deram nota oito à empresa Sabugal+, E.M.

A principal conclusão a que chegamos com a elaboração deste inquérito e com a avaliação dos clientes é que no geral a empresa está a desempenhar altos níveis de qualidade, pois apenas teve três avaliações menos positivas.

Tem melhorias a fazer a nível de equipamentos dos balneários (secadores, cortinas) e de algumas salas de atividades: reparar o espelho partido e tentar aumentar o número de máquinas disponíveis no ginásio.

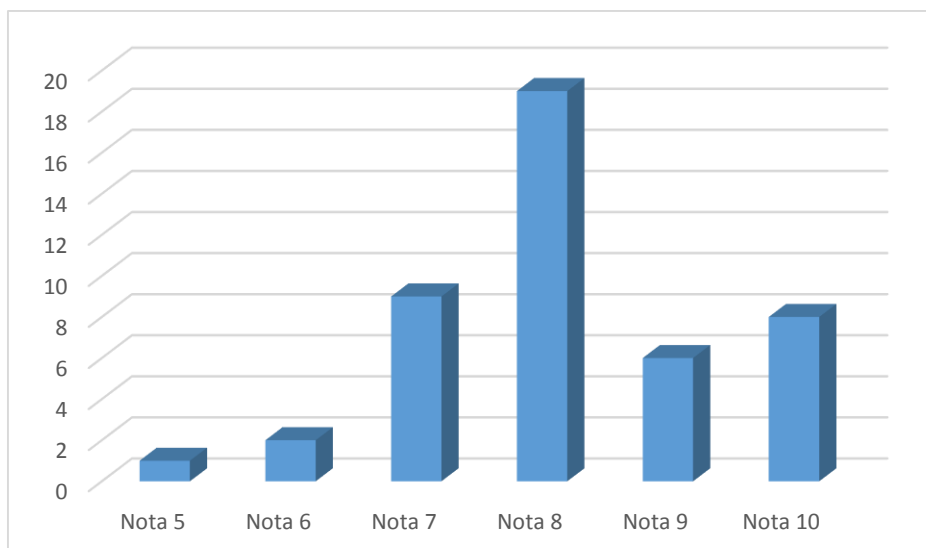


Gráfico 11 - Avaliação da empresa

Fonte: Elaboração Própria

### 2.3.1 Medidas de Satisfação dos Clientes (GAP's Model)

Para que o serviço seja produzido da melhor maneira, importa que a empresa tenha em atenção todos os problemas que possam interferir com a realização dos serviços da forma mais correta possível.

Com os inquéritos realizados, conseguiram-se detetar Gap's na empresa Sabugal+, E.M.

O *Gap's Model* é um modelo que deteta as falhas de uma empresa na execução dos seus serviços.

O *Gap* um tem a ver com uma má segmentação e o facto de a empresa não saber quem é o seu cliente, ou seja, existe um deficiente conhecimento das expectativas e necessidades do consumidor.

O *Gap* dois existe quando há falhas na conceção do serviço e a empresa não faz nada para melhorar.

O *Gap* três são erros atribuídos ao próprio cliente e a empresa não arranja rapidamente, ou seja, é a conformidade entre o serviço prestado e as normas existentes por deficiência dos meios ou pessoal.

O *Gap* quatro é a diferença entre o serviço prestado e a promessa de comunicação (Comunicação enganosa).

O *Gap* cinco é a diferença entre o serviço percecionado e o recebido, quando existem clientes insatisfeitos.

Devido à fraca comunicação que a empresa dispõe, existe Gap 2.

Pela falta de simpatia por parte de alguns funcionários da empresa e devido aos estragos causados pelos clientes existe o Gap 3. Uma vez que a empresa não arranja rapidamente os equipamentos danificados (espelho partido, secadores sem funcionar), vai haver insatisfação dos clientes por falha de equipamentos (Gap 3).

Assim sendo, uma vez que existem algumas diferenças entre a perceção dos clientes em relação ao serviço prestado e à expectativa destes quanto à prestação de serviços, existem clientes insatisfeitos (Gap 5).

### 2.3.2 Marketing Operacional

“O marketing operacional é a concretização no termo das decisões de orientação tomadas ao nível do marketing estratégico. É uma política a curto prazo que deve adaptar-se constantemente às variações da situação do mercado.”<sup>4</sup>

De acordo com a análise SWOT e os gap's, a estagiária sugere que a empresa desenvolva as seguintes ações:

- Melhoria da variável da comunicação;
- Procura de novos serviços que possam satisfazer as necessidades dos clientes, no caso das instalações das piscinas e pavilhão;
- Apostar na comunicação e divulgação da empresa Sabugal+, E.M.;
- Melhoria da comunicação interna, por haver mais que um edifício das instalações da empresa e nem todas ficarem perto da administração da empresa;
- Melhoria da variável da produtividade e qualidade, por haver clientes insatisfeitos.

---

<sup>4</sup> Adaptação de Infopédia

## 2.4 Opiniões Diversas

Nos últimos tempos a empresa tem-se desenvolvido, muito pelas competições que tem promovido, no caso do pavilhão e pelas exposições que tem apresentado, no caso do museu. No auditório são divulgados muitos dos acontecimentos da história do concelho, tais como “Jornadas do Contrabando” ou “Batalha do Gravato”, que as pessoas gostam de assistir, recordar e celebrar.

A partir do livro que se encontra na receção do museu, onde as pessoas podem deixar a sua opinião por escrito, pode concluir-se que as pessoas que o visitam ficam bastante satisfeitas. Intitulam a exposição permanente como sendo “viagens no tempo” e muitas fazem questão de felicitar o museu pela ótima conservação das peças da exposição. Comentários como “forma maravilhosa de mostrar o passado”, “exposições muito interessantes” ou “um exemplo para outras autarquias” são apenas alguns dos exemplos que se podem encontrar explanadas no livro.

Os comentários menos positivos apontam apenas para as legendas das peças da exposição permanente: dizem que são pequenas e com pouca iluminação e sugerem que sejam colocadas noutros idiomas.

Em relação ao auditório, os únicos comentários feitos são felicitações para os eventos aqui promovidos, definindo-os como eventos muito interessantes, com muita representatividade do concelho e muito bem concebidos.

## 2.5 Auscultação dos Funcionários da Empresa

A pedido da empresa Sabugal+, E.M. foi feita uma auscultação aos funcionários sobre a imagem que os clientes têm sobre a mesma.

Estes dizem que a reputação da empresa por vezes não é a melhor porque muitos dos clientes que tiveram uma má experiência anteriormente comentam com outras pessoas e

existe o “passa a palavra”, mesmo por quem nunca visitou ou nunca ficou insatisfeito. Afirmam que existe muito esse “passa a palavra” mas apenas por aspetos negativos.

Pessoas que vêm de fora, por exemplo quem vem assistir a competições ou visitar o museu, elogiam as instalações, fazem comentários com promessa de voltar e afirmam serem projetos que valeram a pena no concelho.

## 2.6 Propostas de Estratégias de Marketing

Após feita uma análise Swot à empresa, e para alcançar o objetivo definido pela empresa, é necessário escolher os meios para alcançar as metas desejadas.

As estratégias de desenvolvimento são aplicadas quando a empresa ainda está numa fase de desenvolvimento, ou seja, quando ainda há potenciais clientes a atrair para os serviços da empresa, como o caso da Sabugal+, E.M. Destas estratégias, existem ainda três grandes opções estratégicas para desenvolver o negócio: procurar novos clientes, desenvolver novos serviços/atividades ou diversificar a atividade.

A empresa Sabugal+, E.M. deve optar por:

- Para as instalações das piscinas, a empresa deve seguir uma estratégia de desenvolvimento intensiva<sup>5</sup>, para motivar os atuais clientes a usufruir de outras atividades/serviços.

- Simultaneamente devem também seguir uma estratégia de fidelização, tendo como objetivo a satisfação total dos clientes, para que estes se mantenham ligados à empresa.

Assim, para que isto seja possível, devem seguir uma estratégia de diversificação, ou seja, alargar o leque de atividades oferecidas para desenvolver a empresa. Devem apostar em atividades direcionadas para os mais idosos, mas também apostar em novas atividades para os jovens, para que estes pratiquem mais atividades na empresa.

- Para o museu/auditório municipal, deve apostar-se numa estratégia de desenvolvimento intensiva, pois pretende cativar os mais jovens para alterar os hábitos.

---

<sup>5</sup> As estratégias de desenvolvimento podem ser conseguidas através da conquista de novos clientes (estratégias extensivas) ou do aumento de consumo dos atuais clientes (estratégias intensivas)  
Fonte: Wilensky (2006)



## 2.7 Avaliação do Enquadramento das Atividades Pontuais Existentes na Estratégia Proposta

Em relação às estratégias de marketing propostas, as atividades que se enquadram são os eventos e exposições realizados no museu e auditório, uma vez que são destinados ao público adulto/idoso. Assim, o que aqui se pretende é cada vez mais chamar a atenção dos mais jovens para visitarem as exposições presentes no museu e também para que participem em eventos promovidos pela empresa.

Já nas instalações das piscinas, as atividades não seguem a estratégia proposta, uma vez que a maioria das atividades existentes são direcionadas para jovens e adultos. Aqui o pretendido é a empresa focar-se mais no público idoso e organizar novas atividades, para que estes possam ter uma vida mais ativa e que cada vez mais adiram a atividades desportivas.



## 2.8 Plano de Comunicação

Para uma comunicação eficaz é necessário mostrar aos clientes e aos possíveis clientes o “mais” dos serviços que a empresa tem para lhes oferecer.

Devido à fraca e nula concorrência, no caso do ginásio e nas restantes instalações respetivamente, a empresa não faz grandes investimentos na comunicação. Apenas promove eventos temporários e em poucos espaços públicos.

A concorrência direta que a empresa tem é um ginásio, numa empresa de fisioterapia.

A empresa deve apostar mais na comunicação, principalmente nas épocas altas, por ser um concelho com um elevado número de emigrantes e turistas.

Todos os cartazes que a empresa faz sobre eventos/atividades da mesma são bem concebidos, são chamativos e atrativos. Tem cores vivas, atrativas e não têm muito texto, têm apenas as informações necessárias. (Anexo 2)

A empresa deve utilizar mais os equipamentos que tem disponíveis, principalmente a nível de promoção de eventos. Exemplo disso são os ecrãs existentes nas instalações, que podem servir para que os utilizadores vejam as outras atividades/serviços disponíveis, no caso das piscinas, e para que os visitantes do museu também possam ver os restantes serviços da empresa, assim como promover os eventos futuros.

Outra proposta de desenvolvimento da empresa é esta tentar fazer acordos com Centros de Dia do concelho, para que os idosos usufruam das suas instalações, ou então os monitores comecem a ir dar aulas aos próprios lares.

Podem também tentar publicitar a empresa e o concelho do Sabugal no posto de consulado português na França, visto o elevado número de emigrantes no concelho, e também em centros de informação turística em aeroportos e nos postos de turismo de outros concelhos.

Uma forma muito usual e prática para a comunicação de uma empresa e seus serviços tem sido o *Facebook* ou outro tipo de rede social. Como a maior parte das pessoas hoje

em dia usufrui desta rede social, tornou-se também uma boa ferramenta de negócios e publicidade.

Como se trata de serviços diferentes, o melhor será criar duas páginas: uma para o museu e auditório, e outra para as instalações das piscinas desse mesmo edifício, exceto para a natação, uma vez que já existe: “Clube de Natação Sabugal+”.

A página da internet das piscinas/pavilhão está organizada, bem concebida, mas está desatualizada. Deveria haver uma atualização constante para dar a conhecer as recentes atividades e as novidades, assim como horários das atividades e das instalações. Por exemplo, nessa página não estão disponíveis as atividades mais recentes, como a zumba, os seus horários e preços.

A página da internet do museu tem bastante informação sobre as exposições já realizadas, e está atualizada. É de fácil navegação e está bem concebido. Encontra-se facilmente a informação que se pretende e não é confuso. O único aspeto negativo é o fundo preto, pois torna-se demasiado cansativo, e pode fazer com que os visitantes se fartem e abandonem a página. Um cinzento ou um tom mais claro seriam uma melhor opção.

Para o museu/auditório, devia implementar-se uma nova política de preços. Por exemplo, a entrada no castelo ser apenas 1,5€, no museu a entrada ser 2€ e se visitar ambos teria um custo de 3€. Assim os utentes têm uma “vantagem” de 0,50€ na visita aos dois sítios, e a empresa ganha mais visitas nos dois sítios. Os preços praticados atualmente são 2€, e inclui entrada no castelo e no museu.

A empresa deve também ajustar a política de preços em relação ao pavilhão/piscinas. A existência de mais pacotes de preços disponíveis, dando a opção aos clientes de escolher diferentes atividades em simultâneo, num mesmo pacote seria benéfico. E para os clientes que paguem mensalidade, a empresa oferecia entrada gratuita no castelo/museu. Seria como um bónus para os utentes e iria fazer com que o museu tivesse mais jovens visitantes do concelho.

## 2.9 Análise de Atividades Relevantes Existentes ou a Implementar

### 2.9.1 Museu

Foi proposto à estagiária investigar as exposições realizadas anteriormente, escolher uma que achasse relevante, apresentá-la e dar a sua opinião.

É de salientar uma exposição intitulada “Instrumentos Musicais Chineses”, patente ao público entre os dias 6 a 31 de julho de 2010, promovida pela embaixada da China em Portugal.

Esta exposição percorreu vários países do mundo, e o Museu Municipal do Sabugal também fez parte da sua rota.

Nesta exposição foram mostrados vários instrumentos musicais, onde as pessoas tiveram a oportunidade de os experimentar e ouvir um concerto de Cao Bei, fadista chinesa que interpreta temas em português e em mandarim.

Foi uma ótima exposição para o concelho, pois exhibe culturas diferentes das de Portugal e tem um grande interesse didático.

Exposições como esta deviam ser mais frequentes, para que o concelho conheça culturas diferentes e diferentes comportamentos humanos. Permite assim abrir a mente das pessoas para novas experiências.

Dever-se-ia ter apostado numa comunicação atrativa, e dar a conhecer a experimentação dos instrumentos musicais chineses, como forma de atrair os mais novos a visitarem e conhecerem novas culturas.

### 2.9.2 Instalações das Piscinas

Uma atividade que a empresa organiza, nomeadamente os funcionários das instalações das piscinas, é o passeio Bicicletas Todo o Terreno (BTT).

Uma vez que é uma modalidade que cada vez mais pessoas praticam, deve apostar-se fortemente na sua divulgação, para que haja um maior número de inscritos.

Uma vez que existe um elevado número de grupos de bicicletas e ciclismo no *Facebook*, a estagiária sugeriu a criação de um evento nesta rede social, convidar o maior número de pessoas possível e divulgar o evento em alguns destes grupos, tais como:

- BTT-TV;
- BTT Guarda;
- Bttgardunha Clube Ciclismo;
- Ciclismo;
- BTT Malcata Team.

A empresa pode também divulgar o mesmo junto de fóruns e páginas da internet sobre ciclismo, uma vez que muita gente os visita frequentemente:

- Bike Fórum ([www.forum.bikemagazine.pt](http://www.forum.bikemagazine.pt))
- Fórum BTT ([www.forumbtt.net](http://www.forumbtt.net))

Como o pretendido é ter um grande número de inscritos, deve apostar-se em algumas atividades que o tornem atrativo para as pessoas e diferente dos habituais passeios de Btt.

Exemplo disso é o almoço ser feito na praia fluvial do Sabugal, seguido de um torneio Paintball. Seria uma atividade diferente do habitual, e servia também para divulgar às pessoas de fora do Sabugal e outros serviços de lazer disponíveis da empresa. Também como objetivo de os fazer voltar e com esperança de o “passa a palavra” servir para que haja novos visitantes ao concelho.

## 2.10 Novas Atividades Potenciadoras da Afirmção da Empresa

### 2.10.1 Piscinas/Pavilhão

No inquérito elaborado no início do estágio, uma das perguntas aos inquiridos era: “Pensa que deveria haver mais atividades de escolha? (Se sim, quais?)”. Foram obtidas variadas respostas, sendo as mais sugeridas *Pilates* e *Bodycombat*.

O *Pilates* ou aeróbica são duas possíveis atividades, pois são adequadas a todos os tipos de idades, até para os idosos. Uma vez que os únicos equipamentos necessários são colchões e uma aparelhagem, torna-se benéfico para a empresa também, pois os custos seriam baixos.

Em relação ao *Bodycombat*, foi sugerido por vários jovens, todos utilizadores do ginásio. Também seria uma atividade interessante, pois tem que se atrair novos clientes e fidelizar os existentes, e uma vez que cada vez mais tem que se motivar os jovens do concelho à prática de exercício. O único equipamento necessário para esta atividade é uma aparelhagem.

Tem que se ajustar bem o tipo de atividades para cada idade, pois por exemplo os idosos são um público menos recetivo a novas atividades do que os mais jovens. Por exemplo, como complemento à hidroginástica dos idosos, o *Bodycombat* não se justifica, pois é um desporto mais radical e ao qual os idosos não aderiam. Em relação ao público mais jovem, deve apostar-se em atividades mais radicais, mais mexidas, pois são mais recetivos a este tipo de atividades do que a algumas menos ativas, como o caso de *Pilates*.

A empresa deve também aproveitar as suas instalações para promover outro tipo de atividades, principalmente nos meses de Verão, tais como torneios de futsal para os mais novos, por exemplo até aos 18 anos, visto que os existentes são maioritariamente para idades superiores a 18 anos, e torneios de outras atividades, tais como voleibol, basquetebol, natação.

Outra atividade sugerida são as caminhadas durante estes meses, uma vez que cada vez mais pessoas aderem a este tipo de iniciativas.

O importante aqui é tentar organizar mais atividades em que as pessoas tenham interesse em participar, e que “fujam” à regra, pois o mais usual nesta altura do ano são apenas torneios de futsal.

### 2.10.2 Museu/Auditório

Uma vez que o museu tem bastante interesse em ajudar a divulgar os artistas locais, deveria continuar a fazê-lo.

Um caso de sucesso é Pedro Lopes e outro é Edgar Fernandes, ambos naturais e residentes do concelho do Sabugal. Atualmente têm tido muito sucesso no mundo da fotografia, desde todo o tipo de eventos, fotografias paisagísticas, entre outros.

Seria uma boa oportunidade de expôr o seu trabalho uma vez que dia 19 de agosto é o dia mundial da fotografia.

A estagiária sugeriu à empresa que a exposição fosse ao ar livre, em vários sítios do Concelho, tais como praias fluviais, castelos, centro transfronteiriço do Soito, Fóios (pois há sempre muitos turistas espanhóis), informando que a restante estaria no museu.

Sendo uma ideia diferente, mas inovadora, tal como a empresa precisa, seria uma boa oportunidade de receber no Concelho e na empresa Sabugal+, E.M novos visitantes.

Em relação ao auditório municipal, a empresa deve continuar a promover atividades e temas do concelho. Para dar a conhecer mais o concelho, desde empresas/produtos locais, turismo rural, praias fluviais, entre outros, a empresa devia criar um evento onde estes temas fossem o foco principal. Seria também interessante fazê-lo nos meses de mais movimento, uma vez que muitos turistas/emigrantes estão no concelho, mas nem todos conhecem todos os sítios e produtos que este tem para oferecer.

## 2.11 Recepção do Museu

Ao longo do estágio foi proposto pela empresa fazer algumas horas na recepção do museu.

Sendo o atendimento ao público uma forma de contacto com as pessoas, criando uma boa imagem da empresa, foi uma ótima experiência.

O trabalho de um rececionista do museu é vender os bilhetes para a exposição permanente, mostrar as instalações, vender livros ali expostos e caso seja pedido, dar os panfletos certos com a informação pedida pelas pessoas.

Ao longo do dia, era necessário preencher documentos sobre todos os visitantes ao museu, onde constam as idades e nacionalidades, servindo mais tarde para fins estatísticos.



## 2.12 Receção do Posto de Turismo do Sabugal

Os rececionistas dos postos de turismo têm como função vender bilhetes aos visitantes do castelo, vender livros expostos no mesmo local e dar informações pedidas pelos visitantes, tanto sobre outros locais a visitar, como a história do concelho e do próprio castelo.

Esta atividade foi proposta ao longo do estágio, onde foram defrontadas algumas barreiras, tais como lidar com visitantes de outras nacionalidades e dar informações sobre o castelo. Não sendo uma área em que a estagiária estava acostumada, foi necessário aprender novos temas.

O sentido de responsabilidade foi aqui posto à prova, pois havia compromettimentos de prestar informações precisas e de mostrar simpatia aos visitantes, e ao fim do dia preencher vários documentos que são elaborados pelos funcionários diariamente para que a empresa possa fazer análises estatísticas sobre os clientes, as suas nacionalidades entre outros aspetos.

Todos os anos se faz um estudo sobre a quantidade de visitantes ao posto de turismo/castelo, as suas idades e nacionalidades (Anexo 3).

### 2.13 Divulgação de Eventos da Empresa

Ao longo do estágio na empresa Sabugal+, E.M. foram vários os eventos realizados no auditório, assim como uma nova exposição temporária, sobre “Capeia Arraiana”. Como um dos pontos fracos detetados na empresa foi a fraca comunicação, uma das atividades propostas à estagiária foi a divulgação destes eventos, mais propriamente colocar cartazes.

Como o importante é posicionar os cartazes em locais estratégicos, onde sejam vistos facilmente, os locais escolhidos foram cafés e associações em várias zonas do concelho, postos de turismo, praças e largos, ou seja onde exista abundância de pessoas.

### 2.14 Elaboração de Um Panfleto com Atividades

A última atividade proposta pela empresa, uma das que não estava definida no plano de estágio, foi a elaboração de um panfleto onde constassem todas as atividades disponíveis nas instalações das piscinas, assim como os horários das mesmas, para que as pessoas tivessem informações corretas sobre os horários e preços, uma vez que nas páginas da internet essa informação está desatualizada.

O panfleto foi feito no programa *Photoshop*, e foram utilizados os princípios básicos aprendidos nas aulas, para ser chamativo, atrativo e com a informação apenas necessária.

Foi feito com cores chamativas, onde apenas se pode ver o nome de todas as atividades, preços e os horários de cada uma e uma pequena imagem para sobressair. (Anexo 4)

## Conclusão

Durante o período de estágio foi possível à estagiária aplicar matéria e temas que foram aprendidos ao longo dos anos da Licenciatura. Foi um estágio muito produtivo e foi com grande prazer realizado na empresa Sabugal+, E.M. sendo também uma empresa ligada ao desporto e lazer, atividades com que a estagiária se identifica.

Este estágio serviu também para ter uma ideia de como é o mundo do trabalho, desenvolver o sentido de responsabilidade e motivação, muito devido às atividades que a empresa propôs desenvolver, principalmente o atendimento ao público na receção do museu e posto de turismo. Aqui, foi necessário lidar com as pessoas, mostrando simpatia, empenho e interesse em ajudá-los, mas também sentido de responsabilidade em formalidades exigidas pela empresa, no caso de preenchimento de documentos.

As horas feitas na receção do museu e posto de turismo do Sabugal deveram-se ao facto de uma má gestão de recursos humanos da empresa, pois houve situações em que não tinham nenhum funcionário para ficar nesses locais.

O mais difícil ao longo do estágio foi mesmo a realização dos inquéritos, pois as pessoas não estavam dispostas a ajudar, muitas achavam desnecessário, uma vez que era já o terceiro ano consecutivo que a empresa fazia este tipo de inquéritos. Devido também ao tempo que a empresa disponibilizou para fazer os inquéritos e inquirir os seus clientes, foram preenchidos 45 inquéritos.

Na análise dos inquéritos, foram notados algumas contradições por parte dos clientes, porque ao longo das perguntas feitas, foram obtidas respostas negativas a muito aspetos. Houve muitas queixas e nenhum elogio, mas na altura de avaliarem a empresa, na última pergunta, dão notas muito positivas.

Chega-se assim à conclusão que a empresa tem muitos pontos fracos e muitos aspetos a melhorar, tais como a fraca comunicação, pontos referentes aos seus funcionários, a comunicação interna, danos dos equipamentos, mas tem também alguns pontos fortes que pode tornar-se crucial na empresa. Um deles é não terem concorrência direta, no caso do

museu e auditório, piscinas e pavilhão. Já o ginásio tem apenas uma empresa concorrente, mas este é muito pequeno.

## Bibliografia

- Cury, A. (14 de Maio de 2005). *Wikipédia*. Obtido em 16 de Outubro de 2013, de Wikipédia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Organograma>
- Freire, A. (2006). *Estratégia - Sucesso em Portugal*. Verbo.
- Infopédia. (22 de 10 de 2003). *Infopédia*. Obtido em 21 de 11 de 2013, de Infopédia: [http://www.infopedia.pt/\\$marketing-operacional](http://www.infopedia.pt/$marketing-operacional)
- Kotler, P., & outros, e. (2004). *Princípios de Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (2005). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Publicações D.Quixote.
- Lousã, A., Pereira, P., Lambert, R., & Lousã, M. D. (2012). *OGE - Organização e Gestão Empresarial*. Setúbal: Porto Editora.
- Martins, L. (2001). *WEBMarketing Prático*. Lidel.
- Rasquilha, L. (2009). *Publicidade: Fundamentos, Estratégias, Processos Criativos, Planeamento de Meios e outras Técnicas de Comunicação*. Edições Gestão Plus.
- Torres, J. (24 de Janeiro de 2013). *Sabugal+*. Obtido em 26 de Setembro de 2013, de Sabugal+: <http://sabugalmais.pt/documentos/igp2012.pdf>
- Wilensky, A. (2006). *Marketing Estratégico*. Sintra: Temas Grupo Editorial.

# ANEXO 1 – Inquérito

A Sabugal+, EM tem a preocupação de prestar a todos os seus utentes um serviço com a melhor qualidade possível. Para assegurar e conhecer os níveis de satisfação dos nossos utentes, pretendemos com este inquérito a maior colaboração e sinceridade possível.

Todas as informações recolhidas são confidenciais, e servem apenas para efeito de interpretação de dados.

### 1- Modalidades praticadas:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Hidroginástica             | <input type="checkbox"/> Manutenção     |
| <input type="checkbox"/> Natação (Utilização Livre) | <input type="checkbox"/> Aulas de Zumba |
| <input type="checkbox"/> Natação (Aulas)            | <input type="checkbox"/> Ginásio        |
| <input type="checkbox"/> Natação (Crianças)         | <input type="checkbox"/> Pavilhão       |
| <input type="checkbox"/> Ballet                     |   |

### 2- Idade:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Menos de 18 anos   | <input type="checkbox"/> Mais de 40 anos          |
| <input type="checkbox"/> Entre 18 e 40 anos | <input type="checkbox"/> Acompanhante de crianças |

### 3- Sexo:

- |                                   |                                    |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Feminino | <input type="checkbox"/> Masculino |
|-----------------------------------|------------------------------------|

### 4- Receção

	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo
O pessoal é simpático			
Prestam informações claras e úteis			
Em geral, o atendimento é bom			
O pessoal é suficiente			

### 5- Considera os preços adequados tendo em conta as condições das instalações e atividades que pratica?

- Sim  Não

### 6- Técnicos

	Concordo	Nem concordo nem discordo	Discordo
Os monitores coordenam corretamente nas aulas			
Transmitem confiança na realização da aula			
Têm equipamento necessário			
Se pudesse trocaria de monitor			

**7- Instalações das piscinas**

	Concordo	Nem concordo nem discordo	Discordo
São limpas e cuidadas			
Os balneários são limpos			
Os balneários e seus equipamentos (secadores, chuveiros, etc.) estão em boas condições			
Os horários das aulas são adequados			

**8- Instalações do pavilhão**

	Concordo	Nem concordo nem discordo	Discordo
O Pavilhão é limpo			
Os equipamentos do pavilhão são adequados e encontram-se em bom estado			
Os balneários encontram-se limpos e em bom estado			
Os equipamentos do balneário (chuveiros, secadores, etc.) estão em boas condições.			
O horário de funcionamento é adequado			

**9- Instalações do ginásio**

	Concordo	Nem concordo nem discordo	Discordo
O equipamento do ginásio é adequado e está em boas condições			
O ginásio encontra-se em boas condições e limpo			
Os balneários do ginásio estão em boas condições e limpos			
Os equipamentos dos balneários (secadores, chuveiros, etc.) estão em boas condições de uso.			
O horário de funcionamento é adequado			

10- Pensa que deveria haver mais atividades de escolha? (Se sim, quais?)

---

11- No geral, entre 0 e 10, como quanto classifica a empresa? (Sendo 0 muito má, e 10 excelente)

---

---

---

---

*Obrigado pela sua colaboração.*



# ANEXO 2 – Cartazes da empresa

# FÉRIAS DESPORTIVAS

## 2013

17 DE JUNHO A 2 DE AGOSTO

OPERAÇÕES DE 10 DE JUNHO A 04 DE JUNHO

DOS 6 DOS 11 ANOS

ESTRELAGAS

BERGUES

ORIENTAÇÃO

CANOA/CEM


CAMINHADAS

JOGOS DESPORTIVOS

DARTS

FRANCO

ETT



# Sabugal+

LIMITADA A 10 CRIANÇAS POR TURMA

INSCRIÇÕES EM PAVILÃO E PISCINAS MUNICIPAIS

**IV ROTAS RAIANAS**  
**06 de Dezembro 2009**



**BTT**

**Programa:**  
09:15 - Concentração junto ao Parilhão e Piscinas Municipais do Sabugal  
09:30 - Saída  
Final - Almoço Comunitário

**Preço:**  
Inscrição Normal - 8,00€  
Estudante - 5,00€

Processo Único 24 546m  
Processo Único 82 270m

**ESO DE CAPACETE OBRIGATORIO**



**Organização:**  
ASSOCIAÇÃO E FÓRUM DE ESCICLISMO RESPONSÁVEL DO  
[www.sabugal.pt](http://www.sabugal.pt) 48 20  
Parilhão e Piscinas Municipais do Sabugal - Tel. 271 714 030





**CENTRO DE ESTUDOS  
JESUÉ PINHARANDA GOMES**

**JRPG**

**9 de Junho**  
2012  
(Sábado)

**15h00:** Sessão Solene no Salão Nobre da Câmara Municipal do Sabugal

**17h00:** Centro de Estudos Jesué Pinharanda Gomes

MUNICÍPIO DO SABUGAL

# ANEXO 3 – Análise Estatística dos Visitantes

SABUGAL – ANO DE 2012

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	TOTAL	
Portugal	276	456	395	727	401	634	499	1318	579	328	228	349	6190	65,57%
França	5		10	69	39	46	211	871	66	19	20	2	1358	14,38%
Espanha	24	41	60	251	72	95	105	301	85	155	93	54	1336	14,15%
Grã Bretanha	4	1	7	8	15	34	22	40	24	16	5	15	191	2,02%
Brasil	9	8	7	25	13	17	27	28	17	9	6	11	177	1,87%
Alemanha				3	2	2	14	4	13	9			47	0,50%
Holanda				2	4	1	10	2		2			21	0,22%
Itália	7						9	2	2			1	21	0,22%
Bélgica					3	2		4			5		14	0,15%
Ucrânia		1			2			3	2			5	13	0,14%
Israel				4					8				12	0,13%
Venezuela							7	4					11	0,12%
Canadá					2		5						7	0,07%
Austrália						2				4			6	0,06%
Polónia				3	3								6	0,06%
Letónia				4									4	0,04%
Luxemburgo								4					4	0,04%
Rússia	2				2								4	0,04%
Suiça							1			2			3	0,03%
Argentina								2					2	0,02%
Áustria									2				2	0,02%
Bielorrússia							2						2	0,02%
Irlanda					2								2	0,02%
irlanda										2			2	0,02%
Noruega											2		2	0,02%
Suécia					2								2	0,02%
Cabo Verde						1							1	0,01%
EUA												1	1	0,01%
<b>TOTAL</b>	<b>327</b>	<b>507</b>	<b>479</b>	<b>1096</b>	<b>562</b>	<b>834</b>	<b>912</b>	<b>2583</b>	<b>800</b>	<b>546</b>	<b>358</b>	<b>437</b>	<b>9441</b>	

# ANEXO 4 –

# Panfleto





MUNICÍPIO  
DO  
SABUGAL

PAVILHÃO E PISCINAS MUNICIPAIS  
TELE. 271 750 180 - FAX. 271 750 150  
RUA JOAQUIM MANUEL CORREIAS S/N  
6250 345 SABUGAL

### Preçário



#### BODY FITNESS

2ª - 20h00 / 21h00  
5ª - 20h15 / 21h15

Mensalidade:  
1x por semana: 12,50 €  
2x por semana: 17,50 €

Avulso:  
3,50 €

#### BALLET

4ª - 14h00 / 18h00

Mensalidade:  
1x por semana: 22,50 €



#### HIDROGINÁSTICA

2ª e 4ª - 19h15 / 20h00  
3ª e 5ª - 18h00 / 18h45

Mensalidade:  
1x por semana: 9,50 €  
2x por semana: 17,50 €

Avulso:  
3,00 €



#### ZUMBA FITNESS

3ª, 4ª e 6ª - 20h30 / 21h30

Mensalidade:  
1x por semana: 12,50 €  
2x por semana: 17,50 €



**(re) inicie um estilo de vida saudável!**





MUNICÍPIO  
DO  
SABUGAL

PAVILHÃO E PISCINAS MUNICIPAIS  
TELEF: 371 750 150 – FAX: 371 750 150  
RUA JOAQUIM MANUEL CORREIA S/N  
6250 345 SABUGAL

## Preçário



### NATAÇÃO Livre

2ª a 6ª - 09h00 / 21h30  
Sábado - 10h00 / 13h00 - 15h30 / 20h00

Até 6 anos acompanhado com adulto: **grátis**

#### Dos 7 dos 15 anos:

1h00: 1,50 €  
Parte de dia: 3,00 €  
Cartão mensal: 17,50 €

#### Mais de 15 anos:

1h00: 2,50 €  
Parte de dia: 5,00 €  
Cartão mensal: 33,50 €

### NATAÇÃO aulas

1x semana: 12,50 €  
2x semana: 22,50 €

### GINÁSIO CARDIO FITNESS / MUSCULAÇÃO

2ª a 6ª - 13h30 / 21h30  
Sábado - 10h00 / 13h00 - 15h30 / 18h30 (utilização livre)

**Mensalidade:**  
1x por semana: 12,50 €  
2x por semana: 17,50 €  
3x por semana: 22,50 €

**Avulso:**  
3,00



### PAVILHÃO (aluguer) \*

\*Com necessidade de marcação prévia

2ª a 6ª - 10h00 / 23h00  
Sábado - 10h00 / 13h00 - 15h30 / 20h00

1 hora: 17,50 €  
1h30: 26,50 €  
Bola futsal: 2,50 €

**(re) inicie um estilo de vida saudável!**