



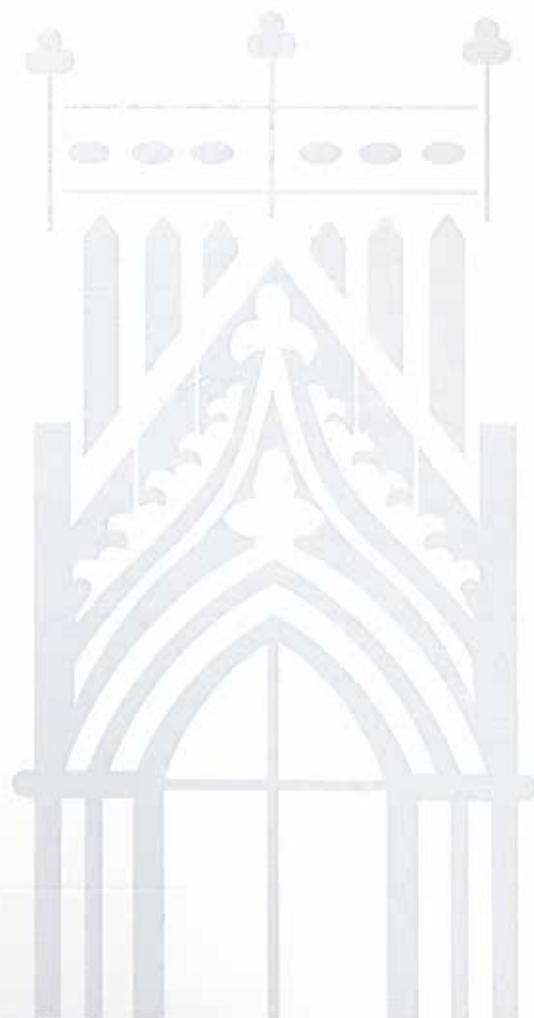
IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Sara José Melim Camões

dezembro | 2018





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

SARA JOSÉ MELIM CAMÕES

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Dezembro/2018

Ficha de identificação

Discente

Sara José Melim Camões

Número

5008754

Estabelecimento de ensino

Instituto Politécnico da Guarda

Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Curso

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Orientador

Prof. Doutor Joaquim Brigas

Entidade de acolhimento

PortoBay Hotels & Resorts – Porto Santa Maria

Avenida do Mar e das Comunicações Madeirenses n°50

9060-190 Funchal

Telefone: +351 291206700

Supervisora na organização

Lina França - *Guest Relations*

Grau académico

11ºano de escolaridade

Data de início de estágio: 02/07/2018

Data de fim de estágio: 02/10/2018

Para os meus avós.

Agradecimentos

Ao longo destes três anos de aprendizagem, foram muitos os momentos que para sempre serão guardados e é com grande orgulho que exprimo o meu agradecimento a todas as pessoas que contribuíram para este meu percurso enquanto estudante e que, principalmente, ajudaram a moldar a pessoa que sou hoje.

Primeiramente, gostaria de agradecer ao Instituto Politécnico da Guarda, instituição que me acolheu ao longo de três anos, e a todo o corpo docente pelos conhecimentos que me transmitiram tanto a nível académico como a nível pessoal.

Um especial agradecimento ao meu orientador, Prof. Doutor Joaquim Brigas, por toda a compreensão, disponibilidade e conselhos dados durante todo o percurso académico.

De seguida, quero agradecer ao Porto Santa Maria e a todo o *staff*, por me ter acolhido da melhor forma possível e por terem tornado esta experiência inesquecível, particularmente à minha supervisora, Lina França, pelo carinho, dedicação e confiança depositada nos três meses. Também quero destacar uma pessoa que me apoiou incondicionalmente apesar, de não fazer parte das suas funções, a Chefe de Sala, Adriana Rodrigues.

O maior obrigada é para os meus pais e irmã, pela luta e esforço que fizeram ao longo dos três anos para me poderem oferecer o melhor, uma educação. Vocês são, sem dúvida, o principal pilar na minha vida e uma das razões para que este meu sonho se tornasse realidade. A toda a família que me apoiou e acreditou em mim, um especial agradecimento.

Aos meus amigos, um grande obrigada por todo o carinho, pela amizade e por todas as memórias proporcionadas, que com certeza guardarei para toda a vida. Quero enviar um particular agradecimento a duas amigas muito especiais, a Ana Azevedo e a Letícia Carvalho. Duas pessoas que, de todas as maneiras possíveis, me ajudaram a ultrapassar a saudade de casa e todos os momentos menos bons, mas principalmente, porque viveram comigo os melhores. E em vocês vejo duas irmãs que guardo para sempre.

A todos, muito obrigada!

Resumo

No âmbito da unidade curricular Projeto/Estágio foi realizado um estágio com vista à conclusão da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas. Assim sendo, este relatório traduz a experiência, na área da comunicação, realizada no Hotel Porto Santa Maria, do grupo *PortoBay Hotels & Resorts*.

O estágio teve uma duração de três meses, com início a 2 de julho e final a 2 de outubro de 2018. As atividades desenvolvidas durante este período ocorreram no contexto das Relações Públicas, nomeadamente nos departamentos de *Guest Relations* e Receção.

Em termos de estrutura, está dividido em dois grandes capítulos: o primeiro onde é apresentada a contextualização da empresa e o segundo onde se descrevem todas as atividades realizadas.

O principal objetivo teve por base a integração, a aplicação e o desenvolvimento de conhecimentos teóricos, obtidos ao longo dos três anos da Licenciatura, na prática concretizada durante o estágio.

Palavras-chave: Comunicação; PortoBay; Estágio; *Guest Relations*.

Abstract

Within the scope of the Project / Internship, an internship was carried out to complete the Degree in Communication and Public Relations. Therefore, this report reflects the experience, in the area of communication, held at the Hotel Porto Santa Maria, PortoBay Hotels & Resorts.

The internship lasted three months, starting on July 2th and ended on October 2th 2018. The activities developed during this period took place in the context of Public Relations, namely in the Guest Relations and Reception departments.

In terms of structure, it is divided into two major chapters: the first where the contextualization of the company is presented, and the second describes all activities performed.

The main objective was based on the integration, application and development of theoretical knowledge, obtained during the three years of the Degree, in the practice concretized during the internship.

Key Words: Communication; PortoBay; Internship; Guest Relations.

Índice Geral

Ficha de identificação	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iii
<i>Abstract</i>	iv
Índice de Figuras	vii
Índice de Tabelas	vii
Introdução	1
Capítulo I – Porto Santa Maria	2
1. Contextualização	3
2. Missão e Filosofia.....	5
3. Identidade Visual	6
3.1. Logótipo	6
3.2. <i>Slogan</i>	7
4. Organograma	7
5. Espaços e Serviços	8
6. Comunicação	10
6.1. Comunicação interna.....	10
6.1.1. <i>Opera</i>	10
6.1.2. Correio eletrónico.....	11
6.1.3. Reuniões de Chefias	11
6.2. Comunicação externa	12
6.2.1. Jornal <i>PortoBay</i> e Revista IN.....	12
6.2.2. <i>Posters</i>	12
6.2.3. Outros.....	13
7. Guest Relations.....	13
8. Análise SWOT.....	14
Capítulo II – Atividades	16
1. Atividades	17
1.1. <i>Guest Relations</i>	17
1.1.1. Assistência ao pequeno-almoço	17
1.1.2. <i>Weather Forecast, Daily News e Good Morning News</i>	18

1.1.3. Programa de Animação	20
1.1.4. <i>Posters</i>	20
1.1.5. <i>Cocktail</i> da Direção	22
1.1.6. Questionários cliente	23
1.1.7. Fotografia	24
1.1.8. Outras	27
1.2. Receção	28
Conclusão	31
Bibliografia.....	32
Anexos	
Apêndices	

Índice de Figuras

Figura 1 - Arquipélago da Madeira	3
Figura 2 - Logótipo PortoBay Hotels & Resorts	6
Figura 3 - Logótipo Porto Santa Maria	6
Figura 4 - Organograma Porto Santa Maria	8
Figura 5 - Fachada do hotel	24
Figura 6 - Fachada Regra dos terços	25
Figura 7 - Terraço Panorâmico	26
Figura 8 - Ginásio Fonte	26
Figura 9 - Ginásio Regra dos terços	27
Figura 10 - Exposição Motas	28

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Análise SWOT	14
--------------------------------------	----

Introdução

O presente relatório de estágio foi elaborado no âmbito da unidade curricular designada de Projeto/Estágio com vista à conclusão da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda. Neste relatório estão especificadas as atividades realizadas ao longo do estágio no Hotel Porto Santa Maria, hotel este que pertence ao grupo de renome *PortoBay Hotels & Resorts*, entre os meses de julho e outubro de 2018.

Trata-se de uma experiência importante, para alguns a primeira, no mercado de trabalho. Durante um curto período de tempo é dada ao estudante a oportunidade de adquirir conhecimentos a nível profissional e pessoal, desenvolver competências e criar uma rede de contactos que podem, futuramente, abrir portas ao mundo da empregabilidade. Aquando à escolha da entidade de acolhimento, o estudante é acompanhado por dois orientadores: um docente orientador e um supervisor. O docente orientador é aquele que acompanha o estudante na perspetiva académica do estágio curricular, enquanto a supervisora, é responsável por elaborar um Plano de Trabalho (Anexo 1) com as atividades e funções a desenvolver pelo estudante e acompanhá-lo diariamente na realização das mesmas.

Ao longo dos três anos da licenciatura foram adquiridas competências e conhecimentos fulcrais para uma boa execução das funções que me foram atribuídas, por exemplo, a nível linguístico.

Sendo uma empresa inserida na indústria hoteleira, as atividades realizadas durante estes três meses foram maioritariamente focadas no departamento de Relações Públicas (*Guest Relations*), apesar de que, durante as duas últimas semanas do período de estágio, foi-me dada a oportunidade de trabalhar na área de *Front Office*, mais precisamente na Receção.

Este relatório está dividido em dois grandes capítulos. O Capítulo I engloba toda a caracterização da organização, desde a história, missão, valores, um pouco acerca de cada uma das unidades hoteleiras pertencentes ao grupo e o programa de fidelização. Já no Capítulo II consta uma descrição detalhada das atividades desenvolvidas no hotel. Finalizando, apresento uma reflexão a nível pessoal, indicando aprendizagens e dificuldades superadas.



Capítulo I – Porto Santa Maria



O Hotel Porto Santa Maria do grupo *PortoBay Hotels & Resorts* foi o local escolhido para a realização do Estágio Curricular obrigatório para a conclusão da Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas. Esta unidade hoteleira encontra-se localizada na ilha da Madeira, mais precisamente no concelho do Funchal.

1. Contextualização

A ilha da Madeira, mais conhecida como “Pérola do Atlântico”, é um dos principais pontos turísticos de Portugal, que anualmente atrai população de todo o mundo pelo seu encanto natural, história, cultura e a gastronomia característica e única. Descoberta em 1419 por João Gonçalves Zarco e Bartolomeu Perestrelo, esta é uma das sete ilhas que fazem parte do arquipélago da Madeira (Figura 1) (mun-funchal.pt, 2018).

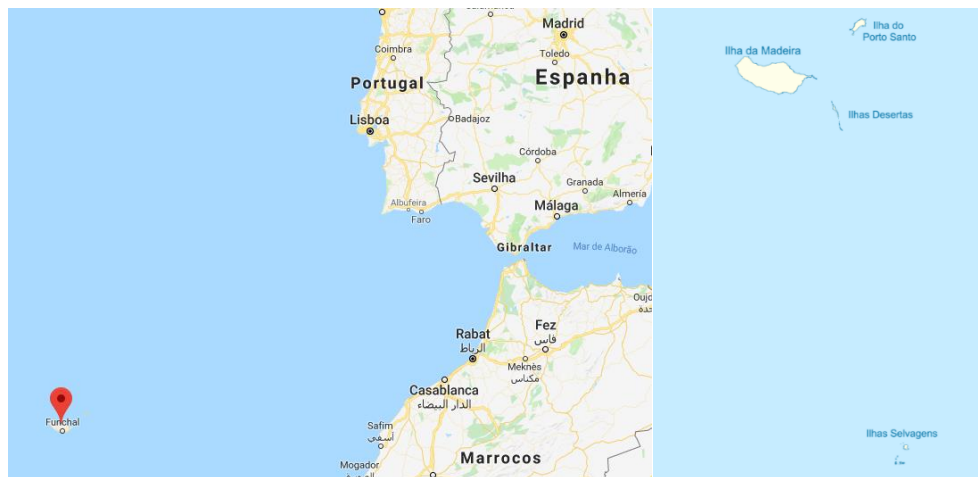


Figura 1 - Arquipélago da Madeira
Fonte: *Google.maps*

O turismo é a maior fonte de sustentabilidade da ilha da Madeira e ao longo dos anos, foi visível o aumento e crescimento da hotelaria neste território (visitmadeira.pt, 2018). Inaugurado em 2000, o Hotel Porto Santa Maria está situado junto à Rua Santa Maria, na Zona Velha da cidade, local que serviu de inspiração para o nome que lhe foi atribuído. Este hotel é uma fusão entre o estilo característico da cadeia de hotéis PortoBay e a vertente cidadina oferecida pela sua localização (portobay.pt, 2018).

O grupo *PortoBay* foi criado em 1988 por iniciativa de um grupo de investidores da ilha da Madeira e de Portugal Continental, dos quais podemos destacar o Dr. Trindade e o Dr. Caldeira, ambos já integrados no ramo hoteleiro. Este projeto surgiu a partir do desejo

de construir unidades hoteleiras capazes de responder às necessidades do mercado a nível das “instalações, serviços e posicionamento”. Quase dez anos mais tarde, em 1997, o grupo ganha denominação PortoBay, nome este que o acompanha até aos dias de hoje (portobay.pt, 2018).

O primeiro hotel do grupo, *Suite Hotel Eden Mar*, foi inaugurado a 1988 no Funchal, ilha da Madeira. Este é um hotel de quatro estrelas com *suites* amplas que proporcionam o conforto expectável pelos hóspedes na sua estadia. Totalmente renovado em 2009, este hotel conta com 146 quartos subdivididos por *superior studios*, *studios*, *junior suites* e as *standart suites* (portobay.pt, 2018).

Em 1994, devido ao desenvolvimento turístico, o grupo sentiu a necessidade de se expandir e assim nasce o primeiro hotel de cinco estrelas, o *The Cliff Bay*. Uma vista única sobre a baía do Funchal, acesso direto ao mar e 200 quartos onde impera o conforto, a elegância e o requinte. É importante destacar o *Il Gallo D'Oro*, restaurante gourmet pertencente a esta unidade hoteleira que, em 2009, recebe a primeira estrela *Michelin* atribuída na ilha da Madeira (portobay.pt, 2018).

Dezembro de 2003 é inaugurado mais um grande projeto, o *Vila Porto Mare*. Este é um *resort* composto por três unidades hoteleiras distintas: o *Suite Hotel Eden Mar*, o *Vila Porto Mare* e o, também novo, aparthotel *The Residense*. Todos fazem parte da mesma infraestrutura e partilham restaurantes, piscinas, spa, campos desportivos e todos os jardins tropicais, mas a identidade de cada um dos hotéis é evidente pelas diferentes receções como também as tipologias dos quartos (portobay.pt, 2018).

No mês de janeiro de 2007 o grupo faz a sua primeira internacionalização. PortoBay Rio de Janeiro, situado na cidade do Rio de Janeiro, um hotel de quatro estrelas, com 117 quartos e uma localização única com vista para a praia de Copacabana (portobay.pt, 2018).

Ainda em 2007 surge o *PortoBay Búzios*, um Boutique Hotel adquirido pelo *PortoBay Hotels & Resorts*. Com apenas 21 *suites*, revela-se um hotel mais reservado, mas com um ambiente tropical oferecido pela cidade onde se encontra inserido – Búzios. No mesmo espaço de tempo nasceu outro projeto deste grupo, o *PortoBay Falésia*, situado no Algarve. O novo hotel de quatro estrelas foi inaugurado em Março de 2008, tem uma capacidade de 310 quartos (portobay.pt, 2018).

Posteriormente, em 2009, emergiu já um terceiro edifício da unidade hoteleira no Brasil com cinco estrelas, o *L'Hotel PortoBay São Paulo*. Este hotel está localizado no centro da cidade, mais precisamente na Avenida Paulista. Em 2012 foi altura de se voltar a expandir na ilha da Madeira com o *PortoBay Serra Golf*, na freguesia de Santo António da Serra, concelho de Santa Cruz. Sofreu uma remodelação entre fevereiro e março desse ano e foi erguido a partir de uma casa originalmente construída em 1920. Três anos mais tarde, em 2015, concretizou-se a abertura do décimo hotel *PortoBay* e desta vez na capital portuguesa, Lisboa, sendo a terceira cidade portuguesa eleita para mais um projeto do grupo hoteleiro, o *PortoBay Liberdade*, com apenas 98 quartos. O *PortoBay Marquês* abriu em 2016, localizado junto à praça do Marquês de Pombal. Esta é uma unidade de quatro estrelas e com apenas 72 quarto é um hotel urbano no coração da cidade de Lisboa. Ainda em fase de construção, *Les Suites at The Cliff Bay*, é o mais recente projeto anunciado, que conta com 23 suítes de luxo, situado no *Cliff Bay*, e com abertura prevista para abril de 2019 (portobay.pt, 2018).

2. Missão e Filosofia

A missão de uma determinada empresa está focada na “sua razão de ser, o motivo da sua existência ou seu propósito” (Freitas, 2013:31). Posto isto, a missão do *PortoBay Hotels & Resorts* é apostar num serviço que visa um constante profissionalismo, através da interatividade com os clientes, de modo a facilitar a antecipação das suas necessidades e, por sua vez, conseguir sempre superar as expectativas a cada visita (portobay.pt, 2018).

Passados 30 anos, a excelência sempre acompanhou o nome *PortoBay* e o sucesso desta empresa está na filosofia corporativa: “Produto, Promoção e Pessoas” (portobay.pt, 2018).

A fidelização dos clientes *PortoBay* é altamente elevada, sendo que, ano após ano os hóspedes regressam às unidades hoteleiras do grupo devido ao alto nível de eficiência dos serviços e da ótima experiência vivida posteriormente. Desta forma, o grupo vê cumprida a sua filosofia na medida em que vende os seus produtos, promove-os e fideliza os seus clientes, sendo este o seu grande objetivo (portobay.pt, 2018).

3. Identidade Visual

A identidade visual é “um sistema de signos visuais e as suas regras básicas de uso que caracterizam, distinguem e coordenam a identificação de uma empresa” (Resende, 1979:89). Estes signos podem aparecer de várias formas (Pinho, 1996:32): símbolos, tipologias, mapa de cores e logótipos.

3.1. Logótipo

Um logótipo pode ser formado por uma ou várias palavras, acrónimos, ou até mesmo pelo próprio nome da empresa (Wheeler, 2018:67). O departamento de Marketing refere que a ideia surgiu, neste caso, de duas palavras: porto e bay. Inicialmente, apenas na Madeira, a palavra “porto” surgiu a partir da própria localização da ilha e do facto de estar no meio do Oceano Atlântico, sendo que “porto” não só teria mais personalidade e impacto do que “mar”, mas também refletia maior *glamour* normalmente associado a cidades portuárias. A palavra estrangeira “bay” além de reforçar a ideia de mar, naquela altura fazia ligação ao primeiro hotel do grupo, o *The Cliff Bay*. Visualmente a ideia foi procurar um tipo de letra específico e exclusivo da marca tendo em conta a sua proximidade, personalidade, diferenciação e maneira de estar. Em relação ao logótipo do Hotel Porto Santa Maria (Figura 3), tal como nos restantes hotéis, foi uma adaptação do original (Figura 2).



Figura 2 - Logótipo PortoBay Hotels & Resorts
Fonte: Departamento Marketing



Figura 3 - Logótipo Porto Santa Maria
Fonte: Departamento de Marketing

Alem dos elementos referidos anteriormente, podemos ainda mencionar a cor. É importante saber que todas as cores têm as suas conotações, positivas e negativas, e que são tidas em conta aquando da escolha, neste caso, para um logótipo. O azul, escolhido para colocar nas letras, transmite serenidade, limpeza, higiene e ainda pode ser associado ao mar e à localização da ilha da madeira. Outra cor utilizada foi o branco no fundo do

logótipo que transmite pureza, perfeição e sabedoria (Lindon, *et al.*, 2004:211). O principal objetivo na escolha das cores é fazer com que haja um reconhecimento por parte do público e por sua vez atribuir um determinado valor à empresa (Wheeler, 2018:166).

3.2. Slogan

O *slogan* é “uma fórmula concisa e marcante, facilmente repetível, que resume a personalidade do produto/serviço ou da marca, e o comunica em linguagem publicitária, de modo a aproximá-lo do público-alvo” (Gabrielli & Hoff, 2017:s/p). Posto isto, o *PortoBay* é uma marca, no seu conjunto total, flexível e que vai evoluindo conforme os tempos, as pessoas, tecnologias, entre outros. Contudo, o fio condutor para o seu desenvolvimento será sempre “*Inspired By You*” (inspirado por si), um *slogan* curto, de fácil memorização e com impacto no leitor.

A história por detrás deste *slogan* está no primeiro hotel do grupo. O *Suite Hotel Eden Mar* foi criado através de uma pesquisa direta com o público-alvo e sobre como seria o hotel ideal para eles. Concluiu-se que, hoje, com uma maior capacidade de interação com os clientes, o *feedback*, satisfação e fidelização continuam a ser a inspiração da marca *PortoBay* (Santos, 2018).

4. Organograma

Um organograma é um “gráfico da estrutura hierárquica de uma organização social complexa, representando simultaneamente os diversos elementos do grupo e as suas relações respetivas” (priberam.org, 2018). Na Figura 4, está representado o organograma do Hotel Porto Santa Maria com todos os departamentos e as suas respetivas áreas na devida ordem hierárquica.

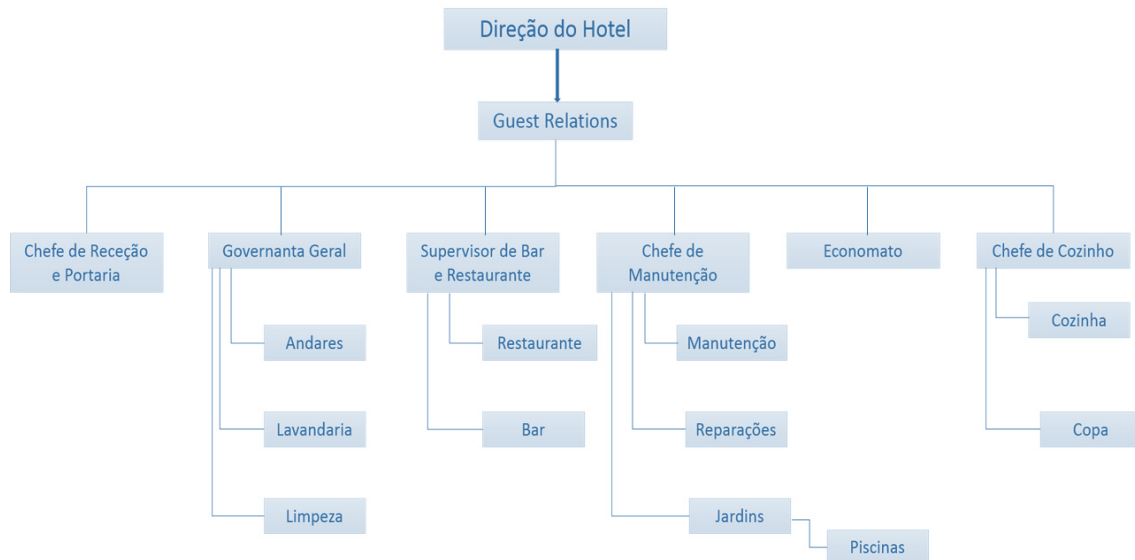


Figura 4 - Organograma Porto Santa Maria
Fonte: Elaboração própria

A partir deste organograma podemos verificar que o cargo mais alto na hierarquia deste hotel é o da Sr.^a Diretora Carla Bacanhim, como Diretora do Porto Santa Maria. De seguida, o departamento no qual realizei a maior parte do meu estágio, departamento de *Guest Relations*, coordenado pela minha supervisora Lina França. Não menos importantes, são todos os restantes departamentos que fazem parte da organização do hotel e as suas respetivas áreas abrangentes.

5. Espaços e Serviços

O Hotel Porto Santa Maria, como já foi referido anteriormente, foi o primeiro hotel citadino do grupo, e está localizado mesmo junto à Rua Santa Maria, uma das ruas mais antigas da ilha da Madeira, que influenciou na escolha do nome desta unidade hoteleira (portobay.pt, 2018). Apesar de ser relativamente mais pequeno que os restantes hotéis do grupo, disponibiliza espaços e serviços que tornam a estadia dos seus hóspedes agradável e memorável.

Dentro do hotel, para além dos 146 quartos distribuídos pelos pisos 1, 2 e 3, os hóspedes dispõem de vários espaços que podem usufruir durante a sua estadia, como o Restaurante Arsenal, situado no piso 0, onde são servidos o pequeno-almoço e o jantar que tem um menu para cada dia da semana com o seu respetivo tema. Este restaurante tem esta denominação porque a zona onde foi construído era, e continua a ser, uma zona piscatória

chamada Arsenal (França, 2018). Além do restaurante, na zona da receção, o hóspede tem sofás confortáveis que podem ser utilizados em qualquer momento da sua estadia e um quiosque onde lhe são disponibilizadas *souvenirs*, *merchandising* do *PortoBay* e alguns jornais internacionais.

Ainda no piso 0, encontram o *Captain's Bar*, um espaço acolhedor e calmo que para além da animação musical diária, dispõe de variados *cocktails*, bebidas quentes e frias e alguns *snacks*. Anexado ao *Captain's Bar* está a biblioteca do hotel, que para além de disponibilizar livros em diferentes idiomas para que todos os hóspedes possam usufruir, como também, uma televisão onde são transmitidos os principais eventos desportivos.

No piso -1 situa-se a piscina interior que, através de uma abertura discreta, dá acesso à ponte aérea exterior. Na zona da piscina está um dos três *jacuzzis* do hotel e um pequeno ginásio equipado com máquinas básicas de fácil utilização. Ainda neste piso encontra-se o *Spa* que disponibiliza vários tipos de tratamentos, por exemplo, reflexologia, depilação, tratamentos faciais e vários tipos de massagens. Do lado oposto deste piso encontram-se a sala de jogos e uma sala dedicada a conferências. A parte com a melhor vista sobre a ilha é no piso 3, o terraço panorâmico. Com uma vista única sobre o mar e a serra madeirense, dispõe de um *jacuzzi*, um duche e algumas espreguiçadeiras.

Quanto à zona exterior do hotel, situado junto à piscina, o Bar *Promenade* é um espaço que permite ao hóspede desfrutar de uma bebida ou uma refeição leve ao ar livre e ainda usufruir de uma vista sobre o Porto de Recreio do Funchal e com acesso direto à *promenade*. Além destes serviços, é essencial mencionar dois mais: o *Prestige Club* e o *Courtesy Bus*.

No âmbito de melhorar e aumentar a fidelização dos clientes, em 2003, é lançado o programa *Prestige Club* (Anexo 2). Este programa é automaticamente ativado após a primeira estadia, sendo que na sua próxima reserva, o cliente pode usufruir de determinadas regalias, entre elas os descontos nas empresas parceiras do Hotel Porto Santa Maria. Estas empresas disponibilizam serviços como: passeios de barco, *tours* aos diferentes pontos turísticos, passeios pedestres – levadas, aluguer de carros e aluguer de *segways*.

O *Courtesy Bus* é, tal como o nome indica, um autocarro. Totalmente gratuito, para os hóspedes de todas as unidades hoteleiras, este autocarro faz ligação entre o Hotel Porto

Santa Maria, o *Hotel Vila Porto Mare* e o *The Cliff Bay*, passando ainda pelo centro do Funchal com o intuito de dar a conhecer mais da cidade aos seus hóspedes.

6. Comunicação

A comunicação é “uma das principais ferramentas – se não a principal – para o desenvolvimento do ser humano. Sem a comunicação jamais teríamos chegado onde estamos” (Passadori, 2009:8). É através da comunicação que o Homem, desde sempre, troca informações e é também através desta transmissão e receção que se criam relações e por sua vez uma sociedade (Monteiro & outros, 2006:54).

É importante ter em consideração que a comunicação requer dois elementos fundamentais: o emissor e o recetor. Entre estes elementos são considerados os canais utilizados e as diferentes ligações psicológicas (Fiske, 1993).

A comunicação pode ser subdividida em comunicação interna e comunicação externa. Ambas são importantes para o bom funcionamento da empresa e podem “ser exercidas simultânea ou paralelamente” (Bahia, 2013:s/p).

6.1. Comunicação interna

Podemos tomar como comunicação interna “todo o tipo de fluxo de informações ocorridos dentro de uma empresa, numa relação de troca entre os funcionários, chefes, departamentos e todos os níveis que compõem a organização” (Silva, 2010:15). No Hotel Porto Santa Maria são várias as formas de comunicar internamente, sendo algumas abrangentes a todo o *staff*, como o programa *Opera* e o correio eletrónico, e outras apenas aos chefes dos diferentes departamentos, como as reuniões de chefias.

6.1.1. Opera

O *Opera* é um programa interno que tem como finalidade a comunicação entre os diferentes departamentos do hotel como também entre as diferentes unidades hoteleiras. Todos os membros do *staff* que pretendem usufruir desta ferramenta de comunicação têm,

cada um, que criar uma conta de utilizador. De todas as funcionalidades que o Opera (oracle.com, 2018) dispõe, as mais importantes estão ligadas aos:

- ✓ perfis – criar, aceder e/ou editar;
- ✓ reservas – criar, editar, confirmar ou cancelar;
- ✓ receção – verificar chegadas, fazer ou cancelar *check-in*, aceder a todos os hóspedes e aos seus perfis, programar atividades ou serviços;
- ✓ pagamentos – aceder ao historial das contas dos hóspedes, efetuar pagamentos, e fazer *check-out*;
- ✓ gestão de quartos – verificar ocupação do hotel, condições dos quartos, aceder ao histórico dos quartos.

6.1.2. Correio eletrónico

Dentro do Hotel Porto Santa Maria a principal forma de divulgação de informações internas é através de uma lista de distribuição de *emails*. Geralmente cada colaborador tem o próprio endereço eletrónico da empresa para tornar esta difusão mais fácil, mas como existem membros do *staff* que não têm acesso a essa forma de comunicação a alternativa é que sejam impressas todas as informações pelos respetivos chefes de departamentos e colocadas num placard no *Back Office*.

6.1.3. Reuniões de Chefias

Todas as sextas-feiras, pelas onze da manhã, é convocada, pela Sr.^a Diretora Carla Bacanhim, uma reunião, com todos os chefes de departamentos, que serve, principalmente, para fazer um balanço da semana que se passou. Também é aqui que devem ser apresentadas propostas e ideias dos diferentes departamentos para posteriormente serem analisadas pela direção.

Na última sexta-feira de cada mês, nesta reunião, é eleito o empregado do mês.

6.2. Comunicação externa

A comunicação externa numa empresa é toda a informação que é divulgada para o seu público-alvo. Nos dias que correm, nenhuma empresa consegue apenas focar-se num determinado público e a sua comunicação, de certa forma, é recebida por todos e torna-se cada vez mais fácil despertar interesse e, por consequência, aumentar a sua visibilidade e melhorar a sua imagem (Freire, 2015:26). No Porto Santa Maria a comunicação externa é feita através de um jornal denominado *Jornal PortoBay*, da Revista IN, de posters e pelas diferentes redes sociais como o *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, e *Youtube*.

6.2.1. Jornal *PortoBay* e Revista IN

O jornal *PortoBay* é um jornal anual, adaptado a cada unidade hoteleira, que inclui informações acerca de novos investimentos, as novidades dos diferentes departamentos e algumas notícias, entregue no ato do *check-in*.

A Revista IN é uma revista, tal como o jornal, anual, lançada em janeiro onde constam todas as informações sobre cada um dos hotéis do grupo *PortoBay* e entrevistas com os respetivos diretores. É também nesta revista que são apresentadas as novidades do grupo no que toca a renovações feitas, novas unidades hoteleiras, parcerias com novas empresas e ainda todo o programa de animação para o ano que está a decorrer, tanto em Portugal como no Brasil.

Esta revista é apenas em suporte papel e além de ser disponibilizada para qualquer pessoa, hóspede ou não, em todos os hotéis é ainda enviada, por correio, a todos os hóspedes que a solicitem.

6.2.2. Posters

O cliente quando chega ao hotel tem disponibilizadas várias informações acerca do hotel, quer na receção quer no quarto. Com o passar dos anos e com a experiência adquirida o Porto Santa Maria concluiu que muitos dos seus hóspedes não prestavam a devida atenção às informações fornecidas acerca de atividades, serviços e instalações e isso refletia-se na

forma como aproveitavam a sua estadia, então foram criados os *posters*. Estes, afixados em quadros e placards em todo o hotel, são a melhor forma de divulgar todo o tipo de informação, por exemplo, animação diária, menus, jogos, entre outros.

6.2.3. Outros

Além dos referidos anteriormente, com o intuito de promover o seu hotel, o Porto Santa Maria dispõe de outras formas de comunicação externa com os seus públicos-alvo, nomeadamente:

- ✓ Site oficial do PortoBay: www.portobay.pt;
- ✓ Redes Sociais: *Facebook, Instagram, Twitter e Youtube*.

É importante salientar que, no *site* oficial da empresa, o cliente ainda tem acesso às ofertas especiais, notícias, parcerias, prémios e uma seção destinada às reservas.

7. *Guest Relations*

Lampreia (s/d: 85) entende por “relações públicas o esforço deliberado, planificado, coeso e contínuo da alta administração para estabelecer e manter uma compreensão mútua entre uma organização pública ou privada e o seu pessoal, assim como todos os grupos aos quais está directa ou indirectamente ligada”.

O que acontece no grupo *PortoBay* é que as funções de um profissional de Relações Públicas são distribuídas por três diferentes departamentos, nomeadamente: departamento de Recursos Humanos, departamento de Marketing e, criado pelo grupo, o departamento *Guest Relations*. Desta forma, o departamento de Recursos Humanos e o departamento de Marketing são os responsáveis pelas estratégias comunicativas de todas as unidades hoteleiras, sendo que o primeiro é o departamento do grupo que fica responsável por toda a comunicação externa à empresa, e o segundo pela comunicação interna, direcionada a todos os funcionários. Quanto ao *Guest Relations*, ao contrário dos outros dois, é um departamento que se encontra em todas as unidades hoteleiras, de forma individual, e é gerido por apenas um profissional. Dentro de cada hotel, o *Guest Relations*

é responsável pela comunicação interna, direcionada a todo o *staff*, e pela comunicação externa, direcionada para os hóspedes e potenciais hóspedes.

As funções dos *Guest Relations*, no Porto Santa Maria, passam pela resolução de problemas, tanto a nível interno como externo, promoção do programa de atividades através de *posters* e organização de eventos.

8. Análise SWOT

O Hotel Porto Santa Maria é considerado um hotel de médio porte, mas não deixa de ter uma taxa de ocupação a rondar a ordem dos 95% entre julho e setembro. Este número revela a contínua escolha dos turistas como também o bom trabalho por parte da unidade hoteleira ao estabelecer uma ligação forte com os seus clientes, levando à sua fidelização.

A análise SWOT não passa de “um simples sistema de posicionar ou verificar a posição da empresa no ambiente em questão” (Daychouw, 2007:7) e consiste na definição dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças dessa determinada empresa. Analisando a estrutura do Hotel Porto Santa Maria, foi possível definir os pontos na tabela 1.

Tabela 1 - Análise SWOT

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Boa localização ✓ Fácil acesso a transportes públicos ✓ Instalações em boas condições ✓ <i>Staff</i> competente e qualificado ✓ Imagem cuidada dos colaboradores ✓ Leque de atividades disponíveis ✓ Hotel apenas para adultos 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Distância do aeroporto ✓ Falta de espaço para expansão ✓ Jardim adjacente ao hotel ✓ Entrada do hotel pública
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Requalificação da Zona Velha da cidade ✓ Aumento da restauração na área ✓ Crescimento de eventos turísticos promovidos pela RAM 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Aumento de concorrentes ✓ Hotéis sem restrição de idade ✓ Imprevisibilidade da meteorologia no aeroporto

Fonte: Elaboração própria

De acordo com a tabela, os pontos fortes do hotel são a sua boa localização, o facto de estar no centro da cidade proporciona o fácil acesso aos transportes públicos (tanto as instalações como todo o *staff*) é apresentado de forma exigente de acordo com os critérios do grupo PortoBay e, além disso, o hotel apenas permitir adultos e conseguir disponibilizar várias atividades direcionadas a este tipo de público.

Estando localizado no centro, o acesso ao aeroporto não é o melhor, pois este encontra-se a cerca de 30min de carro do Funchal. Outro ponto fraco que foi referido foi a falta de espaço para uma possível expansão das instalações visto que a área envolvente ao hotel está ocupada com restauração e jardins públicos. Um dos jardins na área envolvente do hotel é um problema porque sendo público atrai todo o tipo de pessoas, inclusive sem-abrigo, o que, por vezes, é tomado em conta aquando a escolha do hotel.

Quanto às oportunidades, estas baseiam-se no crescimento turístico e no crescimento da área da restauração da ilha da Madeira.

Por último, as ameaças estão relacionadas com a restrição de idade no hotel, o que impede que muitas famílias possam ficar hospedadas, o aumento do turismo que, por sua vez, aumenta a concorrência, e ainda o facto da meteorologia na ilha da Madeira ser muito instável, principalmente na zona do aeroporto.

Podemos concluir que apesar de estar relativamente longe do aeroporto e ter alguns pontos fracos no que toca à área envolvente, o hotel encontra-se muito bem localizado e está num ponto estratégico da cidade.



Capítulo II – Atividades



Neste segundo capítulo, serão abordadas e desenvolvidas todas as atividades realizadas no estágio e serão divididas em duas partes distintas. A primeira será no âmbito das *Guest Relations* e a segunda na área do *Front Office*.

1. Atividades

Todas as atividades realizadas no âmbito do estágio foram sempre executadas com rigor, criatividade e inovação de modo a responder às expectativas.

1.1. *Guest Relations*

No departamento de *Guest Relations*, a variedade de atividades por mim realizadas era grande e permitiu que tivesse um pouco de liberdade no meio hoteleiro.

1.1.1. Assistência ao pequeno-almoço

A primeira atividade realizada na empresa foi a assistência ao pequeno-almoço. Esta foi uma tarefa predominante todos os dias durante o estágio e consistia em receber os hóspedes à entrada do restaurante onde se realiza o pequeno-almoço e cordialmente encaminhá-los a uma mesa da sua escolha, no interior ou no exterior. O meu papel como estagiária de *Guest Relations*, entre as oito e as dez e meia da manhã, foi simples, mas muito importante na medida em que os colegas do restaurante têm apoio necessário e os hóspedes sentem-se bem com a atenção e a boa receção logo pela manhã. Além desta parte da tarefa, surgiram algumas situações em que o hóspede se dirigiu ao *staff* e informou que tinha algum tipo de alergia ou intolerância alimentar e, nestes casos, é necessário, não só enviar um mail ao *Chef* para que este possa cozinhar outro prato, como também colocar e atualizar o perfil do cliente para a posterioridade.

É essencial saber que esta é uma tarefa que requer confiança e postura para que se possa gerir bem o problema entre as mesas disponíveis e as exigências dos clientes. Muitas

vezes aconteceu termos que reservar algumas mesas para famílias numerosas e isso implica uma gestão diferente dos lugares e pode resultar em clientes insatisfeitos.

1.1.2. *Weather Forecast, Daily News e Good Morning News*

Uma das principais funções de *Guest Relations* é fornecer a máxima informação ao hóspede durante a sua estadia para que este consiga planear as suas atividades diárias.

O *Weather Forecast* é um documento, em formato A4, que permite ao cliente saber as previsões meteorológicas dos dois dias seguintes de acordo com os dados fornecidos pelo IPMA (Instituto Português de Mar e Atmosfera). É feito todos os dias após o pequeno-almoço, à exceção de sábado e domingo, em que é feito na sexta-feira, e é exposto no balcão da receção.

Durante o estágio foi-me proposto pela minha orientadora a elaboração de um novo *design* do *Weather Forecast*, pois o atual já estava no hotel desde que este abriu. Tentei fazer algo simples, mas criativo e diferente (Apêndice 1).

Quanto ao *Daily News* (Apêndice 2), este é um cartaz, em formato A3, realizado de dois em dois dias, novamente com exceção de sábado, domingo e segunda, que são atualizados à sexta-feira, onde se colocam várias informações e todas em quatro idiomas: português, inglês, alemão e francês. Na parte superior está indicado o dia, o mês e as previsões meteorológicas com o devido ícone a ilustrar. A parte mais importante deste cartaz são as sugestões diárias de atividades para fazer na ilha da Madeira, por exemplo, visitas a jardins, passeios de barco, eventos, feiras e museus. De forma a propagar os serviços existentes no hotel, às quartas e sextas-feiras, é incluído no *Daily News* o tratamento do dia no nosso *spa*, informação fornecida no início de cada mês pela colega coordenadora desse departamento. Além disso, na parte inferior, são divulgadas as atividades disponíveis no hotel, a acontecerem no dia e no dia seguinte e, por fim, alguma informação acerca do horário do pequeno-almoço (hora com mais e menos movimento). Frequentemente, era necessário fazer uma pequena pesquisa acerca de atividades inovadoras e chamativas para uma atualização diária deste cartaz. Com o intuito de ser visto pelo maior número de hóspedes, este cartaz é exposto em dois placares diferentes: um junto à biblioteca e outro no *lobby*, junto aos elevadores.

Já o *Good Morning News* (Apêndice 3) é realizado todas as segundas e sextas-feiras, à segunda-feira é feito de terça-feira a sexta-feira e à sexta-feira é feito de sábado a segunda-feira. Este documento, tal como o *Daily News* é feito nos quatro idiomas, e está dividido em duas partes. A parte da frente destina-se a um aglomerado de informações: o horário de funcionamento do restaurante Arsenal; o programa semanal de atividades, pagas e gratuitas, disponibilizadas pelo hotel; o entretenimento semanal no *Captain`s Bar* e no Restaurante Arsenal; um espaço dedicado a informações úteis como o horário do *Courtesy Bus* e, por fim, as principais atividades do dia e do dia seguinte.

Todas as atividades e entretenimento estão assinalados com o devido horário para que os hóspedes possam, com antecedência, planear os seus dias. Outra das razões pela qual são apresentadas desta forma é a necessidade de algumas atividades carecerem de uma reserva prévia na receção.

A parte de trás do *Good Morning News* destina-se a notícias. Sendo este elaborado em quatro idiomas, o PortoBay sentiu a necessidade de assinar contrato com um jornal de Portugal, um de Inglaterra, um da Alemanha e um de França para que os hóspedes, durante a sua estadia, tenham acesso a esse tipo de informação acerca do seu país.

Ao longo dos três meses que estive no Hotel Porto Santa Maria surgiram situações que implicaram a alteração do programa de entretenimento e do programa de atividades e foi minha responsabilidade alterar e atualizar o *Daily News* e o *Good Morning News* quando preciso, para que não houvesse inconvenientes com os hóspedes.

Ao fim de terminar a edição, estes documentos são deixados em cima da secretária, com indicação dos dias a que correspondem, para o *Night Auditor*. O *Night Auditor* é a pessoa responsável por:

- recolher o *Weather Forecast*, o *Daily News* e o *Good Morning News*;
- colocar o *Weather Forecast* e o *Daily News* nos devidos *placards*;
- juntar o *Good Morning News* às respetivas notícias nos diferentes idiomas, e imprimir numa quantidade considerável.

Sem este profissional não seria possível a informação chegar ao público pretendido.

1.1.3. Programa de Animação

O hóspede, ao chegar ao quarto, após o *check-in*, depara-se com uma pequena pasta de informações úteis sobre o hotel e uma delas é o Programa de Animação. É um documento em formato A4 que contém o programa de entretenimento semanal, *tours* e atividades disponibilizadas pelo hotel.

A minha tarefa em relação a este programa era criar um novo *design*. Visto que sempre teve o formato A4, surgiu a ideia de fazer um desdobrável (Apêndice 4), uma forma inovadora de informar acerca de todas as atividades. Alterei tipos de letra, cores dos títulos usei, inclusive, fotografias tiradas, por mim, nas instalações do hotel.

1.1.4. Posters

Os *posters* foram uma grande parte do meu dia a dia durante o estágio, alguns foram definidos no Plano de Estágio enquanto outros surgiram no âmbito de determinadas atividades. Além do seu caráter informativo, os *posters* também tinham como objetivo divulgar e atrair os hóspedes para a variedade de atividades e serviços disponibilizados.

Foram desenvolvidos temas nas seguintes áreas:

- **desporto** - todas as segundas-feiras, recorrendo à informação disponível no *site* oficial da Sport TV (www.sporttv.pt), era elaborado um *poster* com a programação semanal dos desportos de mais interesse para os hóspedes como o futebol, o rugby e o rally (Apêndice 5). Este *poster* é exposto, num quadro com tripé, junto ao *Captain`s Bar* que, por sua vez, é o local onde serão emitidos em direto os jogos e corridas.
- **músicos** - de segunda a domingo, o hotel tem uma variedade de atuações com diferentes tipos de música no *Captain`s Bar*. Assim sendo, foi proposto pela minha orientadora desenvolver um *poster* para cada dia da semana com os respetivos músicos, local e hora. Depois de terminamos, os *posters* eram impressos cinco vezes para serem arquivados numa pasta que se encontra na receção e, mais tarde, expostos pelo *Night Auditor*, nos quatro elevadores e no *placard* junto à receção num dos *posters* (Apêndice 6).

- **regras para os músicos** - como foi referido no ponto anterior, as atuações eram diárias e todos utilizavam determinados instrumentos e equipamentos que, por vezes, não eram devidamente arrumados. Posto isto, foi necessária a elaboração de um *poster* com algumas regras em relação à arrumação, à limpeza após a atuação e ao cuidado a ter com os instrumentos facultados.
- **navios** - utilizando a informação existente no *site* oficial da APRAM (Administração dos Portos da Região Autónoma da Madeira) foi feito, no início de cada mês, um cartaz com a lista de navios cruzeiros que irão atracar no porto do Funchal, com a respetiva data e a duração da sua visita à ilha da Madeira. Para além da tarefa de atualização mensal deste *poster*, também foi proposto a criação de um novo design (Apêndice 7).
- **menus do Restaurante Arsenal** - esta foi uma das propostas de trabalho que me entusiasmou mais. Não tinha qualquer tipo de data limite para terminar e foi feita ao longo do mês de julho para que nos meses de agosto e setembro pudessem ser utilizados. Quando terminei o design, este foi aplicado a todos os menus ao longo da semana, impresso e arquivado na pasta que está no restaurante. A exposição do menu de cada dia era feita pelo *staff* logo pela manhã.
- **empregado do mês** - como o próprio nome indica, todos os meses era feito um *poster* com todos os empregados do mês até ao mês em que nos encontrávamos juntamente como o empregado do ano. O meu trabalho era atualizar o *poster* a cada mês, mudar um pouco o design e afixá-lo em três sítios diferentes. Um no placar no corredor que está no corredor do *staff*, um exposto num quadro na cantina comum do *staff* e outro, também exposto num quadro, na parede da receção.
- **sinaléticas** – durante o estágio elaborei três sinaléticas diferentes. A primeira situação foi logo no início de julho acesso ao terraço do hotel estava limitado todas as terças-feiras por causa de um jantar temático de verão realizado nesse local, e havia a necessidade de informar os hóspedes previamente e até voltar ao funcionamento normal. Já em setembro, foram feitas umas obras de renovação do pavimento do restaurante Arsenal que impediram a realização das refeições nesse espaço, então foi feita uma sinalética que indicava o local onde seriam servidas as refeições, o motivo deste inconveniente e a duração das obras. A última era apenas uma atualização da que já existia para o *cocktail* da Direção. Todas estas

sinaléticas eram expostas nos devidos locais para que foram feitas e colocadas num quadro num tripé.

- *spa* – o meu estágio foi realizado durante o verão e, sendo a estação mais quente do ano, a minha orientadora sugeriu à direção que as aulas de *pilates* e *yoga* fossem realizadas ao ar livre, no terraço. Depois de ter sido aprovado, coube-me a tarefa de editar o *poster* do *spa* onde estão indicadas as aulas com os respetivos locais e horários.

1.1.5. Cocktail da Direção

Esta era uma tarefa feita semanalmente e estava dividida em duas partes. A primeira parte, às terças-feiras, consistia em aceder ao programa *Opera* e verificar a lista os hóspedes desde a quarta-feira anterior, para evitar que a mesma pessoa fosse convidada duas semanas seguidas ou evitar que não fosse convidada de todo. A minha função nesta fase era escrever os convites para os clientes *prestige* (convites azuis) e clientes *gold* (convites dourados). A minha orientadora quando me confiou esta tarefa alertou-me para verificar sempre: os apelidos dos hóspedes no caso de serem mais do que uma pessoa por quarto, o género, a nacionalidade, pois os convites podem ser escritos em português, inglês, francês e alemão e as chegadas para o dia seguinte até às dezassete horas que é a hora marcada para o *cocktail*.

Depois de estarem devidamente preenchidos, e antes de serem entregues à direção para assinar, são contabilizados. O passo seguinte era enviar um *e-mail* para o *Chef* de cozinha, a informar o número de pessoas esperadas, para que fossem preparadas quantidades adequadas de aperitivos, e um segundo *mail* para a chefe do departamento de F&B (*Food & Beverage*) a informar a mesma coisa, mas, neste caso, para que tivessem um inventário de bebidas disponíveis.

A segunda parte desta tarefa foi a participação no *cocktail*. Começava por meia hora antes da hora estipulada para início do *cocktail*, colocar a sinalética ao pé do local onde se iria realizar, no *Captain's Bar*.

No *cocktail* em si, a minha função era semelhante àquela que desempenhava no pequeno-almoço, receber os hóspedes convidados e encaminhá-los a uma mesa. Das primeiras vezes fui apenas como observadora, de forma a aprender o funcionamento deste pequeno evento. O objetivo do *cocktail* é poder conversar com os hóspedes acerca dos seus gostos,

a sua estadia no nosso hotel e muitas vezes dar sugestões e críticas construtivas essenciais para o desenvolvimento e melhoria do serviço no hotel. É também aqui que o hóspede pode perguntar acerca de algum passeio que queira fazer, o caminho para determinado sítio ou outro tipo de informação, e a minha função é pedir o número do quarto e, no dia seguinte, depois do pequeno-almoço, fazer uma pequena pesquisa das informações solicitadas para enviar para o quarto juntamente com uma carta a explicar o conteúdo do envelope.

Os conhecimentos na língua inglesa foram realmente muito importantes porque os hóspedes de outras nacionalidades eram capazes de usar o inglês para comunicar comigo, o que tornou esta tarefa e o trabalho ao longo do estágio mais fácil.

1.1.6. Questionários cliente

Como já foi mencionado anteriormente, quando chega ao quarto, o hóspede tem uma pasta com determinadas informações acerca do hotel. Nessa pasta está um questionário com perguntas acerca da qualidade dos serviços utilizados, as instalações, do *staff*. Tem também uma parte dedicada aos dados pessoais, caso não tenha fornecido no *check-in*, e um espaço para o hóspede poder escrever o que for da sua vontade.

Mensalmente eram feitos por mim dois documentos. O primeiro era uma tabela onde era colocado o número do quarto, o nome, a data de *check-out* e a crítica feita por escrito pelo hóspede (Apêndice 8). O segundo era apenas uma lista com o *staff* mencionado nos questionários e o departamento a que pertencem (Apêndice 9). Assim sendo, depois dos questionários serem preenchidos, eram encaminhados pelas colegas dos andares até ao escritório e aqui eram descarregadas as informações para os dois documentos, eram verificados os dados pessoais de cada hóspede e, pontualmente, era necessário adicionar algum dado ao perfil no *Opera*.

Para terminar esta tarefa, no fim de cada mês, eram enviados para a Direção estes dois documentos já convertidos em PDF.

1.1.7. Fotografia

Foi proposto pela minha orientadora tirar algumas fotografias para atualizar o reportório e poder ter material para utilizar nos meus trabalhos ao longo do estágio. Para a realização desta tarefa foi crucial utilizar as regras de composição e enquadramento da imagem fotográfica, conhecimentos adquiridos na unidade curricular Edição Eletrónica e Tratamento de Imagem.

Foram tiradas várias fotografias, mas apenas três incluídas em tarefas. A primeira (Figura 5) foi tirada na zona exterior à fachada do hotel e à zona da piscina. De acordo com os conteúdos que aprendi, a esta fotografia pude corresponder quatro regras visíveis: dos terços, linha do horizonte (menos céu), linhas guia e reforçar a dimensão dos motivos.



Figura 5 - Fachada do hotel
Fonte: Elaboração própria

A regra dos terços é das regras de composição mais utilizadas e consiste em colocar o(s) ponto(s) de interesse na interseção das quatro linhas que dividem o enquadramento em terços como as regras de composição e enquadramento da imagem. Nesta fotografia, a fachada do hotel é o ponto de interesse, por isso é que se encontra no ponto superior esquerdo (Figura 6). Os restantes elementos da fotografia apenas complementam e dão contexto.



Figura 6 - Fachada Regra dos terços
Fonte: Elaboração própria

A regra linha do horizonte (menos céu) é a capacidade de criar uma linha imaginária que defina o horizonte e pode ser a meio, pode ser na parte inferior ou, neste caso, na parte superior, que implica mostrar menos céu. Linhas guia são linhas, retas ou curvas, que nos guiam até um determinado ponto e podemos identificá-las nas proteções brancas da piscina.

Reforçar a dimensão dos motivos é, no caso desta fotografia, colocar as pessoas junto ao hotel e identificar que as pessoas são altas ou baixas em relação ao edifício. Além destas regras ainda posso considerar, apesar de não ser bem visível, a regra dos reflexos na água da piscina, e como mostra na fotografia, por vezes podem ficar distorcidas.

A segunda fotografia (Figura 7) apresenta apenas duas regras. A linha do horizonte, que é bem visível nesta fotografia e a regra linhas guia e composição simétrica, está representada no pavimento do terraço e na simetria horizontal dos objetos neste terraço, como as espreguiçadeiras, a mesa, as varandas em vidro e os vasos.



Figura 7 - Terraço Panorâmico
Fonte: Elaboração própria

Na terceira e última fotografia usada (Figura 8), estão visíveis a regra dos terços e a regra dos espelhos.

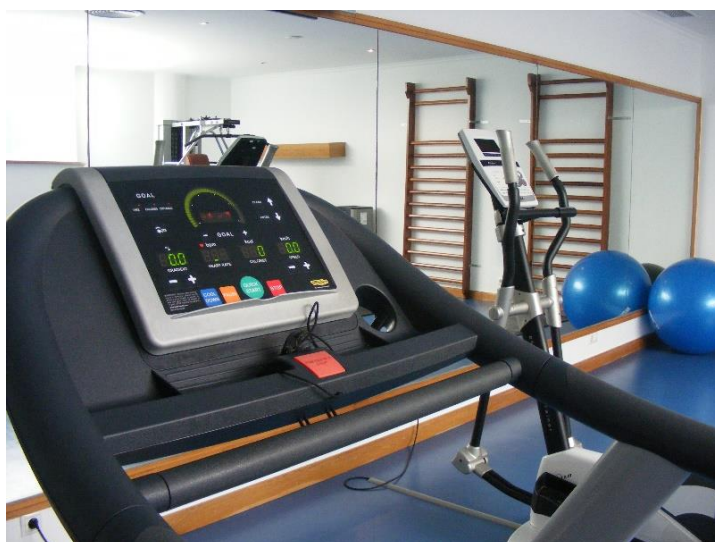


Figura 8 - Ginásio
Fonte: Elaboração própria

O objeto de interesse nesta fotografia é a passadeira, sendo que, com base na regra dos terços, está nas duas interseções do lado esquerdo da fotografia (Figura 9). Já a regra dos

espelhos é semelhante à regra dos reflexos, mas tem a particularidade de mostrar uma cópia exata daquilo que espelha.

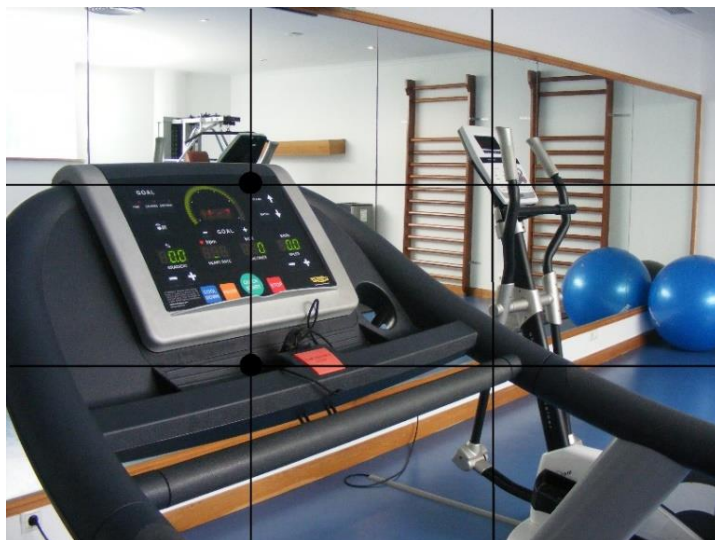


Figura 9 - Ginásio Regra dos terços

Fonte: Elaboração própria

As regras aplicadas nas fotografias tiradas são regras relativamente simples, mas muito importantes para que se possa ter uma fotografia bem executada e, por sua vez, permitir a sua utilização nos diferentes trabalhos.

1.1.8. Outras

Durante o estágio foi-me dada a oportunidade de participar, indiretamente, em dois eventos distintos. O primeiro foi a “Semana do Vinho” e realiza-se todos os anos no mês de novembro em todas as unidades hoteleiras do grupo localizadas na ilha da Madeira. É um evento com duração de uma semana e que todos os dias se realizam atividades relacionadas com o Vinho Madeira com o objetivo de dar a conhecer a indústria vinícola madeirense. A minha tarefa foi criar um cartaz para uma dessas atividades a realizar no Porto Santa Maria denominada *Wine Tasting* (Apêndice 10). O segundo evento foi uma exposição de motas apenas de fabrico português. Neste evento fui responsável por criar as etiquetas para todas as motas (Apêndice 11) com o respetivo ano, marca, modelo e o

nome do proprietário, e ainda os diplomas de participação (Apêndice 12) para cada um dos participantes. Sendo este evento realizado no *lobby* o acesso a pessoas exteriores ao hotel é permitido e tendo em conta que eu participei na organização da exposição fez todo o sentido visitá-la (Figura 10).



Figura 9 - Exposição Motas
Fonte: Elaboração própria

O resultado final foi muito positivo e foi gratificante perceber que mesmo uma tarefa pequena na organização desta exposição teve realmente a sua importância.

Outra atividade na qual participei uma única vez ao longo do estágio foi o jantar *Barbecue*. Este jantar acontecia todas as sextas-feiras, durante o verão, e a refeição era servida ao ar livre. Idêntico ao trabalho feito ao pequeno-almoço, a minha função era receber os clientes, verificar os seus nomes e número de quarto e encaminhá-los a uma mesa.

Por fim, a arrumação e organização dos livros da biblioteca, uma tarefa que era realizada diariamente.

1.2. Recepção

O primeiro contacto quando os hóspedes chegam ao Hotel Porto Santa Maria é fundamental para transmitir uma impressão positiva e isso está na boa disposição e disponibilidade dos rececionistas. A grande parte da comunicação acontece na área do *Front Office* e esta foi a razão pela qual eu quis passar por este departamento.

No meu primeiro dia, foi mostrado o funcionamento dos telefones, e ainda aprendi algumas funcionalidades, para além daquelas que já dominava, no programa *Opera* utilizadas na receção.

Durante duas semanas, uma das minhas tarefas foi fazer as chegadas para o dia, ou dias, seguinte, atender chamadas, estar disponível sempre para o atendimento aos clientes, representantes de empresas ou até turistas e dar assistência aos meus colegas no *check-in*.

O meu dia começava com a impressão de duas listas, em duplicado, das chegadas e dos aniversários, para mais tarde serem levantadas pelas colegas do quiosque e do *spa*. Visto que a maior parte dos *check-ins* só aconteciam a meio da manhã, a minha função até essa hora era apenas atendimento ao cliente. Muitos hóspedes depois de terminarem o pequeno-almoço vinham ter comigo e com os meus colegas à receção para pedir infirmações, como, por exemplo, horários de autocarros, passeios pedestres, instalações do hotel e os seus serviços, entre outros.

Com o passar das horas, os clientes começavam a chegar para fazer o *check-in*. Nesta situação, a minha função passava por três fases, todas com o intuito de facilitar o trabalho dos meus colegas. A primeira era pedir aos clientes os seus documentos de identificação para que fossem atualizados os dados pessoais, a segunda era retirar da caixa das chegadas o cartão-chave, juntamente com as informações destinadas a determinado cliente, e entregar ao colega a quem eu estivesse a assistir e, por fim, estar sempre em contacto com a governanta, através do telefone, para saber quando e quais os quartos que estavam prontos para poder finalizar o *check-in*. O *check-in* é a parte mais importante quando se é rececionista, porque somos responsáveis por dar todas as informações ao hóspede e satisfazer as suas exigências.

A tarefa que eu mais gostei de realizar foi fazer as chegadas. Esta tarefa envolvia muita responsabilidade por isso tinha que ser feita de acordo com uma ordem definida. Inicialmente, devia imprimir a lista de chegadas para o dia pretendido, em segundo lugar, fazer a contagem das pessoas para poder imprimir o número correto de *cardex* (documento que todos os clientes ao efetuarem o *check-in* têm de preencher, a autorizar, ou não, a utilização dos seus dados pessoais). Para mim, o mais fácil era preencher logo os cartões-chave com número de quarto, nome, o *meal plan* e data de início e fim da estada. Em terceiro lugar devia verificar quais os clientes que marcaram a sua estadia com uma agência ou individualmente, denominados diretos, e fazer a contagem destes últimos.

Após a contagem, por quarto, eram reunidos *flyers* de algumas empresas parceiras do hotel, como aluguer de carros, passeios de barco e *tours* pela ilha. Estas informações não eram fornecidas aos clientes que marcaram a sua estadia com uma agência porque ao fazerem a reserva já tinham acesso a tudo isso. De seguida, eram verificados, na lista inicial, aqueles clientes que no *meal plan* tinham BB, isto é, o cliente apenas tem o pequeno-almoço incluído. Então, era incluído um desdobrável com os pacotes de jantares e respetivos preços na sua chegada. Os restantes, os HB, já tinham refeições incluídas e era da minha responsabilidade preencher os devidos *vouchers* com a identificação do cliente e a data limite de utilização, equivalente à data de partida. Nesta fase, já organizados por ordem crescente de quarto, e com as devidas informações distribuídas, eram confirmados quais os repetentes e apenas acrescentar à sua chegada um *voucher* com uma “*welcome drink*” oferecida pelo hotel no nosso *Captain’s Bar*. Outro ponto importante a verificar, caso existissem, eram os clientes com o *Prestige Package*, e nestes casos era acrescentada uma pasta com o seguinte conteúdo: um mapa da cidade com pontos turísticos assinalados, um horário do nosso *Courtesy Bus*, um *voucher* com desconto no *spa* e dois *vouchers*, por cada semana de estadia, com oferta de jantar no Restaurante Arsenal.

O último passo desta tarefa era programar as chaves dos quartos através do programa Opera. Inserir nome, número do quarto, data de chegada e data de partida, e a quantidade de chaves que correspondia à quantidade de pessoas em cada quarto.

Quanto ao atendimento aos hóspedes, a maior parte das questões colocadas eram de fácil resposta, sendo eu residente na ilha da Madeira, e as que eu era incapaz de responder apenas perguntava aos meus colegas, pois eram mais experientes em determinados temas. Além disto, na receção existem dois telefones, um para chamadas internas e outro para chamadas externas, e como já foi referido anteriormente, eu ficava responsável por atender ambos os telefones de forma a facilitar o trabalho dos meus colegas.

Conclusão

Neste relatório, foram abordados vários assuntos acerca da minha experiência enquanto aluna do curso de Comunicação e Relações Públicas, estagiária de *Guest Relations* e estagiária de Recepção.

Ao interiorizar e refletir sobre as diferentes atividades desenvolvidas, ao longo dos três meses no Hotel Porto Santa Maria, assumo que me permitiu evoluir tanto a nível pessoal como a nível profissional. Os principais objetivos da minha prática centraram-se, internamente, na criação de formas de comunicar informações, de um modo mais acessível, à comunidade hoteleira e na resolução de problemas diários. Externamente, estes objetivos basearam-se na divulgação de atividades, eventos e informações gerais, na dinamização das relações entre o hotel e os seus hóspedes. Assim sendo, as atividades referenciadas consistiram na concretização dos objetivos definidos inicialmente.

Estagiar no departamento *Guest Relations* deu-me a oportunidade de perceber a importância das Relações Públicas na hotelaria e impacto que tem na vida das outras pessoas, nomeadamente os hóspedes e o *staff*. Já na Recepção, a perspetiva e o impacto foram totalmente diferentes daqueles que eu imaginava que seriam. Os rececionistas são a base de todo o hotel, são onde começa e acaba a comunicação com o hóspede, e a sua satisfação e *feedback* baseia-se muito no trabalho feito no *Front Office*.

O processo de integração foi relativamente fácil e apesar de não estar familiarizada com as instalações e *staff*, a minha supervisora, Lina França, sempre se disponibilizou para me esclarecer qualquer dúvida.

Ao longo do estágio sempre me mostrei disponível para aprender e demonstrar capacidades adquiridas na minha Licenciatura na realização das atividades propostas. Surgiram algumas situações menos boas, mas agi com o maior dos profissionalismos e com a ajuda da minha supervisora tudo correu pelo melhor.

Em suma, apesar de este não ter sido o meu primeiro contacto com o mundo do trabalho, revelou-se um dos melhores momentos da minha vida académica, e que, sem dúvida, será essencial no futuro da minha vida, tanto enquanto pessoa, como profissional.

Bibliografia

- Bahia, J. (2013). *Introdução à Comunicação Empresarial*. Consultado a 16/nov, 2018 em www.books.google.pt/
- Daychouw, M. (2007). *40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento*. Rio de Janeiro: Brasport.
- Fiske, J. (1993). *Introdução ao Estudo da Comunicação*. Porto: Edições ASA.
- França, L. (2018). *Conversa informal com chefe do Departamento de Guest Relations*. Funchal: PortoBay
- Freire, M. (2015). *A Comunicação no Ambiente Empresarial*. São Paulo: Biblioteca 24 horas
- Freitas, M. A. (2013). *Fundamentos do Gerenciamento de Serviços de TI* (2º ed.). São Paulo: BRASPORT.
- Gabrielli, L., & Hoff, T. (2017). *Redação Publicitária* (2º ed.). Consultado a 02/dez, 2018, em www.books.google.pt/
- Lampreia, J. M. (s/d). *Técnicas de Comunicação* (7º ed.). Sintra: Publicações Europa-América.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Reodrigues, J. (2004). *Mercator XXI* (10º ed.). Lisboa: Dom Quixote
- Monteiro, A. (2006). *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Sílabo
- mun-funchal.pt (2018) *Município do Funchal*. Consultado a 06/dez,2018, em <http://www.cm-funchal.pt/pt/>
- Passadori, R. (2009). *As 7 Dimensões da Comunicação Verbal*. São Paulo: Gente Editora
- Pinho, J. B. (1996). *O Poder das Marcas* (3º ed.). São Paulo: Summus Editorial.
- portobay.com (2018). *PortoBay Hotels & Resorts*. Consultado a 06/dez,2018, em <https://www.portobay.com/pt/>

- priberam.org (2018). *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa*. Consultado a 02/nov,2018, em <https://dicionario.priberam.org>
- Rezende, A. (1979). *Identidade visual: conceitos e prática*. São Paulo: Revista Marketing, Nº.65
- Santos, R. (2018). *Conversa informal com a chefe do Departamento de Marketing*. Funchal: PortoBay
- Silva, E. S. (2010). *Manual de Comunicação Interna*. Salvador: Clube de Autores.
- visitmadeira.pt (2018). *Site Oficial do Turismo da Madeira*. Consultado a 10/nov,2018, em <http://www.visitmadeira.pt/>
- Wheeler, A. (2018). *Diseño de marcas* (5º ed.). Madrid: Espacio de Diseño.


Anexos

Lista de Anexos

Anexo 1 – Plano de Trabalho

Anexo 2 – Programa *Prestige Club*

Anexo 1 – Plano de Trabalho

	<h2 style="margin: 0;">PLANO DE TRABALHO</h2> <p style="margin: 0;">Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados</p>	<p style="margin: 0;">MODELO GESP.004.05</p> <p style="margin: 0;">Ano Letivo ___/___</p>
<p>Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.</p>		
<p>Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESECD <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH</p> <p>Tipologia: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outro: _____</p> <p>Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</p> <p>Informação adicional: (se aplicável)</p> <p>Designação: _____</p> <p>Ano curricular: _____ Semestre: _____ <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período</p>		
<p>1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES</p>		
<p>Estudante: <u>SARA JOSÉ TELMA CAROES</u> N.º de estudante: <u>5008754</u></p> <p>Docente orientador(a): <u>Joaquim Briggs</u></p> <p>Supervisor(a)/Tutor(a): <u>LINA FRANCA</u></p>		
<p>2. PLANO DE TRABALHO</p>		
<p>- ASSISTÊNCIA E ORIENTAÇÃO DOS CLÍNICOS AO PEQUENO ALMOÇO.</p> <p>- ATUALIZAÇÃO DIÁRIA DO PROGRAMA DE ANIMAÇÃO.</p> <p>- Posters: Destroço, Ilustrações, NAUIOS etc</p> <p>- Criação de programas em eventos para o HOTEL</p> <p>- Trabalhos de Design em novas Posters</p> <p>- Posters entregue do mês e respectivo diploma</p> <p>- Questionários de Clínicos</p> <p>- Convites para o Cocktail da Diação e Participação</p> <p>- Clínicos reclamações e Resoluções</p> <p>- Controlo de Ilustrações atuais no Hotel</p> <p>- Receção</p>		
<p>3. ASSINATURAS</p>		
<p>O(A) Estudante</p> <p><u>171019121018</u></p> <p style="font-size: small;">D D M M A A A A</p> <p><u>Sara José Telma Caroes</u> (assinatura)</p>	<p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <p><u>08102018</u></p> <p style="font-size: small;">D D M M A A A A</p> <p><u>Joaquim Briggs</u> (assinatura)</p>	<p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):</p> <p><u>171019121018</u></p> <p style="font-size: small;">D D M M A A A A</p> <p><u>Lina Franca</u> (assinatura e carimbo)</p>

Anexo 2 – Programa *Prestige*



REGULAMENTO PORTOBAY PRESTIGE

PortoBay Prestige é o programa de fidelização de PortoBay Hotels & Resorts que reconhece a preferência dos hóspedes aos hotéis do grupo através da atribuição de descontos e outras vantagens.

NÍVEIS DO PROGRAMA

O programa PortoBay Prestige apresenta-se em 3 níveis: o nível Prestige First, o nível Prestige Blue e o nível Prestige Gold.

À exceção do nível Prestige First, os restantes níveis são determinados com base no número de estadas. As estadas são acumuladas independentemente do hotel do grupo PortoBay. Não são contabilizadas estadas não efetivas (cancelamentos ou no-shows) nem prolongamentos de estada (situações de check-out e check-in no mesmo dia e no mesmo hotel).

Nível Prestige First

É membro do nível Prestige First qualquer indivíduo que tenha criado uma conta no site www.portobay.com, e que não tenha ainda ficado alojado num hotel do grupo PortoBay. Não é atribuído cartão para este nível.

Vantagens :

> 5% de desconto no alojamento em reservas efetuadas através de www.portobay.com.

Nível Prestige Blue

É membro do nível Prestige Blue qualquer hóspede que tenha entre 1 e 5 estadas efetivas e completas em qualquer hotel PortoBay.

O cartão é entregue automaticamente ao hóspede titular da reserva que visite um hotel PortoBay pela primeira vez, por altura do seu check-out (salvo situações logísticas que impossibilitem a emissão do cartão).

O cartão é ativado após a receção do formulário devidamente preenchido. Este formulário acompanha o cartão e está ainda disponível online, em www.portobayprestige.com.

Vantagens :

> 10% de desconto no alojamento em reservas efetuadas diretamente com o hotel, através de www.portobay.com e/ou email ou telefone do Departamento de Reservas;

> O desconto no alojamento pode estar sujeito a restrições de sazonalidade, informadas no site www.portobay.com;

> As vantagens podem variar de hotel para hotel.

A informação está detalhada no site www.portobayprestige.com e na receção do hotel;

> As vantagens são exclusivamente aplicadas ao quarto ocupado pelo membro;

> Para usufruir das vantagens é obrigatória a apresentação do cartão;

> Os descontos aplicados em consumos de comidas e bebidas (10%), em tratamentos e produtos SPA (5%) ou Merchandising (5%) são efetuados a membros que estejam no momento hospedados num hotel PortoBay;

> Os descontos e/ou vantagens PortoBay Prestige não têm caráter retroativo e não são cumulativos com outras campanhas ou promoções.

Nível Prestige Gold

É membro do nível Prestige Gold qualquer hóspede que tenha mais de 5 estadas efetivas e completas em qualquer hotel PortoBay. A este nível somam-se ainda mais vantagens.

O cartão é ativado após o quinto check-out em qualquer hotel do grupo.

O cartão é entregue automaticamente ao membro PortoBay Prestige no final da 5ª estada (salvo situações logísticas que impossibilitem a emissão do cartão) e poderá apenas ser utilizado após este check-out.

É membro do nível Prestige Gold qualquer hóspede que compre Timeshare diretamente com PortoBay Hotels & Resorts.

O cartão é entregue no momento que o contrato é assinado com PortoBay Hotels & Resorts.

Vantagens :

> 15% de desconto no alojamento em reservas efetuadas diretamente com o hotel, através de www.portobay.com e/ou email ou telefone do Departamento de Reservas;

> O desconto no alojamento pode estar sujeito a restrições de sazonalidade, informadas no site www.portobay.com;

> As vantagens podem variar de hotel para hotel.

A informação está detalhada no site www.portobayprestige.com e na receção do hotel;

> As vantagens são exclusivamente aplicadas ao quarto



REGULAMENTO PORTOBAY PRESTIGE

ocupado pelo membro;

> Para usufruir das vantagens é obrigatória a apresentação do cartão;

> Os descontos aplicados em consumos de comidas e bebidas (15%), em tratamentos e produtos SPA (10%) ou Merchandising (10%) são efetuados a membros que estejam no momento hospedados num hotel PortoBay;

> Os descontos e/ou vantagens PortoBay Prestige não têm caráter retroativo e não são cumulativos com outras campanhas ou promoções.

TERMOS E CONDIÇÕES

1. De acordo com a Política de Proteção de Dados e de Privacidade em vigor, que pode ser consultada no sítio institucional www.portobay.com, e como condição de adesão ao Programa de Fidelização do grupo PortoBay, o membro autoriza expressamente o tratamento informatizado destes dados pessoais para efeitos de informação, promoção e comunicação dos serviços e ofertas dos hotéis PortoBay, podendo exercer a qualquer momento os seus direitos de proteção de dados pessoais e de privacidade através de contacto com o Encarregado da Proteção de Dados da PortoBay pelo correio eletrónico dpo@portobay.pt;

2. A condição de membro aplica-se a pessoas maiores de 18 anos de idade;

3. A adesão ao programa é gratuita;

4. O cartão PortoBay Prestige é pessoal e intransmissível;

5. O cartão tem a validade de 5 anos. Após este prazo, pode ser renovado ou reativado via formulário em www.portobayprestige.com, por email (prestigeclub@portobay.pt) ou na receção de um hotel PortoBay;

6. O cartão é entregue por defeito ao titular da reserva. Contudo, a condição de membro é aplicável ao(s) restante(s) ocupante(s) do quarto que, caso pretendam um cartão em nome próprio, podem requisitar via formulário em www.portobayprestige.com, e-mail (prestigeclub@portobay.pt) ou na receção de um hotel PortoBay;

7. Caso o membro não tenha recebido o cartão através de procedimento automático, pode solicitá-lo em www.portobayprestige.com, e-mail (prestigeclub@portobay.pt) ou na receção de um hotel PortoBay;

8. PortoBay Hotels & Resorts tem o direito de alterar ou cancelar os termos e condições do programa PortoBay Prestige, a qualquer momento, sem aviso prévio e sem assumir responsabilidade perante os membros do

programa;

9. Caso não aceite estes termos e condições, pode cancelar a sua adesão via e-mail prestigeclub@portobay.pt.

TRATAMENTO DE DADOS PESSOAIS

> O tratamento de dados pessoais é realizado nos termos gerais definidos na Política de Proteção de Dados e de Privacidade da PortoBay, estando esta política acessível nos diversos sítios institucionais a partir dos quais é possível aderir ao Programa de Fidelização do Grupo PortoBay;

> Para adesão e participação no programa, é necessário proceder ao tratamento de dados pessoais, sendo apenas objeto de tratamento os identificadores de nome, data de nascimento, e-mail e morada; Estes dados pessoais poderão ser utilizados para as finalidades de gestão do programa de relacionamento e fidelização, designadamente: administração de membros do programa; prestação de informações sobre a condição de membros; análise, desenvolvimento e melhoria de serviços e ofertas exclusivas; elaboração de pesquisas e análises estatísticas interna; envio de comunicações promocionais e notícias do universo PortoBay Hotels & Resorts;

> É responsabilidade do membro garantir que os dados fornecidos estão corretos e atualizados. Todas as alterações ou retificações podem ser informadas via telefone (+351) 291 703 711 (dias úteis das 9h às 13h e das 14h às 18h), pelo e-mail prestigeclub@portobay.pt ou através da sua área pessoal em www.portobay.com;

> A Política de Proteção de Dados Pessoais e de Privacidade de PortoBay Hotels & Resorts está disponível em www.portobay.com, sendo possível exercer os direitos do titular dos dados, nomeadamente os direitos de informação, acesso, consulta, retificação ou eliminação, limitação ou oposição ao tratamento, através de contacto com o Encarregado da Proteção de Dados da PortoBay pelo correio eletrónico dpo@portobay.pt.

Apêndices

Lista de Apêndices

Apêndice 1 - *Weather Forecast*

Apêndice 2 – *Daily News*

Apêndice 3 – *Good Morning News*

Apêndice 4 – Desdobrável Programa de Atividades

Apêndice 5 – *Poster* Desporto

Apêndice 6 – *Poster* Músicos

Apêndice 7 - *Poster* Navios

Apêndice 8 – Comentários Guest

Apêndice 9 – Nomeação Staff

Apêndice 10 – Evento Wine Tasting

Apêndice 11 – Etiqueta para exposição de motas

Apêndice 12 – Diploma de participação na exposição



Weather Forecast

HOJE . TODAY
HUETE . AUJOURD`HUI

AMANHÃ . TOMORROW
MORGEN . DEMAIN



24°C / °F75

19°C / °F66

24°C / °F75

19°C / °F66



8



10

Sea Temperature 18°C / °F64

Sea Temperature 18°C / °F64

DAILY NEWS

Porto Santa Maria

Sexta | Friday | Freitag | Vendredi
28 September



MAX: 29°C MIN: 22°C

Sugestão do dia | Tip of the day | Vorschlag des Tages | Conseil du Jour

PARQUE DE SANTA CATARINA

PT O Parque de Santa Catarina possui uma área de 36 000 m² e é um dos parques mais importantes da cidade.

GB The Parque de Santa Catarina has an area of 36,000 m² and is one of the most important parks in the city.

DE Der Parque de Santa Catarina hat eine Fläche von 36.000 m² und ist einer der wichtigsten Parks der Stadt.

FR Le Parque de Santa Catarina a une superficie de 36 000 m² et est l'un des parcs les plus importants de la ville.



Descubra o SPA do PSM no piso -1

KOMBI-RELAX
(reservas na receção)

Discover the SPA at PSM in Level -1

KOMBI-RELAX
(reservation at reception desk)

Entdecken Sie das SPA im PSM im -1 stock

KOMBI-RELAX
(reservierung na der Rezeption)

Découvrez le SPA at PSM à l'étage -1

KOMBI-RELAX
(réservation à la reception)



Activities | Animation

Today

- 19h00 – 22h00 – RESTAURANTE ARSENAL
Barbecue
- 18h00 - Handicraft fair | Messe des kunsthandwerks | Foire Artisanale (Lower Lobby)
- 18h00 – 19h30 – Happy Hour in Captain's BAR
Captain's BAR
- 20h00 – Magician – Duarte Carvalho
- 21h30 – Sangre Latino

* Book at reception desk

Amanhã /Tomorrow

Morgen / Demain

10h30 – HISTORY
TELLERS*

11h00 – SEGWAY*

* Book at reception desk

Changes may occur without prior notice

Aviso | Notice | Hinweis | Information

Pequeno Almoço | Breakfast | Frühstück | Petit Déjeuner

7:30 – 10:30

Se precisar de tomar o pequeno almoço mais cedo, por favor contacte a receção até 21 horas de véspera | If you require an earlier breakfast, please contact the reception until 9pm on the previous day | Wenn Sie frühes Frühstück brauchen, bitte kontaktieren Sie die Rezeption bis 21 Uhr am Vortag | Si vous avez besoin du petit déjeuner plus tôt s'il vous plaît contactez la réception jusqu'à 21 heures le jour précédente.

Estimado cliente, para melhor serviço, recomendamos que frequente o restaurante nas horas de menos movimento | Dear guest, in order to offer a smoother service, we suggest you to go to the restaurant in less busy hours | Sehr geehrte Gäste, Bitte besuchen Sie unser Restaurant zu den empfohlenen Zeiten, damit wir Ihnen den bestmöglichen Service bieten können | Chère client, pour un meilleur service, nous vous recommandons avoir le dîner aux heures moins occupée.

07:30	08:30	09:30	10:30
Less busy Weniger Beschäftigt	Very busy Sehr Beschäftigt	Very busy Sehr Beschäftigt	Less busy Weniger Beschäftigt

SEGUNDA-FEIRA

PREVISÃO

MAX. 21°C

MIN. 16°C



O Restaurante Arsenal

Pequeno almoço: 07:30 - 10:30

Almoço: 12:00 - 15:00

*Jantar: 19:00 - 22:00

*Traje casual: ao jantar não é permitido o uso de calções ou chinelos

Promenade Bar

10:30 - 18:00

Bars

Captain's Bar

18:00 - 00:00

Actividades semanais

Segunda-feira

*Visita ao Hotel - 17:00

Terça-feira

*Prova de Vinhos - 15:00

Quarta-feira

Aula de Hidroginástica - 16:00

Quinta-feira

Yoga - 08:45

Menu de Degustação - 19:00**

Sexta-feira

Pilates - 08:45

Feira de Artesanato - 18:00

Sábado

*History Tellers - 10:30**

*Segway - 11:00**

*Favor reservar na receção **Actividade paga****

Animação no Captain's Bar

Segunda-feira—Duo Luna 18h00—19h00

Fado com Maria Eugénia 20h00—21h00

Black Dog Blues Band 21h30—23h00

Terça-feira—Duo Luna* 19h00—21h00

Salsinhas d'Abalada 21h00—23h00

Quarta-feira—Jazz Night

(Cristina Barbosa & Sérgio Capelo) 21h00—23h15

Quinta-feira—Alexandra Ornelas* (Pianista)

19h00—21h00

Kontraband 21h15-23h15

Sexta-feira—Magician Duarte Carvalho 20h00

Sangre Latino 21h30—23h15

Sábado—Duo Luna 21h00-23h00

Domingo—Luis Salvador 21h00-23h00

Folklore* 19h30-20h00

Restaurant Arsenal*

Informações úteis

Courtesy Bus

Porto Mare	Porto Santa Maria (cable car)	City Center
Partida	Partida	Partida
9:15	9:30	9:45
10:00	10:15	10:30
11:00	11:15	11:30
12:00	12:15	12:30
14:45	15:00	15:15
16:00		16:30
17:00	17:30	17:40

Pequeno Almoço

Horas de mais movimento

08:40—09:40

Horas de menos movimento

07:30—08:30 | 09h45—10h30

Espreguiçadeiras

Após 90 minutos sem a utilização da espreguiçadeira, recolheremos os seus pertences que poderão ser levantados na receção.

Hoje

Visita ao Hotel

17:00



Amanhã

Degustação de Vinho

15:00



Nota: Este programa está sujeito a alterações sem aviso prévio.

Apêndice 4 – Desdobrável Programa de Atividades



Sgunda . Monday . Montag . Lundi

19h30 Fado **

18:00 Duo Luna *

21:30 Black Dog Blues band *

Terça . Tuesday . Dienstag . Mardi

19:00 Duo Luna **

21:00 Salsinhas d'Abalada *

Quarta . Wednesday . Mittwoch . Mercredi

19:00 Sara Borges **

21:00 Jazz Music *

(Cristina Barbosa & Sérgio Capelo)

Quinta . Thursday . Donnerstag . Jeudi

19:00 Alexandra Ornelas **

21:15 Kontraband *

Sexta . Friday . Freitag . Vendredi

19:00 Salsinhas d'Abalada **

21:30 Sangre latino*

Sábado . Saturday . Samstag . Samedi

19h00 Rafael Andrade **

21:00 Duo Luna *



Programa pode ser alterado sem aviso prévio.



It may be changed without prior notice.



Programm kann ohne vorherige Ankündigung geändert werden.



Le programme peut être changé sans préavis.



PROGRAMA DE ANIMAÇÃO
ANIMATION PROGRAM
ANIMATIONSPROGRAMM
PROGRAMME D'ANIMATION



<https://www.portobay.com/pt/>



<https://www.portobay.com/pt/>



@portobay

Domingo . Sunday . Sonntag . Dimanche

19:30 Madeira Festival Live **

(Madeiran Folklore)

21:00 Luis Salvador *

**Arsenal Restaurant during dinner

*Captain's Bar

SPECIAL PERFORMANCE

BANDA D'Além

14 Julho / 11 Agosto / 8 Setembro



Terça . Tuesday . Dienstag . Mardi

11:00 Portuguese Lesson* (english)

17:00 Film über Madeira (deutsch)

Quarta . Wednesday . Mittwoch . Mercredi

11:00 Portugiesisch Lernen* (deutsch)

Sexta . Friday . Freitag . Vendredi

17:00 Madeira Film (english)

18:00 Feira de Artesanato | Handicraft fair
Messe des Kunsthandwerks | Foire Artisanale

Atividades / Activities / Aktivitäten / Activités



Segunda . Monday . Montag . Lundi

17:00 Visita guiada ao Hotel

Hotel Guided Tour | Hotel Führung | visite Guidée de l'hotel

Quarta . Wednesday . Mittwoch . Mercredi

10:15 Porto Bay Serra Golf

Visit includes a trip to local cheese Factory & Rustic Bakery and a light lunch at the Hotel. | Der Besuch beinhaltet einen Ausflug zu einer lokalen Käseerei & traditionellen Bäckerei. | Comprend une visite à une fromagerie locale, à une boulangerie traditionnelle et déjeuner.

(Price € 40.00 /Person)

Sábado . Saturday . Samstag . Samedi

10:30 History Tellers*

Inclui visita à Zona Velha e pausa para café | Includes visit to the Old Town and coffee break | Beinhaltet Besuch der Altstadt und Kaffeepause / Inclut la visite de la Vieille Ville et pause café

(Price € 20.00 /Person)

*Tours will be made in English | Die Besuche erfolgen in Englisch | Visites en anglais



Quarta . Wednesday . Mittwoch . Mercredi

16:00 AQUAROBICS, Hidroginástica .
Wassergymnastik . Aquagymn

Quinta . Thursday . Donnerstag . Jeudi
08:45 YOGA*

Sexta . Friday . Freitag . Vendredi
08:45 PILATES*

Sábado . Saturday . Samstag . Samedi
SEGWAY TOUR *

11:00H → 60 min - 30€ p/ person

12:30H → 120 min - 45€ p/ person

*Por favor, reservar na recepção. / Please book at the reception. / Bitte buchen sie in der Rezeption. / Veuillez réserver à la reception .





HOJE | TODAY | AUJOURD'HUI | HUETE

Kontraband

Captain`s Bar

21:15H



Happy hour: 18:00H - 19:30H

Apêndice 7 – *Poster Navios*



Day	Name of the ship	Arrival	Departure
02/08/2018	SAMBA	08:00	03/08 - 20:30h
03/08/2018	KNUD REEFER	23:45	04/08 - 00:45h
06/08/2018	MONTE BRASIL	07:00	06/08 - 17:00h
	FUNCHALENSE 5	07:15	07/08 - 20:00h
	VOLCAN DE TIJARAFE	08:15	06/07 - 10:30h
	MONTE DA GUIA	11:30	07/08 - 17:00h
07/08/2018	FUNCHALENSE 5	20:00	07/08 - 23:59h
09/08/2018	VENTURA	08:00	09/08 - 18:30h
14/08/2018	CARYALI	08:00	15/08 - 17:00

Guests Questionnaires

JULY 2018



DATE	ROOM	GUEST NAME	OBSERVATIONS
05/07/18	262	Alison Brazier	Another stay in a lovely hotel in a great central location. We hope to come back and will stay here again. Lovely hotel, lovely, friendly staff. Will always recommend to my family and friends.
05/07/18	116		Fruit at breakfast sometimes disappointing. Also Porto Bay Santa Maria is well located with excellent staff which are efficient and Very kind that my birthday today was remembered with a delicious cake.
06/07/18	106		Some music played at the pool, inappropriate by type and loudness, more fun for a younger disco audience.
06/07/18	305	Stephanie Mapp	What a wonderful surprise –thank you for the upgrade. As always a relaxing and very comfortable holiday, wish we could stay longer. See you next time! Kontraband—possibly the best entertainment we've had at Porto Santa Maria in all of our visits - more please!
22/07/18	122	Leithead	Please replace the towels they really are very poor. Please give us some UK TV channels
20/07/18	140	Rowland	Our first visit to Madeira we have had a delightful stay. All the staff and the Hotel have ensured that we have had a first class stay
13/07/18	305	townsend	No welcome drink received or invite to the returning guest get together this year . Have we done something wrong ? No aquagym class on Wednesday. I waited 20 minutes nothing happened . No iPad docking station in our suite .
16/07/18	038	Reynolds	Room facilities—Excellent Air com— excellent Breakfast—very good Maintenance—Excellent Birthday card—Unexpected cake but excellent
16/07/18	114	Concannon	Although we didn't use all facilities in Hotel our stay has been fantastic and all staff helpful and friendly. Look forward to coming back

QUESTIONÁRIOS CLIENTES

STAFF MENCIONADOS

Julho

- **Recepção – Alberto;**
- **Todo o staff em geral;**
- **Restaurante –Adriana ; Svitlana**
- **Captain's Bar - Veronica ; Alexandre**

TERÇA-FEIRA | TUESDAY | MARDI | DIENSTAG

Madeirian Table Wine


Presented by Sérgio Basto

15:00H - Free

***Book at the reception**



Apêndice 11 – Etiquetas para exposição de motas


Porto Santa Maria

Portuguese Classic Motor Exhibition

Motorcycle Identification

CLASSE:	Nº:
MARCA:	ANO:
MODELO:	
MATRÍCULA:	

Apêndice 12 – Diploma de participação na exposição

