



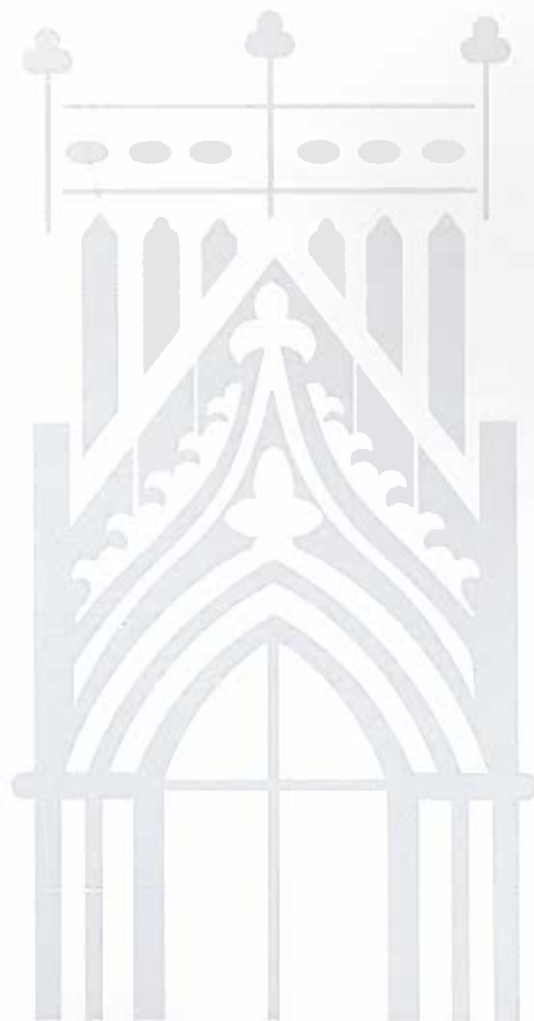
IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Marlene Catarina Alves Ribeiro

dezembro | 2018





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

MARLENE CATARINA ALVES RIBEIRO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO
EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

Dezembro de 2018

Ficha de Identificação

Discente: Marlene Catarina Alves Ribeiro

Número de Aluna: 5008648

Curso: Comunicação e Relações Públicas

Estabelecimento de Ensino: Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto – Instituto Politécnico da Guarda

Orientador de Estágio: Professor Doutor Mário Meleiro

Entidade de acolhimento: Basicamente

Morada: Avenida 1º de Maio,

Ed. Carvalhido, Ent. 3 - 7º Piso

4600-013 Amarante

Telefone: 255 167 352

E-mail: clientes@basicamente.pt

Site: www.basicamente.pt

Supervisor do estágio na organização: Luís Matos

Habilitações literárias: 12º ano

Cargo: CEO

Duração do estágio: 3 meses

Data de início do estágio: 2 de julho de 2018

Data de interrupção do estágio: 11 de agosto a 2 de setembro

Data do fim do estágio: 19 de outubro de 2018

“Aqueles que passam por nós, não vão sós, não nos deixam sós.

Deixam um pouco de si, levam um pouco de nós.”¹

Antoine de Saint-Exupéry

¹ Fonte: http://www.citador.pt/frases/citacoes/a/antoine-de-saintexupery_ consultado a 19 de setembro de 2018

Agradecimentos

Após três anos de estudo e de uma experiência que em tudo mudou a minha vida, chegou a altura dos devidos e merecidos agradecimentos.

Em primeiro lugar, ao Instituto Politécnico da Guarda, que me acolheu da melhor forma, nesta que foi uma das etapas mais importantes (e assustadoras) da minha vida. A todos os docentes do Instituto, mas em especial ao Professor Doutor Mário Meleiro, o meu orientador de estágio, que foi incansável em tudo, um grande obrigada.

Relativamente à entidade que me acolheu por três meses, a Basicamente, quero começar por agradecer ao Luís Matos, o meu supervisor, pela experiência, pela aprendizagem e transmissão de conhecimento que me foi passando ao longo destes meses. À Tatiana Luís e ao Pedro Romeu, um enorme obrigado não chega para agradecer a paciência e dedicação que tiveram comigo. Ensinaram-me mais do que algum dia poderei agradecer.

O maior e mais importante agradecimento vai para a mulher da minha vida, o verdadeiro motivo pelo qual ingressei e terminei este curso, a minha mãe. À minha irmã que sempre me apoiou, ao meu irmão e ao meu pai, muito obrigado por acreditarem e apostarem em mim.

Por último, mas não menos importante, às minhas companheiras que me apoiaram sempre neste percurso. À Paula Ribeiro e à Telma Ribeiro, um grande obrigado. Sem elas, não teria sido tão especial.

Levarei um pouco de todos no meu coração, muito obrigada!

Resumo

O presente relatório corresponde ao meu estágio curricular realizado na Basicamente, empresa de *Marketing* Digital, situada em Amarante, durante três meses.

O estágio teve como principal finalidade o uso das competências adquiridas ao longo da licenciatura, aplicadas ao *marketing* digital.

Ao longo destes três meses, posso evidenciar atividades ligadas à gestão de redes sociais, inserção e desenvolvimento de conteúdo em *websites*, trabalho de pesquisa, entre outras.

Este relatório termina com uma breve reflexão daquilo que foi esta experiência no mundo profissional, simultaneamente com a consolidação de conhecimentos adquiridos no Curso de Comunicação e Relações Públicas.

Palavras-chave: Basicamente; *Marketing* Digital; Redes Sociais; Comunicação

Abstract

This report corresponds to my curricular internship at Basicamente, Digital Marketing company, located in Amarante, for three months.

The main purpose of the internship was to use the skills acquired throughout the graduation, applied to digital marketing.

With regard to structure, the report is divided into two parts: the first, referring to the institution as a whole, and the second, where I approach the development of the internship plan, the tasks performed.

Throughout these three months, I can highlight activities related to the management of social networks, insertion and development of content on websites, research work, among others.

This report ends with a brief reflection of what this experience was in the professional world, together with the consolidation of knowledge acquired in the Communication and Public Relations Course.

Key Words: Basicamente; Digital Marketing; Social Networks; Communication

Índice Geral

Ficha de Identificação	i
Agradecimentos	iii
Resumo	iv
<i>Abstract</i>	v
Índice de Figuras	viii
Índice de Tabelas	x
Lista de Acrónimos e Siglas	xi
Introdução	1
CAPÍTULO I – Caracterização da Organização.....	2
1. Apresentação da Entidade Acolhedora	3
1.1. Localização	3
1.2. Missão, Visão e Valores	4
1.2.1. Missão.....	4
1.2.2. Visão.....	5
1.2.3. Valores.....	5
1.3. Soluções	6
1.3.1. <i>Websites</i>	6
1.3.2. <i>E-commerce</i>	7
1.3.3. <i>Marketing Digital</i>	8
1.3.4. <i>Aplicações web</i>	9
1.3.5. <i>Design</i>	9
1.4. Estrutura Organizacional	10
1.5. Identidade Visual	11
1.5.1. Nome	11
1.5.2. Logótipo	11
1.6. Comunicação	12
1.6.1. Comunicação interna	12
1.6.2. Comunicação externa	14

1.7. Clientes	16
1.8. A concorrência	16
1.9. Análise <i>SWOT</i>	17
CAPÍTULO II – O Estágio	21
1. Plano de Estágio	21
1.1. Receção e Acolhimento	21
1.2. Cronograma de atividades	22
1.3. Objetivos	23
1.4. Atividades desenvolvidas	24
1.4.1. Pesquisa e recolha de conteúdos	24
1.4.2. Resumo dos clientes	26
1.4.3. Resumo de ferramentas do <i>Google</i>	26
1.4.4. Propostas de planeamento para as redes sociais	27
1.4.5. Planeamento das redes sociais	27
1.4.6. Leitura de <i>e-books</i>	28
1.4.7. Trabalhar em <i>e-goi</i>	29
1.4.8. Trabalhar em <i>Wordpress</i>	29
1.4.9. Publicações no <i>Instagram</i>	30
1.4.10. Publicações no <i>Facebook</i>	32
1.4.11. <i>Copywriting</i>	34
1.4.12. Realização de notícias	35
1.4.13. Acompanhamento e contacto com clientes	35
1.4.14. Agendamento de publicações no <i>Facebook</i>	36
1.4.15. Criação de <i>design</i> para publicações no <i>Canva</i>	38
1.4.16. Gerir redes sociais – <i>Facebook</i> e <i>Instagram</i>	40
1.4.17. Recolha de fotografias no estabelecimento do cliente	40
Reflexão Final	43
Bibliografia	44
Anexos	
Apêndices	
Lista de Apêndices	

Índice de Figuras

Figura 1 - Localização da cidade de Amarante no mapa de Portugal	3
Figura 2 - Localização da Basicamente	4
Figura 3 – Organograma.....	10
Figura 4 - Logótipo da Basicamente.....	12
Figura 5 - Conta de e-mail na Basicamente.....	13
Figura 6 - Site da Basicamente	14
Figura 7 - Facebook da Basicamente.....	15
Figura 8 - Instagram da Basicamente	15
Figura 9 - Alguns dos clientes da Basicamente	16
Figura 10 - Publicação de Facebook (Hotel Quinta da Cruz).....	25
Figura 11 - Publicação de Facebook (NH Hotels).....	25
Figura 12 - Publicação de Facebook (Flores Village Hotel & Spa)	26
Figura 13 - Planeamento do mês de novembro da Basicamente	28
Figura 14 - Notícias inseridas no site do Externato Senhora do Carmo.....	29
Figura 15 - Notícias inseridas no site do Externato Senhora do Carmo.....	30
Figura 16 - Publicação do Instagram do dia 4 de julho do NC Hotel.....	31
Figura 17 - Publicação do Instagram do dia 4 de agosto da Basicamente.....	31
Figura 18 - Publicação do Instagram do dia 1 de outubro do Estrada Real	32
Figura 19 - Publicação do Facebook do cliente Amadeu Ourivesaria	33
Figura 20 - Publicação do Facebook do cliente Externato Senhora do Carmo	33
Figura 21 - Publicação do Facebook do cliente MR Building	34
Figura 22 - Envio de e-mail com o planeamento de setembro para o NC Hotel.....	36
Figura 23 - Resposta de e-mail com a aprovação do planeamento de setembro para o NC Hotel	36
Figura 24 - Publicações agendadas no Facebook do cliente Amadeu Ourivesaria	37
Figura 25 - Publicações agendadas no Facebook da Basicamente	37
Figura 26 - Publicações agendadas no Facebook do cliente Nova Cruz Hotel	38
Figura 27 - Design “Dicas” para o Externato Senhora do Carmo	39
Figura 28 - Design “Sabes quem é?” para o Externato Senhora do Carmo	39
Figura 29 - Design “Sabias que...” para o Externato Senhora do Carmo.....	40
Figura 30 - Vista da entrada da imobiliária	41

Figura 31 - Móvel de entrada + Cadeiras	41
Figura 32 - Móvel de Quarto	42

Índice de Tabelas

Tabela 1- Análise SWOT da Basicamente	18
---	----

Lista de Acrónimos e Siglas

IPG - Instituto Politécnico da Guarda

ESECD – Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

SEO – *Search Engine Optimization*

CEO - *Chief Executive Officer*

SWOT - *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*

Introdução

O presente relatório é referente ao estágio realizado na Basicamente, em Amarante, no âmbito da licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda.

O estágio decorreu no Departamento de Comunicação e *Marketing*, tendo início no dia 2 de julho de 2018 e término no dia 19 de outubro de 2018, com a interrupção de 11 de agosto a 2 de setembro, por motivo de encerramento para férias.

O principal objetivo da realização deste estágio foi desempenhar as tarefas delineadas no Plano de estágio (Anexo I), nomeadamente o desenvolvimento e apoio ao *Marketing* Digital dos clientes – apoio na conceção e gestão das redes sociais.

A escolha deste local para desenvolver o meu estágio surgiu de iniciativa própria e por uma curiosidade pela área de Marketing Digital, que está cada vez mais em voga nos tempos recorrentes.

Esta escolha, uma das mais difíceis no percurso académico de um estudante, desde logo se tornou a acertada, pela maneira como fui acolhida, ensinada e preparada na Basicamente.

Relativamente à estrutura, o relatório está dividido em duas partes: a primeira, referente à instituição no seu todo e, a segunda, onde abordo o desenvolvimento do plano de estágio e as tarefas realizadas.

A elaboração deste relatório é um relato na primeira pessoa de três meses, vividos intensamente ao abrigo desta instituição, onde aprendi e entendi o mundo do trabalho nesta área.

CAPÍTULO I – Caracterização da Organização



“Uma empresa é uma tribo que alberga hierarquias e papéis bem definidos e na tribo o objetivo é sobreviver e fazê-lo melhor do que a tribo do território vizinho. A luta tribal é ancestral.” (Beirão, et al. 2008:24.)

1. Apresentação da Entidade Acolhedora

Segundo Caetano & Rasquilha (2007:19), uma empresa é um sistema que reúne, além de indivíduos, capital, trabalho, normas, políticas e tecnologia.

A Basicamente foi fundada em 2014 e é uma agência tecnológica e digital, situada em Amarante (Porto). Conta com uma equipa experiente e com um portefólio vasto e alargado, crescendo diariamente e sempre com o objetivo de vencer novos desafios, inovando e explorando novas soluções *web* para todos os seus clientes.

Conta já com mais de 200 clientes com soluções nas áreas dos *websites*, lojas *online* e *marketing* digital.

1.1. Localização

Amarante é uma cidade que pertence ao distrito do Porto, região Norte e sub-região do Tâmega, com cerca de 11 261 habitantes e está subdividida em 26 freguesias (figura 1). (INE: 2018)



Figura 1 - Localização da cidade de Amarante no mapa de Portugal

Fonte: Mapa retirado do Google Maps e edição própria

As instalações da Basicamente localizam-se, especificamente, na Avenida 1º de Maio, Ed. Carvalhido, Ent. 3 - 7º Piso (figura 2).

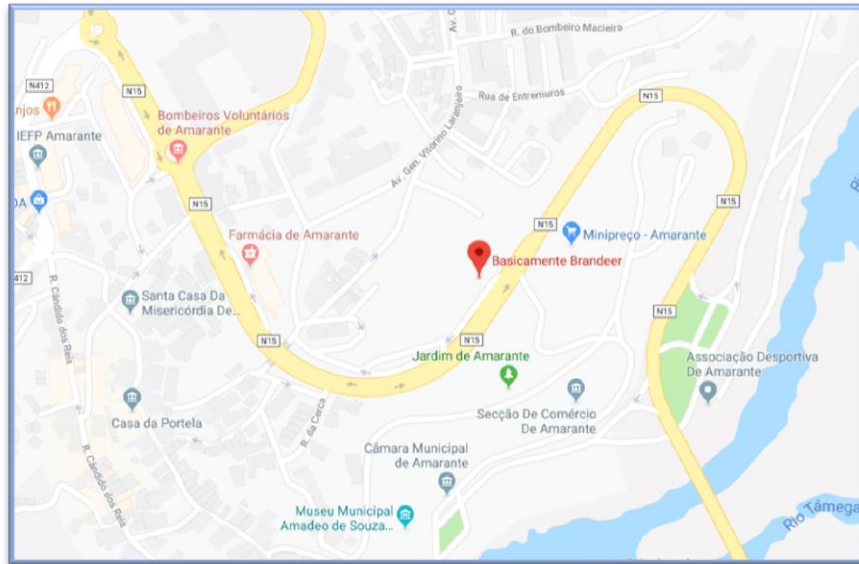


Figura 2 - Localização da Basicamente

Fonte: Mapa retirado do Google Maps e edição própria

1.2. Missão, Visão e Valores

Neste ponto irei abordar a missão, visão e valores da Basicamente, onde poderemos perceber a sua origem, que rumo segue e por que princípios se rege.

1.2.1. Missão

Segundo Teixeira (2005: 35), a missão de uma empresa consiste na definição dos seus fins estratégicos no geral. Esses fins estratégicos devem expressar as intenções fundamentais da gestão da empresa de forma a orientar o seu desenvolvimento futuro.

A missão da Basicamente é desenvolver projetos de comunicação digital, arrojados, criativos e inovadores, dispendo de ferramentas e profissionais qualificados e primando sempre pela excelência. (Basicamente: 2018)

1.2.2. Visão

A visão trata-se da finalidade prioritária, como a “satisfação do cliente”, mas também pode combinar vocação, valores, missão, ambições e objetivos futuros desejados. (Brilman, 2000: 104). Pode ser esclarecida como a percepção das necessidades do mercado e os processos pelos quais uma organização pode satisfazê-las e assenta na atividade e nos princípios estratégicos para a qual está direcionada.

A visão da Basicamente é ver-se reconhecida como uma empresa de topo na esfera digital através da concretização da sua missão, dando sempre prioridade à qualidade e inovação na prestação de serviços. (Basicamente: 2018)

1.2.3. Valores

Segundo Santos (2008: 503-504), os valores correspondem aos princípios éticos e deontológicos onde a organização lista a sua conduta e o seu posicionamento perante a sociedade e o modo como deseja ser reconhecida no exterior, através do rigor, da imparcialidade, da eficiência, da ética e da inovação.

As declarações de valores indicam como as pessoas se querem e devem comportar com os outros dentro e fora da organização, como enaltecem os clientes, os esforços de inovação, o meio ambiental natural. Os valores, em muitos casos, dão corpo à cultura organizacional que fortalece (Serra, et al., 2010: 81).

Os valores da Basicamente são a ética profissional, a honestidade, o compromisso, a inovação, a determinação, a valorização de ativos e a excelência. (Basicamente: 2018)

1.3. Soluções

A Basicamente possui um vasto número de soluções profissionais que disponibiliza a todos os seus clientes centralizados em *Websites*, *E-commerce*, *Marketing Digital*, *Aplicações web* e *Design*. (Basicamente: 2018)

1.3.1. Websites

Com as soluções inovadoras de *websites*, o cliente consegue unir o melhor do *design* à tecnologia, como maneira de atingir a filosofia, o posicionamento, a cultura e a estratégia de cada negócio.

As soluções de *websites* são desenvolvidas e implementadas em *Wordpress* e realizadas à medida de cada cliente.

Na Basicamente, privilegiam-se sempre em diversos aspetos, tais como:

- **Responsive Design** – o *website* será compatível com *Tablets*, *Smartphones*, ajustando-se a todos os ecrãs. Com o *responsive design* vai obter uma maior navegabilidade e usabilidade.
- **Gestor de Conteúdos** – Com o gestor de conteúdos, o cliente tem total liberdade para gerir todos os conteúdos do *website*, sem recurso a programação. Consegue também definir vários utilizadores e ter acesso aos pedidos de contacto e estatísticas.
- **Motores de Busca (SEO)** - Através de diversas técnicas e metodologias, o *site* do cliente estará nos lugares cimeiros dos motores de busca.
- **Formulários** - Os formulários são a melhor ferramenta para obter contactos. No *site* do cliente estarão disponíveis formulários para pedidos de contacto, pedidos de orçamentos, pedidos de reserva, entre outros.
- **Multi-Idioma** – O cliente consegue ter um *website* multilingue. Através do *backoffice*, facilmente consegue introduzir os diferentes conteúdos nas diversas línguas e facilmente conseguirá conquistar novos mercados.

- **Integrações** - Através do ecossistema de integrações é possível que o *website* esteja integrado e sincronizado com outras plataformas, o que permite uma gestão automática da informação, como, por exemplo, sincronizado com o *Facebook* ou *Software* de Faturação. (Basicamente: 2018)

1.3.2. *E-commerce*

Com as soluções inovadoras de *E-commerce*, o cliente consegue unir o melhor do *design* à tecnologia, conseguindo vender à escala global e mantendo sempre o *workflow* da encomenda atualizado em tempo real. (Basicamente: 2018)

As soluções de *e-commerce* são desenvolvidas e implementadas em *Wordpress/WooCommerce* e realizadas à medida de cada projeto. Para isso, pensa sempre em diversos aspetos, tais como:

- **Multi Idioma e Multi Moeda** – O cliente consegue ter a sua loja *on-line* em multi-língua. Através do *backoffice*, facilmente consegue introduzir os diferentes conteúdos nas diversas línguas e os preços nas várias moedas e assim conseguirá conquistar novos mercados.
- **Marketing** - Através das ferramentas de *Marketing*, o cliente vai facilmente conseguir obter mais clientes e mais vendas. A loja *on-line* terá funcionalidades poderosas como *vouchers*, *e-gifts* ou vales, produtos em destaque, promoções.
- **Meios de Pagamento** – A loja *on-line* do cliente terá vários meios de pagamento disponíveis como Cartões de Crédito (*Visa/MasterCard* e *American Express*), *PayPal*, Referências Multibanco, *MBway*.
- **Integrações** – Consegue ter a informação crítica da loja *on-line* sempre atualizada: *stocks*, preços, referências, notas de encomenda e outras informações importantes.
- **Gestão de Encomendas** – O cliente consegue fazer a gestão das suas encomendas de forma totalmente automatizada. Facilmente conseguirá ter acesso ao fluxo de toda informação sempre atualizada: *stock*, pagamentos, expedições, devoluções e encomendas pagas e pendentes.
- **Expedição** - De forma rápida, o cliente conseguirá definir vários portes de envio por país ou região e criar vários tipos de expedição, quer por transportador ou

levantamento em loja. Consegue também oferecer os portes em alguns produtos ou países ou regiões.

1.3.3. *Marketing Digital*

As soluções inovadoras de *Marketing Digital* vão proporcionar a visibilidade indispensável para que o negócio seja sempre a primeira opção. (Basicamente: 2018)

A Basicamente acredita que uma boa estratégia de *Marketing Digital* pode aumentar o negócio a cada cliente. Para isso, pensa sempre em diversos aspetos, tais como:

- **Gestão de redes sociais 360** – Gestão de redes sociais, desde a produção de conteúdos ao *design* e entrega de relatórios. Especialistas em *Facebook*, *Instagram* e *Linkedin*.
- **Google Adwards (Ads)** – Com esta ferramenta, o cliente consegue obter maior visibilidade para o seu negócio, bem como potenciar novos contatos e aumentar o número de vendas. A Basicamente tem uma equipa especialista que cria campanhas *display*, *search*, vídeo e *shopping* e, mensalmente, entrega um relatório.
- **Facebook Ads** – O cliente consegue alcançar um vasto número de potenciais clientes através da idade, cargo, localização, gostos musicais, estado civil, entre outros. A equipa da Basicamente cria campanhas pagas no *Facebook* e *Instagram* e, mensalmente, entrega um relatório.
- **Newsletter** – Através das *newsletters*, o cliente consegue estar sempre em contato com os seus clientes. As *newsletters* são a ferramenta mais económica e a mais eficaz para angariar novos clientes ou converter os atuais. A equipa da basicamente faz a gestão e produção das *newsletters*.
- **Motores de Busca (SEO)** – A equipa da Basicamente implementa técnicas SEO *on page* e *off page* que permitem a melhoria do *ranking* do *website* nos motores de busca mais utilizados, a partir das palavras-chave mais relevantes para a área de negócio do cliente.
- **Produção de Conteúdos** - A atualização da informação constitui um dos primordiais princípios para atrair o consumidor. A equipa da Basicamente é especialista em *Copywriting* e produz conteúdos para redes sociais, *blogs*, *websites*, *newsletter* e *branding*.

1.3.4. Aplicações *web*

As soluções inovadoras de Aplicações *web* conseguem unir toda a informação do negócio do cliente em tempo real e num ecrã (*web* ou *mobile*). (Basicamente: 2018)

A centralização de toda a informação da empresa em plataformas *online* vai permitir a otimização de recursos e o controlo em tempo real do negócio.

Assim, a Basicamente pensa sempre em diversos aspetos, tais como:

- **Portais *web*** - Um portal *web* é um projeto cujas funcionalidades são mais complexas relativamente a um *website* tradicional.
- ***Intranets* e *Extranets*** - Soluções como gestão de recursos humanos, marcação de férias, organograma institucional, gestão financeira, gestão de obras, gestão de frota, gestão de viagens, gestão de projetos e gestão de tesouraria.
- ***Mobile Apps*** – A equipa Basicamente é especialista em desenvolver aplicações *mobile* de forma inata, contando com a equipa de desenvolvimento para as plataformas *iOS* e *Android* e aplicações não inatas, atualmente mais conhecidas por híbridas.

1.3.5. *Design*

Com a criação de uma imagem consistente, forte e criativa, a empresa conseguirá a distinção e intensificará a notoriedade de cada marca, pensando sempre em diversos aspetos, tais como:

- **Imagem corporativa** - Criação e desenvolvimento do estacionário: logótipo, cartão de visita, papel de carta, capa de arquivo, envelope, farda, sinalética e decoração de viaturas.
- ***Design Gráfico*** - Criação e desenvolvimento de *flyer*, cartaz, *outdoor*, brochura de apresentação, folheto e decoração de viaturas.
- ***Design editorial*** - Criação e desenvolvimento de revistas e catálogos.
- ***Packaging*** – Criação e desenvolvimento de embalagens.
- ***Naming*** – Criação de nomes para marcas e empresas.

- **Redes Sociais** - Criação e desenvolvimento de elementos gráficos para as redes sociais. (Basicamente: 2018)

1.4. Estrutura Organizacional

Segundo Teixeira (2005: 91), a estrutura organizacional consiste nas relações formais entre os colaboradores que constituem a organização, as suas funções e os modos de colaboração entre a empresa.

Na figura 3 encontra-se o organograma da Basicamente, onde está exemplificada a sua estrutura organizacional.

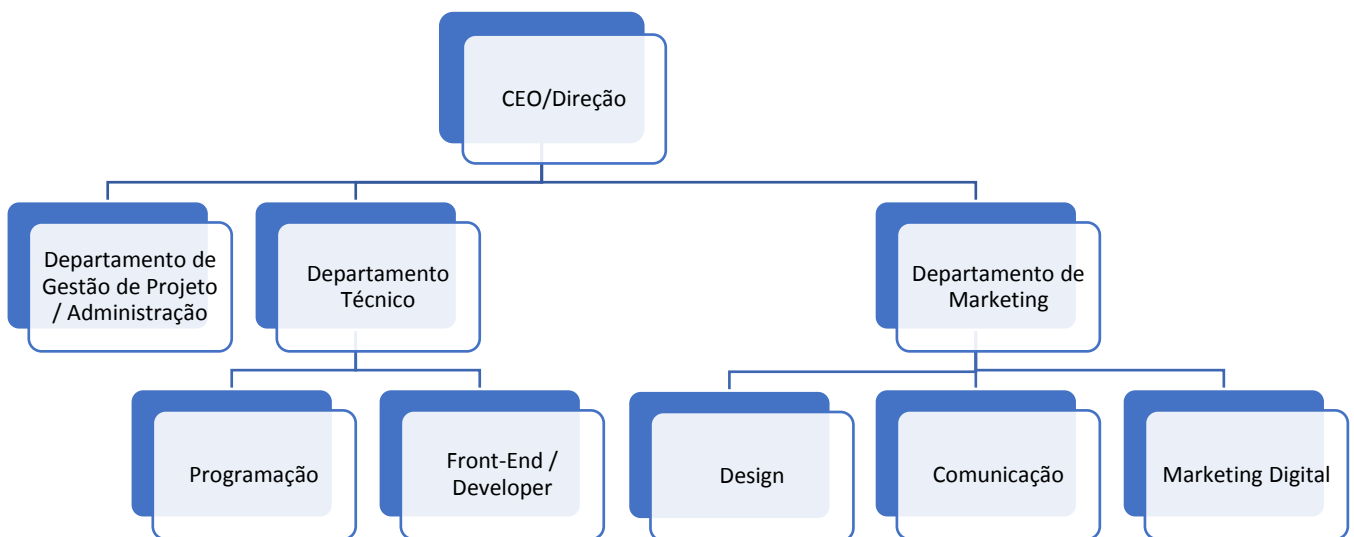


Figura 3 – Organograma

Fonte: Elaboração Própria

A estrutura organizacional da Basicamente está centrada no **CEO/Direção**, integrado pelo Luís Matos e subdividida em três departamentos: o **Departamento de Gestão/Administração**, integrado pela Sofia Ribeiro; o **Departamento Técnico**, integrado pelo José Coelho, no *Front-End/Developer* e o Rafael Ferraz e o Luís, na Programação. Por último, o **Departamento de Marketing** integrado pela Tatiana Luís, no *Design*, o Rodrigo Ribeiro, o Pedro Romeu e eu na Comunicação e *Marketing Digital*.

1.5. Identidade Visual

Segundo Lindon *et al* (2013:175), a identidade da marca deriva do aspeto físico, do carácter e dos valores da organização, definindo que a notoriedade consiste na memorização do nome da marca e a imagem é a forma como a marca é identificada. Ambas criam uma opinião na mente do público externo.

A Basicamente é uma empresa de carácter criativo, digital e futurista, tendo que prestar mais atenção ao seu aspeto físico e à forma como se apresenta aos seus clientes e futuros clientes.

1.5.1. Nome

O nome Basicamente surgiu a partir de uma história simples, inesperada e engraçada do CEO e fundador, Luís Matos.

Outrora, quando trabalhava na *Worten*, tinha um chefe que, constantemente, repetia a palavra basicamente e daí surgiu a ideia de dar esse mesmo nome à sua empresa.

É uma história simples, mas que demonstra como as ideias podem surgir de simples situações do nosso quotidiano.

1.5.2. Logótipo

O logótipo (Figura 4) é constituído pelo nome da Basicamente – *Brands & Technology*, com apenas duas cores, o preto e o azul, o que torna o logótipo simples, direto e apelativo, sendo, então, um bom logótipo.

A cor preta pretende transmitir o luxo, a distinção e o rigor da Basicamente e a cor azul pretende transmitir a sua racionalidade, a sua serenidade e a sua tranquilidade.

O último E de Basicamente pretende transmitir a sua capacidade de velocidade e solução.



Figura 4 - Logótipo da Basicamente

Fonte: NAS da Basicamente

1.6. Comunicação

Comunicação é uma palavra que deriva do termo em latim “*communicare*” e significa “partilhar, ação de participar.” É um ato que envolve a troca de informações entre dois ou mais interlocutores e é essencial para a vida em sociedade.

Segundo Teixeira (2007), é cada vez mais indispensável que as empresas tenham boas soluções de comunicação para alcançarem as suas metas, considerando que esta nos permite trocar informações globalmente. Devem atender, sempre, à forma como os seus profissionais se expressam, escrita e verbalmente, procurando uma comunicação simples, clara, objetiva e precisa.

Desta comunicação derivam a comunicação interna e externa, que são essenciais para o sucesso de qualquer empresa.

1.6.1. Comunicação interna

Com base em Lampreia (1996), a comunicação interna é caracterizada por toda a informação que circula dentro de uma empresa, como uma interação emissor-recetor, onde ambos se persuadem mutuamente, tendo os mesmos objetivos e ambições (assim se espera).

Um bom elo entre a administração e os seus funcionários deve ser prioritário, gerando um bom clima interno e, conseqüentemente, uma boa comunicação e bem-estar na empresa.

A comunicação dentro da Basicamente é feita de maneira natural e intuitiva. Entre todos os departamentos, a comunicação é aberta e informal, tornando-a fácil e resultando bem.

A comunicação cara a cara é a mais habitual, mas existem, também, outros tipos de comunicação, como o *e-mail* e a *cloud NAS*.

1.6.1.1. Via *e-mail*

Cada profissional tem uma conta de *e-mail* da empresa. O meu endereço eletrónico na empresa era: marlene.ribeiro@basicamente.pt, como podemos observar na figura 5 abaixo, onde recebia todas as informações necessárias para publicações em *site* ou em redes sociais.

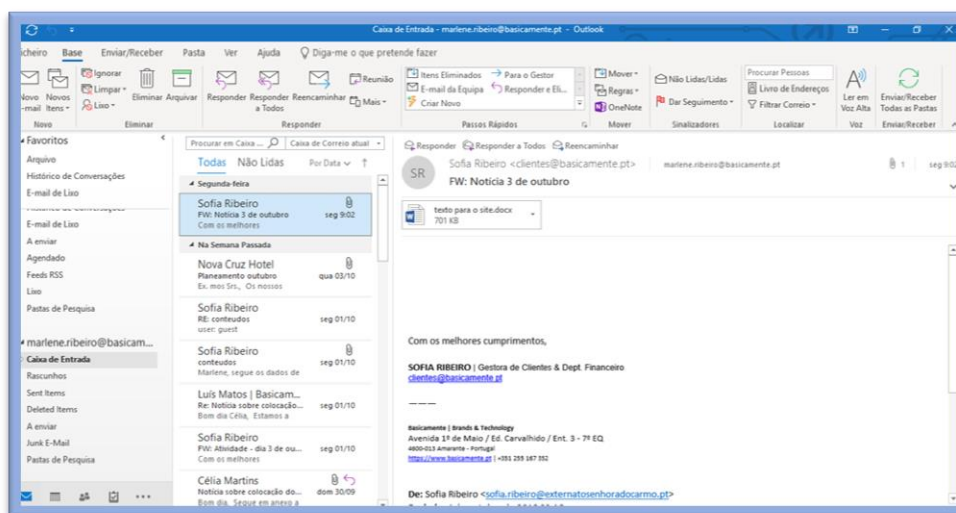


Figura 5 - Conta de *e-mail* na Basicamente

Fonte: Basicamente

1.6.1.2. *Cloud NAS*

Existe, também, uma *cloud* denominada de NAS, onde estão inseridos todos os conteúdos realizados por cada departamento. Assim, todos os clientes e todas as informações necessárias para os trabalhos, ou seja, tudo o que é realizado na Basicamente é guardado na NAS.

Para ter acesso à rede NAS é necessária uma senha disponibilizada pelo CEO da Basicamente. O meu acesso estendia-se à pasta do *Marketing*, onde geria a pasta de Redes Sociais.

1.6.2. Comunicação externa

Uma boa comunicação externa passa por uma boa transmissão para o exterior de mensagens com o intuito de promover os seus serviços, as suas qualidades e os benefícios dos mesmos.

A comunicação externa da Basicamente centra-se no seu *site* e nas suas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*.

1.6.2.1. Site

O *site* da Basicamente (Figura 6) está constantemente a ser atualizado de maneira a que toda a informação esteja correta para quem o visita diariamente.

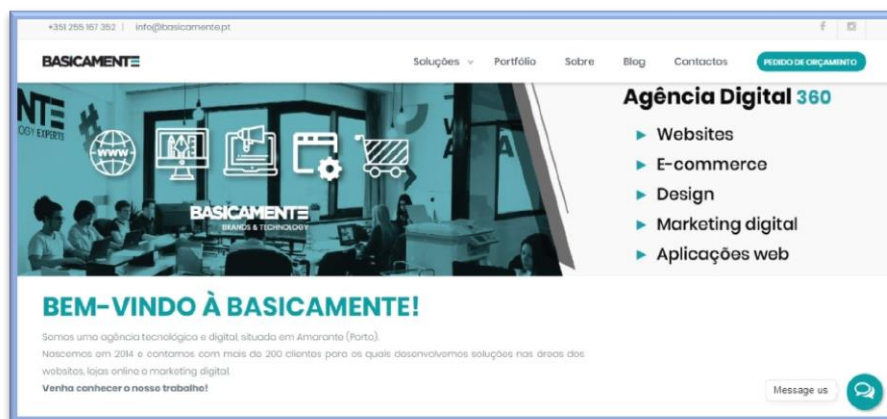


Figura 6 - Site da Basicamente

Fonte: <http://basicamente.basicamentedigital.pt/>

1.6.2.2. Redes sociais: *Facebook e Instagram*

A Basicamente está sempre ligada ao seu público com publicações diárias no *Facebook* e *Instagram*, de segunda a sexta, com publicações de frases motivacionais, aplicações para o telemóvel, publicações criativas e divulgação de clientes e serviços.

Na figura 7, podemos observar o *Facebook* da Basicamente.



Figura 7 - Facebook da Basicamente

Fonte: Facebook da Basicamente

Na figura 8, podemos observar o *Instagram* da Basicamente.

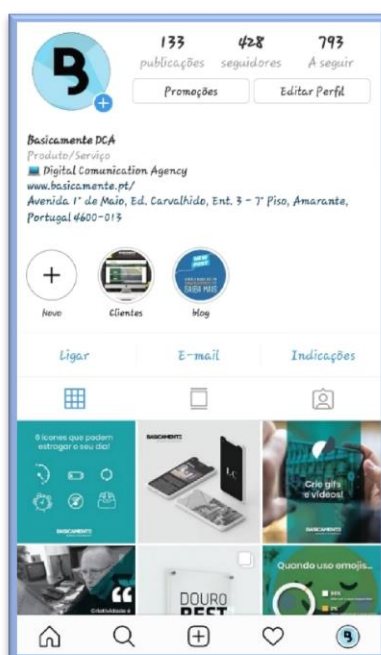


Figura 8 - Instagram da Basicamente

Fonte: Instagram da Basicamente

1.7. Clientes

Como refere Beirão (et al. 2008: 49), “Cliente deriva do latim cliente e é alguém que requer serviços mediante pagamento; alguém que compra algo; comprador; freguês; pessoa que frequenta habitualmente o mesmo local”.

Os clientes correspondem aos públicos externos mais importantes na organização na empresa, pois sem eles a empresa não existe.

É importante, também, separar os clientes atuais dos potenciais clientes de modo a ajustar cada serviço a cada necessidade dos mesmos (Pires, 1991:136).

Atualmente, a Basicamente conta com mais de 200 clientes, alguns deles (figura 9) com uma forte presença no mercado nacional, que mostraram satisfação e confiança pelos serviços prestados.



Figura 9 - Alguns dos clientes da Basicamente

Fonte: <https://basicamente.pt/sobre/>

1.8. A concorrência

Segundo Aníbal Pires (1991: 49), “sob o ponto de vista empresarial a situação ideal consiste em desenvolver um negócio num mercado onde não existem concorrentes.”

Dada a improbabilidade desta afirmação, é cada vez mais importante estar informado e analisar a concorrência de forma a antecipar os comportamentos e modificações futuras.

Assim sendo, as empresas não devem, de todo, ignorar a existência da concorrência, mas sim ter em conta que a concorrência está presente e gerir isso de modo a minimizar os seus efeitos negativos e a maximizar os aspetos positivos que pode proporcionar (Pires, 1991: 49-50).

Nesta nova era digital, existem cada vez mais empresas a apostar no *Marketing Digital* e Tecnologia, tornando-se, então, o número de concorrência maior.

Na área do Digital, o inovador e o criativo imperam, sendo extremamente necessário acompanhar a tecnologia e estar sempre a par de novas técnicas, como forma de se destacar dos demais.

Em Amarante, existem algumas empresas da mesma área de trabalho que a Basicamente, como a Publimarante, Brindes Publicitários Lda; Silva & Leite, Lda; Diodos - Publicidade e Marketing, Lda e Ledmania, Lda.

Como é uma cidade pequena, a Basicamente tem que ter especial atenção à concorrência e estar sempre um passo à frente, inovando e criando todos os dias.

1.9. Análise SWOT

A análise *swot* (*strengths, weaknesses, opportunities and threats*) é uma sigla com origem inglesa, levada para o português que envolve a compreensão e análise dos pontos fortes (*strengths*) e pontos fracos (*weaknesses*) que determinam uma empresa, assim como a identificação das oportunidades (*opportunities*) de negócio que a empresa apresenta no mercado e as ameaças (*threats*) a essa empresa como, por exemplo, a sua concorrência.

Pode dizer-se, então, que os pontos fortes e os pontos fracos estão relacionados a fatores internos, que podem ser manipulados ou modificados, e as oportunidades e as ameaças são fatores externos, que não podem ser mudados.

Após uma análise *swot* cuidadosa, a empresa pode “*tentar explorar as suas forças, vencer as fraquezas, aproveitar as oportunidades e defender-se das ameaças*” (Westwood, 2000: 19-20).

(S) Pontos Fortes	(W) Pontos Fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Proximidade; - Equipa jovem e dinâmica; - Empresa recente, mas já com afirmação no mercado e com reconhecimento público; - Boas instalações e fácil acesso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escassez de recursos humanos.
(O) Oportunidades	(T) Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociais ativas; - Taxa de resposta elevada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Outras empresas da mesma área; - Meio envolvente pequeno.

Tabela 1- Análise SWOT da Basicamente

Fonte: Elaboração Própria

A Basicamente, apesar de ser uma empresa pequena, num meio envolvente também pequeno, já conseguiu obter o seu merecido reconhecimento com muito trabalho e dedicação, tendo, por exemplo, o reconhecimento da Câmara Municipal de Amarante, com quem colabora várias vezes.

Um dos seus pontos fortes é mesmo a proximidade que tem com os seus clientes e a facilidade de esclarecimento de dúvidas e críticas que podem ajudar a construir e valorizar cada vez mais a empresa.

Outro dos seus pontos fortes é a sua equipa, constituída por profissionais formados nas diversas áreas de atuação da empresa, muito competentes, jovens e dinâmicos, com um espírito de trabalho e de equipa enormes e sempre com ambições e vontade de aprender e dar mais à Basicamente.

Apesar de uma boa equipa, a Basicamente, à medida que vai crescendo no seu trabalho, nota a escassez de recursos humanos para conseguir realizar todos os seus projetos, com a máxima qualidade a que sempre habitua os seus clientes. No entanto, salienta-se a ótima capacidade de gestão por parte da Basicamente, para que todos os projetos sejam realizados no tempo acordado com os clientes.

Com o grande avanço tecnológico e a rápida expansão da *internet*, nota-se uma maior procura de cada empresa para que tenha um *marketing* digital diferenciado e com qualidade superior à concorrência. Assim sendo penso que a Basicamente se consegue distinguir, tendo em conta a forte relação com o seu público, através das suas redes sociais, *Facebook* e *Instagram* e, também, do seu *site online*.

A Basicamente entende que, para a continuação de um bom trabalho, necessita de um constante aspeto diferenciador da concorrência e de elevar a cada dia a qualidade do seu conteúdo.

CAPÍTULO II – O Estágio

BASICAMENTE
BRANDS & TECHNOLOGY

“No estágio, os alunos desenvolvem habilidades, aplicam e organizam conhecimentos e têm a possibilidade de testarem a sua vocação para o ofício.” (Sanz, 2006: 140)

1. Plano de Estágio

Após a apresentação e caracterização da entidade que me acolheu durante três meses, passo, então, a descrever o meu estágio e todas as atividades realizadas no mesmo.

O Plano de estágio (Anexo I) foi delineado pelo CEO e meu Supervisor do estágio da Basicamente, Luís Matos, onde refere as principais tarefas a pôr em prática no decorrer dos três meses, nomeadamente o desenvolvimento e apoio ao *Marketing* Digital dos clientes – apoio na conceção e gestão das redes sociais.

A integração na equipa e todo o apoio necessário em todas as atividades desenvolvidas foi desde logo notório.

1.1. Receção e Acolhimento

Antes de dar início ao estágio reuni com o CEO da Basicamente, Luís Matos, onde esclarecemos as atividades que iria desenvolver durante os três meses de estágio.

Posteriormente acordamos o meu horário de trabalho, seguindo o funcionamento normal da Basicamente, sendo ele, das 09:00h às 18:30h, nos dias úteis.

No dia 2 de julho, segunda-feira, dei início ao meu estágio curricular e apresentei-me na Basicamente no horário combinado.

Após a chegada de todos os integrantes da equipa da Basicamente, fui apresentada como estagiária pelo Luís Matos para os próximos três meses. Foi-me pedido, também, que falasse um pouco de mim, tanto do meu percurso académico, como pessoal.

De seguida, todos os membros da empresa se foram apresentando, seguindo os departamentos integrantes da empresa.

O Departamento de Gestão/Administração, integrado pela Sofia Ribeiro; o Departamento Técnico, integrado pelo José Coelho, no *Front-End/Developer*, o Rafael Ferraz e o Luís, na Programação e, por último, o Departamento de *Marketing*, integrado pela Tatiana Luís, no *Design* e a Cátia Ribeiro e o Pedro Romeu na Comunicação e *Marketing* Digital.

Feitas todas as apresentações, foi altura de conhecer as instalações, um escritório amplo apenas com a divisão de uma sala para reuniões.

Juntamente com o meu supervisor na empresa, preenchemos alguns documentos com os meus dados e com os dados da escola e instituição para regularizar e formalizar o Estágio, de forma a que tudo corresse como desejado, documentos esses disponibilizados pelo próprio Instituto Politécnico da Guarda.

Após tudo isso, foi-me explicado, pela Cátia Ribeiro, o funcionamento da empresa, os seus clientes no momento e foi-me sugerido que observasse o método de trabalho durante o resto do meu primeiro dia.

1.2. Cronograma de atividades

Os cronogramas são correspondentes aos meses de estágio, mais especificamente julho, agosto, setembro e outubro, neles enumero todas as atividades que foram realizadas ao longo desses meses.

Preferi realizar um cronograma individual para cada mês, de forma a conseguir demonstrar mais facilmente o que ia sendo realizado a cada semana e a sua evolução ao longo do estágio.

Cada tabela, que se encontram no Apêndice I, representa um mês, composto pelas respetivas semanas de trabalho e as atividades realizadas.

Como podemos observar no cronograma do mês de julho, o início do estágio foi mais dedicado à observação e à adaptação aos métodos de trabalho da Basicamente.

Realizei, também, tarefas como a ajuda no planeamento de algumas redes sociais de clientes e da própria Basicamente; realização de uma notícia para o *site* de um cliente; realização das publicações no *Instagram*; inserção de conteúdos em *WordPress*;

gerenciamento de contactos em *E-goi* e aproveitei, também, para aprender mais um pouco sobre *Marketing* Digital, com a leitura de *e-books*, fornecidos pelo Pedro Romeu.

No mês de agosto, mantive as atividades já desenvolvidas, mas foram acrescentadas algumas novas, como foi o caso da realização de textos para *sites*, mais especificamente, *copywriting* e, também, a realização de publicações no *Facebook*.

No mês de setembro, devido a saída da colega Cátia Ribeiro, que geria, planeava e realizava as publicações de todas as redes sociais dos clientes, foi-me dada a grande responsabilidade de continuar o seu trabalho, sentindo o seu peso e a necessidade de ter uma melhor gestão de organização de maneira a não falhar com a Basicamente.

Posso dizer que o mês de setembro foi o mês mais árduo de todo o estágio, em que estive mais ativa e com maior responsabilidade nas atividades que realizava.

O mês de outubro, o último mês de estágio, foi, tal como os anteriores, muito produtivo e tendo em conta que já estava completamente habituada com a equipa, o espaço e as atividades que realizava, foi também o mês mais nostálgico, sendo que me dediquei muito a este estágio e a despedida estava próxima.

1.3. Objetivos

O meu primordial objetivo na realização do estágio curricular foi aprender e absorver toda a experiência dos meus colegas de trabalho, de forma a conseguir aplicar a prática a todo o conhecimento teórico adquirido na licenciatura de Comunicação e Relações Públicas.

Tendo como objetivos fundamentais:

- Adquirir atitudes, comportamentos e linguagens apropriados à profissão executada;
- Ser o mais autónoma possível, sem nunca esquecer o trabalho em equipa;
- Aplicar o conhecimento dos conteúdos adquiridos nas unidades curriculares e aprimorá-lo com as atividades práticas.

Todos estes objetivos foram atingidos com o meu empenho e dedicação em dar sempre o meu melhor em todas as atividades desenvolvidas e com a ajuda de todos os meus colegas de trabalho.

1.4. Atividades desenvolvidas

As atividades realizadas ao longo do estágio tiveram como objetivo pôr em prática as principais tarefas que constam no plano de estágio, apresentando, de seguida, as mesmas.

1.4.1. Pesquisa e recolha de conteúdos

Esta foi uma das primeiras tarefas que me foi pedida no estágio na Basicamente e que se alongou um pouco por todos os três meses.

Como a área da publicidade e divulgação de um produto ou serviço é muito extensa, era necessário estar a par do que era feito na concorrência de cada cliente. Para isso, pesquisávamos as redes sociais da concorrência e recolhíamos algumas publicações para servir como base e inspiração. Por exemplo, para o Nova Cruz Hotel, cliente da Basicamente, recorri a páginas de *Facebooks* de hotéis concorrentes.

Na figura 10 podemos ver uma publicação no *Facebook* do Hotel Quinta da Cruz.



Figura 10 - Publicação de Facebook (Hotel Quinta da Cruz)

Fonte: <https://www.facebook.com/hotelquintadacruz/>

Na figura 11 podemos observar uma publicação no *Facebook* do NH Hotels.



Figura 11 - Publicação de Facebook (NH Hotels)

Fonte: <https://www.facebook.com/NH.Hotels.PT/>

Na figura 12 podemos ver uma publicação do Facebook do Flores Village Hotel & Spa.



Figura 12 - Publicação de Facebook (Flores Village Hotel & Spa)

Fonte: <https://www.facebook.com/FloresVillageHotel/>

1.4.2. Resumo dos clientes

Esta tarefa foi-me pedida no primeiro mês do estágio, como forma de me ir familiarizando e habituando com os clientes da Basicamente.

Pesquisei, então, sobre todos os clientes ativos no mês de julho e realizei um pequeno resumo (Apêndice II), para consulta própria, sobre os seus serviços e as suas áreas de atuação.

1.4.3. Resumo de ferramentas do Google

Sendo a minha licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, a área do *Marketing* Digital não esteve muito presente na mesma. Para o efeito de entender melhor as ferramentas essenciais para uma empresa digitalmente, foi-me proposto que pesquisasse

um pouco sobre as mesmas e que realizasse um pequeno resumo para que ficasse um pouco mais a par do que são e os seus benefícios no negócio.

As ferramentas do *Google* que me apresentaram e sobre as quais eu aprendi, foram o *Google My Business* (Apêndice III) e o *Google Shopping* (Apêndice IV).

1.4.4. Propostas de planeamento para as redes sociais

Nos dois primeiros meses de estágio, julho e agosto, foi-me solicitado que ajudasse a Cátia Ribeiro nos planeamentos para as redes sociais dos clientes LUC e Estrada Real.

Obviamente todas as propostas que realizava eram revistas e alteradas, se necessário, antes de serem enviadas aos clientes.

Para o cliente LUC (Apêndice V e Apêndice VI), realizava documentos *word* com as publicações para cada semana do mês. Em anexo, estão dois documentos *word* respetivos ao planeamento da segunda semana de julho e a segunda semana de agosto.

Para o cliente Estrada Real (Apêndice VII), realizava a recolha de 4 imagens por publicação e estruturava a legenda para a mesma. Em anexo, estão as imagens e as legendas para a terceira semana de julho e a segunda semana de agosto.

1.4.5. Planeamento das redes sociais

Após a saída da colega Cátia Ribeiro, em setembro, fiquei responsável pelo planeamento das redes sociais.

Dependendo do cliente, planeava semanal ou mensalmente as publicações para as redes sociais.

Numa capa, estavam todos os clientes da Basicamente, divididos pelos meses em que trabalhamos com os mesmos. Em cada mês, apontava todas as publicações já aprovadas como uma forma de saber quantas publicações haviam sido feitas num certo mês e como forma de demonstração ao cliente se houvesse alguma dúvida.

Na figura abaixo está demonstrado o mês de novembro para a Basicamente, que deixei planeado antes de terminar o estágio.

Novembro 2018						
Segunda-Feira	Terça-Feira	Quarta-Feira	Quinta-Feira	Sexta-Feira	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5 ^a A mulher forma de prever o futuro? "chute-se!" Beta Daucker	6 Rny Scanner digitalize documentos com a câmera do seu telemóvel.	7 Amyctra - Lúlio	8 O frio chegou a su gottweis - -	9 design	10	11
12 ^a dificuldades preparam pessoas melhores para desafios "bata o rei na cabeça!" CS Lewis	13 LinkedIn A sua rede social de negócios.	14 Anticovid19	15 Todos os dias são dias! - vídeos - as respostas - os comentários - os likes - sempre a agradecer	16 design	17	18
19 ^a Tocar as coisas possuem beleza, mas não estão a ver! Andy Warhol	20 Spotify Música para stock a gente.	21 Bandante	22 Mãe natureza: não nos esqueça! - feira! Mãe natureza: amanhã é sexta - feira!	23 design	24	25
26 ^a Aprende as regras como um profissional para que possas ganhar - não como um amador! Barlo Pazzo	27 Use o teu e-mail de modo a ganhar como um profissional.	28 Intuição	29 Mapa do Marketing: Bolo Muffin 1€ 2,50€ 5€	30 design		

Figura 13 - Planeamento do mês de novembro da Basicamente

Fonte: Própria

Realizava, também, planeamentos em *word* para enviar ao cliente para aprovação, como é o caso do cliente Nova Cruz Hotel (Apêndice VIII e Apêndice IX).

1.4.6. Leitura de *e-books*

Como forma de dinamizar a minha aprendizagem e “entrar” mais a fundo na área do Marketing digital e das redes sociais para o negócio, foram-me fornecidos alguns *e-books*.

Nos momentos em que tinha todas as minhas tarefas já organizadas, passava, então, para a leitura desses *e-books* interativos. Entre eles estavam:

- 22 Táticas comprovadas para aumentar o seu engajamento no *Facebook*, de Camila Porto;
- *Facebook Ads*, desenvolvido pela *Rock Content*, uma empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro;
- Como anunciar no *Instagram Ads*: o guia definitivo de Resultados Digitais;

- O guia definitivo para as agências trabalharem com as redes sociais, de RD Station.

1.4.7. Trabalhar em *e-goi*

O *e-goi* é uma plataforma de *e-mail marketing* que agrupa funcionalidades num único *software online* multicanal, que assenta em vários canais de comunicação, como o *E-mail*, SMS, Voz, Fax, Formulários e Redes Sociais. (Pedro Pinto: 2014)

A tarefa que eu realizava ao trabalhar com o *e-goi* era inserir e eliminar contactos de listas já existentes.

1.4.8. Trabalhar em *Wordpress*

O *WordPress* é um *software* de código aberto que se usa para criar *sites*, *blogs* ou aplicações. (WordPress: 2018).

A tarefa que eu realizava ao trabalhar com o *WordPress* era inserir, alterar e eliminar conteúdos (textos e imagens) para *sites* de clientes, como o *site* do Externato Senhora do Carmo.

Nas figuras a baixo estão algumas das notícias que inseri no *site* do Externato Senhora do Carmo.

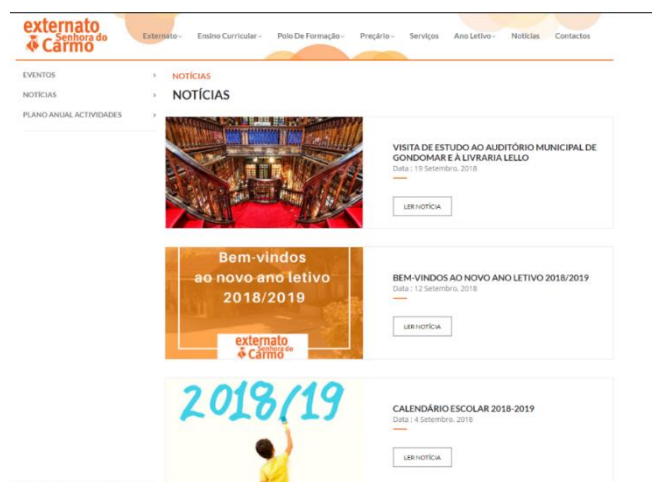


Figura 14 - Notícias inseridas no site do Externato Senhora do Carmo

Fonte: <https://senhoradocarmo.pt/category/noticias/>

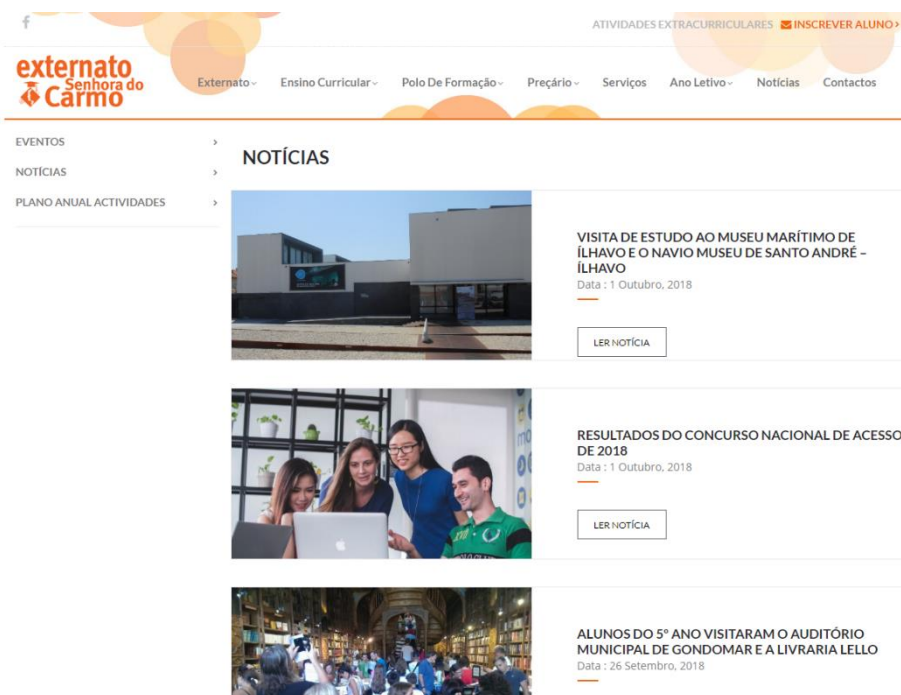


Figura 15 - Notícias inseridas no site do Externato Senhora do Carmo

Fonte: <https://senhoradocarmo.pt/category/noticias/>

1.4.9. Publicações no *Instagram*

A comunicação na rede social *Instagram* baseava-se no mesmo tipo de publicação para o *Facebook*. Assim sendo, as publicações que eram publicadas no *Facebook* eram, também, publicadas no *Instagram*.

A tarefa era muito simples, tendo apenas que “copiar” o que era colocado no *Facebook* e “colar” no *Instagram*.

Na figura 16, podemos observar uma publicação do *Instagram* do Nova Cruz Hotel.



Figura 16 - Publicação do Instagram do dia 4 de julho do NC Hotel

Fonte: @nc.hotel

Na figura 17, podemos observar uma publicação do *Instagram* da Basicamente.



Figura 17 - Publicação do Instagram do dia 4 de agosto da Basicamente

Fonte: @basicamentedca

Na figura 18, podemos observar uma publicação do *Instagram* do Estrada Real.



Figura 18 - Publicação do Instagram do dia 1 de outubro do Estrada Real

Fonte: @er.estrada real

1.4.10. Publicações no *Facebook*

Depois de todas as publicações aprovadas e estipuladas as datas de saída pelos clientes, passava-se, então, à publicação das mesmas no *Facebook*.

Mostro abaixo alguns exemplos de publicações no *Facebook* de clientes que foram realizadas.

Na figura 19, podemos observar uma publicação do *Facebook* do cliente Amadeu Ourivesaria.

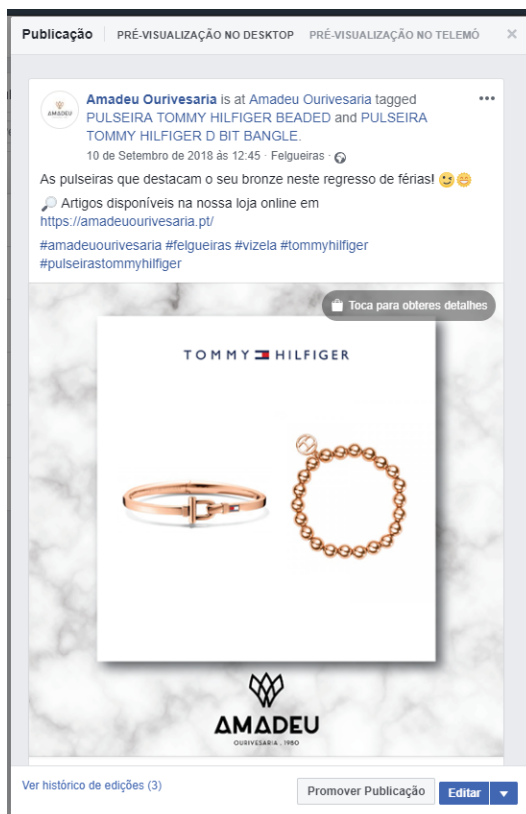


Figura 19 - Publicação do Facebook do cliente Amadeu Ourivesaria

Fonte: <https://www.facebook.com/amadeu.ourivesaria/>

Na figura 20, podemos observar uma publicação do Facebook do cliente Externato Senhora do Carmo.



Figura 20 - Publicação do Facebook do cliente Externato Senhora do Carmo

Fonte: <https://www.facebook.com/externatosenhoradocarmo/>

Na figura 21, podemos observar uma publicação do *Facebook* do cliente MR Building.



Figura 21 - Publicação do Facebook do cliente MR Building

Fonte: <https://www.facebook.com/MR-Building-258812088187270/>

1.4.11. Copywriting

Para explicar esta tarefa, apenas se torna necessário explicar o que é *copywriting*.

Assim, *copywriting* nada mais é do que a ação de escrever textos com o objetivo de realizar uma venda, ou seja, de vender o seu produto ou serviço. (Carolina Zanoti: 2018)

Eu realizei esta tarefa para duas empresas, a Transnautica (Apêndice X) e a Forcargio (Apêndice XI).

Estas duas empresas estavam com o seu *site* em construção, sendo então necessário escrever sobre elas para o mesmo.

1.4.12. Realização de notícias

Durante o período do estágio, tive de realizar duas notícias apenas (Apêndice XII e Apêndice XIII).

Essas notícias destinaram-se ao cliente NC Hotel e foram para o seu *site*.

O Nova Cruz Hotel é um hotel de Santa Maria da Feira que está muito ativo em todas as atividades que existam na cidade e o objetivo destas notícias é informar a quem visita o *site* dessas mesmas atividades e do seu sucesso na cidade.

1.4.13. Acompanhamento e contacto com clientes

Inicialmente, apenas acompanhei algumas chamadas com clientes com o intuito de me ir inteirando da maneira como eram abordadas todas as situações e de como falar com os clientes.

Com a saída da minha colega, em setembro passei a ser responsável por essa tarefa. Confesso que inicialmente foi um pouco assustador, mas foi, também, uma mais-valia e preparação para o que, muito provavelmente, terei de realizar no futuro.

O contacto com os clientes variava, sendo que, por vezes, recorriamos a chamadas telefónicas, a mensagens na aplicação *WhatsApp* e ao envio de *e-mails*.

A mais recorrente era mesmo a chamada telefónica, devido à facilidade e imediatismo no contacto e resolução de assuntos.

Mas enviei, também, alguns *e-mails* (figura 22 e 23) com os planeamentos para os respetivos meses.

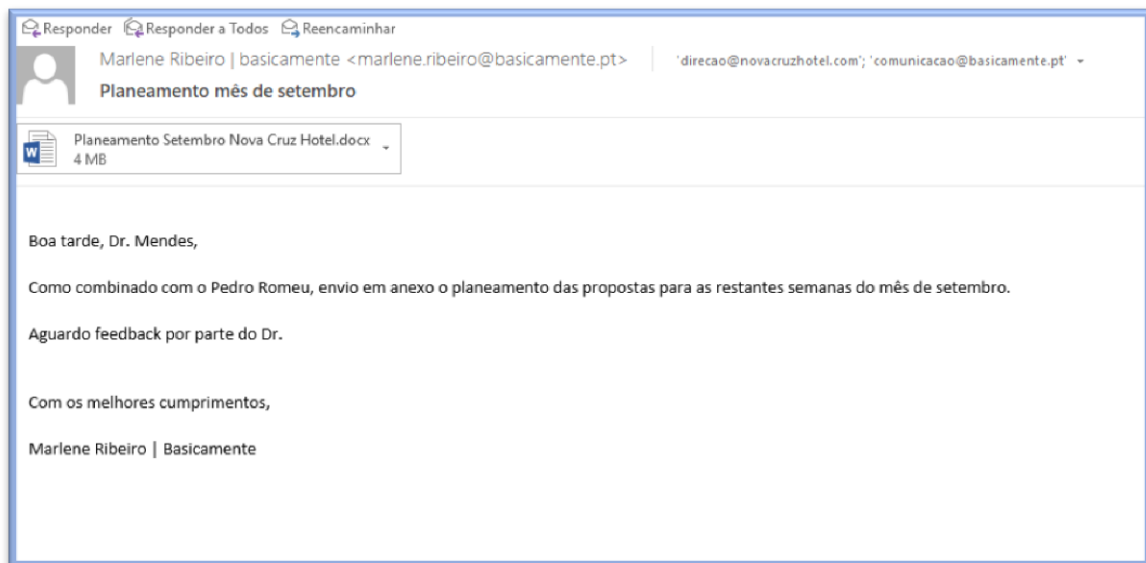


Figura 22 - Envio de e-mail com o planeamento de setembro para o NC Hotel

Fonte: Basicamente

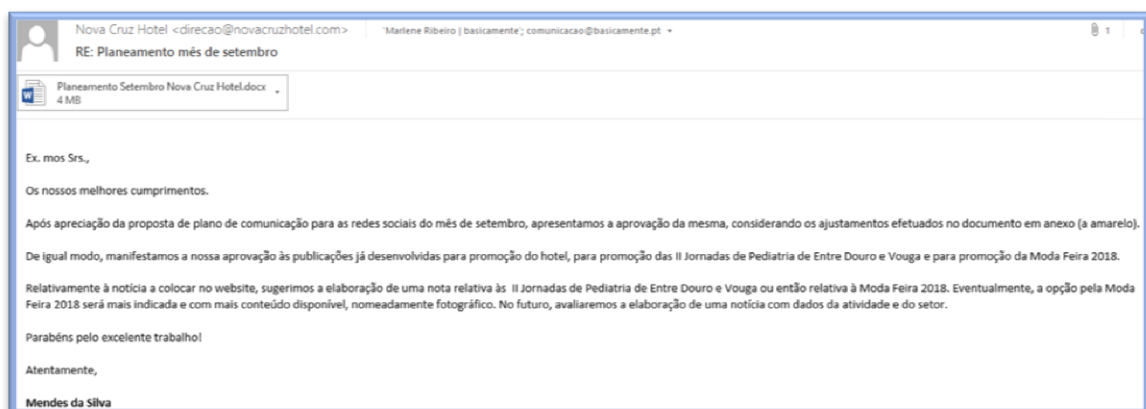


Figura 23 - Resposta de e-mail com a aprovação do planeamento de setembro para o NC Hotel

Fonte: Basicamente

1.4.14. Agendamento de publicações no *Facebook*

Esta atividade foi a mais recorrente nos três meses de estágio, onde após o planeamento das publicações, do envio do mesmo aos clientes e da aprovação final, se passa, então, para o agendamento das publicações no *Facebook*.

Esta atividade é muito simples e metódica, o *Facebook* tem uma funcionalidade para agendar publicações futuras e é aí que é feito o agendamento de todas as publicações nesta rede social.

Nas figuras abaixo (figuras 24 a 26) podemos observar algumas das publicações agendadas de diversos clientes.

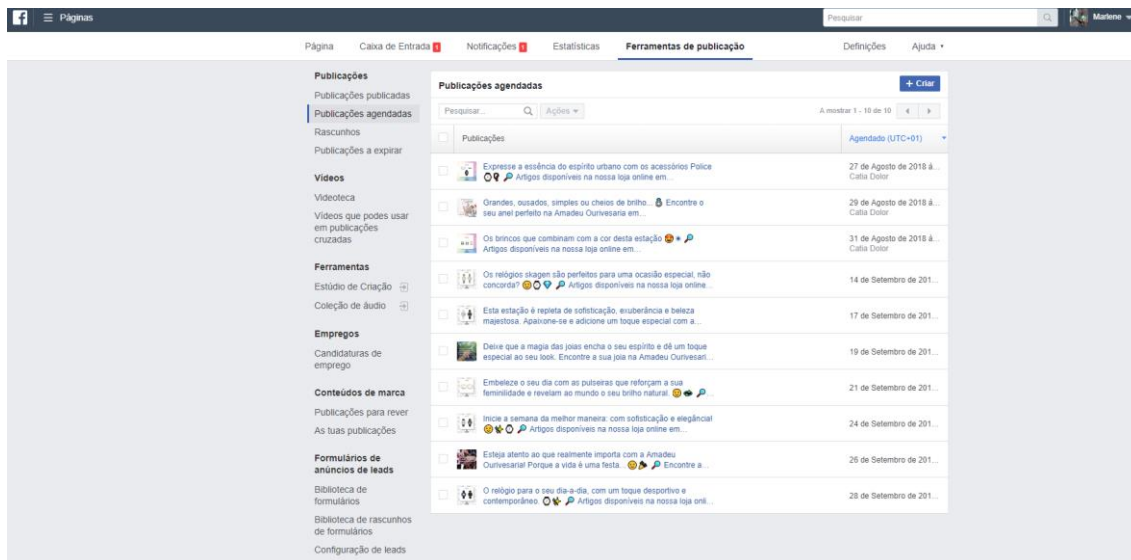


Figura 24 - Publicações agendadas no Facebook do cliente Amadeu Ourivesaria

Fonte: Facebook

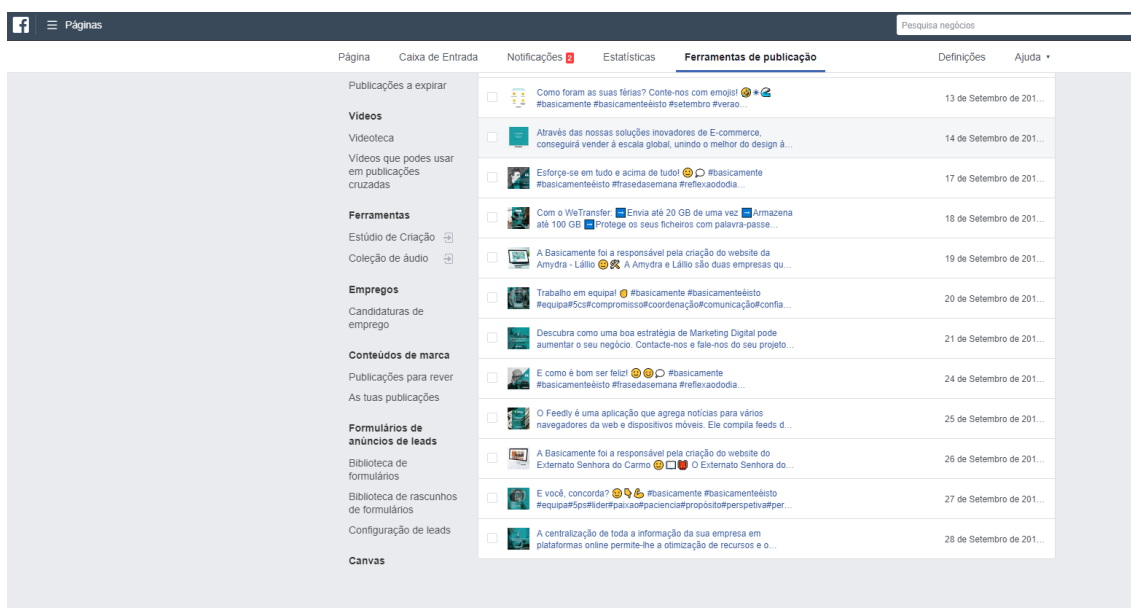


Figura 25 - Publicações agendadas no Facebook da Basicamente

Fonte: Facebook



Figura 26 - Publicações agendadas no Facebook do cliente Nova Cruz Hotel

Fonte: Facebook

1.4.15. Criação de *design* para publicações no Canva

A Basicamente apenas tem uma *designer*, a Tatiana Luís, e, em certas alturas, para poupar e aproveitar tempo para outros serviços mais prioritários, era necessário que eu desenvolvesse o *design* para algumas publicações.

Então, desenvolvia esses *designs* num *site* de ferramentas de *design* gráfico, o *Canva*.

Abaixo mostro alguns dos *designs* que desenvolvi para o Externato Senhora do Carmo e que foram aprovados pelo cliente.

Na figura 27, podemos observar um *design* para dicas de estudo.



Figura 27 - Design “Dicas” para o Externato Senhora do Carmo

Fonte: Basicamente

Na figura 28, podemos observar um design para mostrar algumas pessoas históricas do país.



Figura 28 - Design “Sabes quem é?” para o Externato Senhora do Carmo

Fonte: Basicamente

Na figura 29, podemos observar um design para curiosidades.



Figura 29 - Design “Sabias que...” para o Externato Senhora do Carmo

Fonte: Basicamente

1.4.16. Gerir redes sociais – Facebook e Instagram

A gestão das redes sociais de todos os clientes e da Basicamente era feita diariamente. Todos os dias era necessário estar atenta aos gostos das páginas e das publicações do Facebook e Instagram, convidar quem ainda não fazia parte das páginas do Facebook, responder e colocar gosto em todos os comentários que recebiam, rever e corrigir todas as publicações e certificar-me de que tudo saía conforme o planeado.

Não era uma tarefa muito difícil, mas exigia muita atenção para não deixar “escapar” nada.

1.4.17. Recolha de fotografias no estabelecimento do cliente

Esta tarefa foi realizada apenas no meu último dia de estágio na Basicamente.

Com o surgimento de um novo cliente para gerir as redes sociais, Interiores Campo da Feira, uma imobiliária em Amarante, foi necessária a deslocação ao local para a recolha de

fotografias de toda a mobília e decoração, para a utilização em publicações no *Facebook* para uma maior divulgação dos seus produtos.

Dirigi-me, então, pela manhã, à imobiliária Interiores Campo da Feira, onde fotografei todos os seus produtos e voltando, logo de seguida, para a Basicamente.

Abaixo mostro algumas das fotos retiradas nesse dia.



Figura 30 - Vista da entrada da imobiliária

Fonte: Própria



Figura 31 - Mobília de entrada + Cadeiras

Fonte: Própria

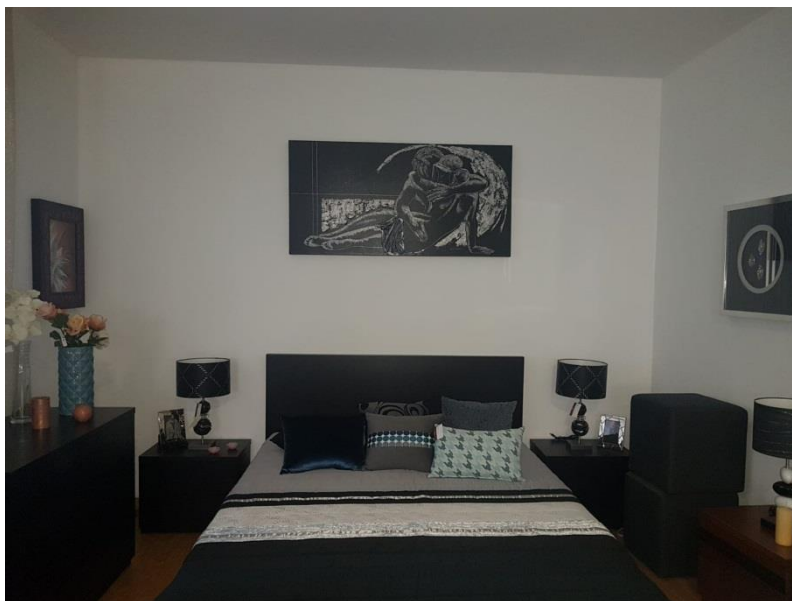


Figura 32 - Móvel de Quarto

Fonte: Própria

Reflexão Final

O presente relatório de estágio incide na realização de um estágio curricular, que decorreu ao longo de três meses na empresa Basicamente, situada na cidade de Amarante, como parte final da minha licenciatura em Comunicação e Relações Públicas.

Com este estágio curricular tive a oportunidade de entender o mundo do trabalho na perspetiva do *Marketing* Digital, sendo, estes três meses, uma grande aprendizagem, tanto a nível profissional como a nível pessoal.

Relativamente à minha entidade de acolhimento, a Basicamente, sinto que não poderia ter sido tão bem-recebida e integrada na equipa, onde tive a sorte de encontrar o equilíbrio perfeito entre aprendizagem e lazer e de onde levo conhecimentos que adquiri ao longo dos meses com muito trabalho e dedicação.

Refletindo sobre o meu desempenho ao longo do estágio, sinto que consegui atingir todos os meus objetivos, aprendendo e melhorando a cada dia com as atividades que me foram propostas.

Relativamente ao curso de Comunicação e Relações Públicas, penso que é um curso apelativo e que nos prepara para o futuro, embora tenha poucas unidades curriculares na área do digital. Algumas delas poderiam ser adaptadas para esta área, pois está cada vez mais presencial na vida pessoal e profissional.

Para concluir, o meu balanço do estágio é positivo e sinto-me muito satisfeita com a conclusão do mesmo e com tudo o que realizei e que foi apreciado pela Basicamente.

Bibliografia

Almeida, Vítor (2000). *A Comunicação Interna na Empresa*. Lisboa: Práxis;

Beirão, et al. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Porto: Plátano Editora;

Brilman, Jean (2000). *As Melhores Práticas de Gestão no Centro do Desempenho*. Lisboa: Edições Sílabo;

Caetano, A. et al. (2007). *Gestão de Recursos Humanos Contextos, Processos e Técnicas*. Lisboa: Editora RH;

Lampreia, J. Martins (1996). *Técnicas de Comunicação, Publicidade Propaganda e Relações Públicas* (7ª edição). Mem Martins: Publicações Europa-América;

Lindon, D. et al. (2013). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. (14.ª edição). Lisboa: Publicações Dom Quixote;

Monteiro, A. C., et al. (2006). *Fundamentos de Comunicação*. Lisboa: Sílabo;

Pinto, P. (2014). *E-goi – Plataforma online de e-mail marketing*. Consultado em 3/dez, em <https://pplware.sapo.pt/informacao/e-goi-software-online-de-email-marketing/>;

Pires, Aníbal. (1991). *Conceitos, técnicas e problemas de gestão*. Lisboa: Editorial Verbo; *Relações Públicas* (7ª edição). Mem Martins: Publicações Europa-América;

Santos, A. J. R. (2008). *Gestão Estratégica: Conceitos, modelos e instrumentos*. Lisboa: Escolar;

Teixeira, M. (2007). *Comunicação na empresa*. Rio de Janeiro: FGV Editora;

Teixeira, S. (2005). *Gestão das Organizações*. (2ª edição). Madrid: McGraw- Hill Interamericana de España S.A.U;

Westood, John. (2000). *30 minutos...para redigir um plano de marketing*. Lisboa: Editora Replicação;

Zanoti, C. (2018). *Você sabe o que é copywriting?* Consultado em 3/dez, 2018, em <https://comunidade.rockcontent.com/o-que-e-copywriting/>;

<http://www.citador.pt/frases/citacoes/a/antoine-de-saintexupery>, consultado a 19/set de 2018;

<https://basicamente.pt/>, consultado a 10/out de 2018;

<https://pt.wordpress.org/>, consultado a 3/dez de 2018;

<https://senhoradocarmo.pt/>, consultado a 3/dez de 2018.

Anexos

Anexo I - Plano de Estágio

	<p>PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados</p>	<p>MODELO GESP.004.05 Ano Letivo 2017/18</p>																														
<p>Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.</p>																																
<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td>Escola:</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> ESECD</td> <td><input type="checkbox"/> ESS</td> <td><input type="checkbox"/> ESTG</td> <td><input type="checkbox"/> ESTH</td> </tr> <tr> <td>Tipologia:</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Curricular</td> <td><input type="checkbox"/> Extracurricular</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/> Outro: _____</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="4">Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</td> </tr> <tr> <td colspan="5">Informação adicional (se aplicável)</td> </tr> <tr> <td>Designação</td> <td colspan="4">_____</td> </tr> <tr> <td>Fase curricular:</td> <td>_____</td> <td>Semestre</td> <td>_____</td> <td> <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período </td> </tr> </table>			Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH	Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro: _____			Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____				Informação adicional (se aplicável)					Designação	_____				Fase curricular:	_____	Semestre	_____	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período
Escola:	<input checked="" type="checkbox"/> ESECD	<input type="checkbox"/> ESS	<input type="checkbox"/> ESTG	<input type="checkbox"/> ESTH																												
Tipologia:	<input checked="" type="checkbox"/> Curricular	<input type="checkbox"/> Extracurricular	<input type="checkbox"/> Outro: _____																													
	Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____																															
Informação adicional (se aplicável)																																
Designação	_____																															
Fase curricular:	_____	Semestre	_____	<input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período																												
<p>1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES</p>																																
<p>Estudante: <u>Marlene Catarina Alves Ribeiro</u> N.º de estudante: <u>5009648</u> Docente orientador(a): <u>Mário José Silva Meloiro</u> Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Luis Matos</u></p>																																
<p>2. PLANO DE TRABALHO</p>																																
<p><u>Observações e Apoio ao Marketing Digital das</u> <u>Clientes - Apoio na concepção e Gestão de Redes Sociais</u></p>																																
<p>3. ASSINATURAS</p>																																
<p>O(A) Estudante</p> <p><u>05103120118</u></p> <p><u>Ribeiro</u> (Assinatura)</p>	<p>O(A) Docente Orientador(a)</p> <p><u>05107120118</u></p> <p><u>Mário José Silva Meloiro</u> (Assinatura)</p>	<p>O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):</p> <p><u>05103120118</u></p> <p><u>Luis Matos</u> (Assinatura)</p>																														

Apêndices

Lista de Apêndices

Apêndice I- Cronograma de atividades

Apêndice II- Resumo dos clientes

Apêndice III- *Google My Business*

Apêndice IV- *Google Shopping*

Apêndice V- Proposta de planeamento LUC (julho)

Apêndice VI- Proposta de planeamento LUC (agosto)

Apêndice VII- Proposta de planeamento Estrada Real

Apêndice VIII- Planeamento Nova Cruz Hotel (setembro)

Apêndice IX- Planeamento Nova Cruz Hotel (outubro)

Apêndice X- *Copywriting* Transnautica

Apêndice XI- *Copywriting* Forcargos

Apêndice XII- Notícia para o cliente Nova Cruz Hotel (Viagem Medieval)

Apêndice XIII- Notícia para o cliente Nova Cruz Hotel (Moda Feira)

Apêndice I – Cronogramas de Atividades

Atividades Julho (dia 2 a dia 31)	1º Semana	2º Semana	3º Semana	4º Semana
Observação	X			
Pesquisa e Recolha de Conteúdos	X	X	X	
Resumo dos clientes		X		
Resumo de ferramentas do <i>Google</i>		X		
Propostas de Planeamento para redes sociais	X	X	X	
Leitura de <i>e-books</i>				X
Trabalhar em <i>E-goi</i>		X		
Publicações no <i>Instagram</i>			X	X
Acompanhamento nas chamadas a clientes			X	
Trabalhar em <i>WordPress</i>			X	X
Realização de Notícia			X	

Atividades Agosto (dia 1 a dia 11)	1º Semana	2º Semana
Pesquisa e Recolha de Conteúdos	X	X
Propostas de Planeamento para redes sociais	X	X
Trabalhar em <i>E-goi</i>		X
Publicações no <i>Instagram</i>	X	X
Trabalhar em <i>WordPress</i>	X	X
Publicações no <i>Facebook</i>		X
<i>Copywriting</i>	X	

Atividades Setembro (dia 3 a dia 30)	1º Semana	2º Semana	3º Semana	4º Semana
Pesquisa e Recolha de Conteúdos	X	X	X	X
Planeamento das redes sociais	X	X	X	X
Agendamento de publicações no <i>Facebook</i>	X	X	X	X
<i>Copywriting</i>	X			X
Publicações no <i>Instagram</i>	X	X	X	X
Contacto com clientes	X			X
Trabalhar em <i>WordPress</i>	X	X	X	X
Trabalhar em <i>E-goi</i>				X
Criação de design para publicações no <i>Canva</i>	X			
Gerir redes sociais (<i>Facebook</i> + <i>Instagram</i>)	X	X	X	X

Atividades Outubro (dia 1 a dia 19)	1º Semana	2º Semana	3º Semana
Trabalhar em <i>WordPress</i>	X	X	
Pesquisa e Recolha de Conteúdos		X	X
Contacto com clientes	X		
Planeamento das redes sociais	X	X	X
Agendamento de publicações no <i>Facebook</i>	X	X	
Publicações no <i>Instagram</i>	X	X	X
Realização de Notícia	X		
Gerir redes sociais (<i>Facebook</i> + <i>Instagram</i>)	X	X	X
Recolha de Fotos no cliente			X

Apêndice II – Resumo dos clientes

Amadeu Ourivesaria

- ✚ Possui 2 lojas: Felgueiras e Vizela;
- ✚ Comercializa desde 1980;
- ✚ Tem produtos de homem e de mulher;
- ✚ Relógios, joias, alianças, acessórios (Artigos de escrita - canetas);

Bellesthetic

- ✚ Lousada;
- ✚ Empresa de venda e aluguer de equipamentos estéticos para profissionais da área.

Depilbelle

- ✚ Lousada;
- ✚ Especialistas em depilação laser;
- ✚ Parceria com mais de 200 centros certificados em Portugal;
- ✚ Experiência de mais de 10 anos de mercado.

Goldshetic

- ✚ Empresa de venda e aluguer de equipamentos estéticos para profissionais da área;
- ✚ Possuem equipamentos de beleza, de medicina estética e de remoção de manchas.

Clínica Laser Corpus

- ✚ É um gabinete de estética especialista nas áreas dos tratamentos corporais e faciais e em depilação a laser;
- ✚ Lousada;
- ✚ Fundada em 2013;
- ✚ Serviços: Tratamentos corporais; tratamentos faciais; medicina estética; estética masculina e feminina, nutrição; estúdio corpus; detox e bronzamento.

LUC (Lojinha, Unika e Casablanca)

- ✚ Amarante;
- ✚ Loja de roupa com loja online;
- ✚ Atividade de comércio a retalho há mais de 30 anos;
- ✚ Venda de vestuário, calçado e acessórios de moda para adulto e criança;
- ✚ Diversas marcas nacionais e internacionais;
- ✚ Pontos de venda: Lojinha Arquinho; Lojinha Sta Luzia; Unika; Casablanca e Auguri.

Estrada Real

- ✚ Torno;
- ✚ Realiza casamentos, batizados, comunhões, eventos empresariais, conferências, jantares de grupo;
- ✚ Experiência de mais de 30 anos;
- ✚ Tradição e excelência desde 1985;
- ✚ Serviços: catering, restaurante, hotel, snack bar, adega regional, doces regionais, espaços.

MR Building

- ✚ Empresa do Porto;
- ✚ Especialista em remoção de amianto/fibrocimento, demolições parciais e integrais de edifícios e estruturas, escavação e movimentos de terra, trabalhos de serralharia;
- ✚ Fundada em 2015.
- ✚ Realiza, também, a manutenção e assistência técnica.

Z-Job, Construção e Carpintaria, Lda

- ✚ Torno;
- ✚ Mão-de-obra qualificada para o ramo da construção civil, carpintaria e serralharia;

- ✚ Recrutamento de pessoal;
- ✚ Iniciou atividade em 2005;
- ✚ Serviços: Construção civil e obras públicas; prestação de serviços de cedência de mão de obra em todas as especialidades de construção civil, comércio e indústria; reabilitação, manutenção e restauro de edifícios; carpintaria; manutenção de edifícios, limpezas de chaminés, condutas e limpezas gerais; demolições e terraplanagens; instalação de canalizações de climatização e outras instalações em construção; construção e montagem de estufas e estruturas metálicas de madeira; construir, planear, supervisionar, administrar, por conta própria ou outros toda a classe de obras de arquitetura e engenharia; atuação como um representante, corretor, agente, mediador, distribuidor, importador e exportador de todos os tipos de bens e mercadorias relacionadas com a indústria da construção.

Nova Cruz Hotel

- ✚ Hotel de 4 estrelas em Santa Maria da Feira;
- ✚ Mais de 25 anos de experiência;
- ✚ Possui sala de conferências e eventos, business centre, sala de refeições, spa, salas de estar, sala de jogos e televisão, bar, ginásio e área ajardinada e de estacionamento privativo.

PSFR Engenharia

- ✚ Licenciamento de projetos de especialidade;
- ✚ Sede em Penafiel;
- ✚ Empresa que desenvolve projetos de especialidades de engenharia, nomeadamente de moradias unifamiliares, multifamiliares, edifícios, armazéns, estabelecimentos de comércio/serviços e indústrias;
- ✚ Aposta na qualidade, inovação e criatividade, de forma a alcançar as expectativas dos seus clientes e construir parcerias duradouras;
- ✚ Serviços: Licenciamento de projetos: estabilidade; gás; águas pluviais, distribuição de água; saneamento, SCIR (segurança contra incêndios em edifícios- até categoria II); ventilação simples; térmico; acústico.

SP Auto

- ✚ Oficina multimarca que iniciou a sua atividade em 2004;
- ✚ Amarante;
- ✚ Serviços: Manutenção geral; reparação mecânica; eletrónica; chaparia/pintura; diagnóstico; pneus/alinhamento; ar condicionado; lavagem.

Basicamente

- ✚ Agência de Branding, Tecnologia e Marketing Digital;
- ✚ Trabalha com websites, e-commerce, gere redes sociais, google adwords e newsletters, cria marcas, faz design e desenvolve software À medida (intranets e extranets);
- ✚ Amarante e Lisboa;
- ✚ 2014.

Apêndice III - Google My Business

Google My Business

✚ O que é?

É um serviço gratuito do Google que armazena dados de empresas fornecidos pela mesma, o que torna a informação mais confiável.

Procura simplificar a vida das empresas, permitindo a atualização de informações sobre a mesma, a publicação de fotos, compartilhamento de notícias e visualização de comentários, tudo num só lugar.

Dentro das informações fornecidas estarão, então, o nome da empresa, a localização, a categoria do negócio, o contacto, horário de funcionamento e fotografias.

A empresa consegue com o Google My Business fazer a gestão de como os clientes a veem, fornecendo ferramentas para atualizar a ficha da empresa, criar um *website* e interagir com os clientes a partir do telemóvel, tablet ou computador.

O *website* é gerado automaticamente com as informações da empresa, existindo a possibilidade de personalizá-lo com textos, fotografias e temas de design.

Com o Google My Business é possível compreender o perfil do público, com os dados analíticos captados pelo próprio Google. Dando a informação de como e quando as pessoas procuraram pela empresa, quantas ligaram para a empresa através do número no Google e quantas chegaram a visitar o *website*, o que facilita criar futuras campanhas publicitárias e melhores, porque se sabe o que o público procura.

✚ Benefícios do Google My Business

1. Acesso a um painel com informações completas sobre a empresa no Google

Dentro deste painel, a pessoa responsável pela empresa pode atualizar os dados da empresa quando quiser. Terá, também, acesso aos comentários e avaliações dadas, além de saber como as pessoas encontram e interagem com a empresa no Google.

2. Aparecer no início da página de resultados do Google
3. Estar entre os primeiros resultados para as pessoas que estão perto da empresa
4. Integração de informação

O Google My Business agrega várias informações para melhorar o negócio da empresa.

Ou seja, agrega informações do negócio no Google *Maps* e Google+ nos resultados da pesquisa Google para que os clientes encontrem a empresa em qualquer dispositivo e da maneira mais completa possível.

Com as informações precisas fornecidas pela empresa como o trajeto para chegar à empresa, o horário de funcionamento, números e formas de contacto, entre outras, diferencia a empresa das demais.

Agrega, também, informações de *feedback* fornecidos pelos clientes nos resultados de pesquisa. Um bom atendimento e, conseqüentemente, boas avaliações, vão fazer a empresa destacar nas pesquisas.

Apêndice IV - Google Shopping

Google Shopping

O Google Shopping maximiza o alcance e a venda de produtos online, cria melhores experiências de retalho que ajudam a vender a compradores locais ou do outro lado do mundo, através de anúncios mais inteligentes e transações mais fáceis.

Com o Google Shopping consegue-se chegar a públicos de elevado valor, mostrando os produtos certos aos consumidores certos e nos momentos mais oportunos.

Consegue-se, também, despertar o interesse dos consumidores, apresentando classificações, promoções e outros dados para chamar a atenção dos clientes.

Consegue-se eliminar barreiras e fronteiras, chegando a mais clientes em mais países. O Google Shopping faz a conversão de moeda.

Vantagens

Os anúncios do Google Shopping são mais do que simples anúncios de texto: mostram uma foto do produto, título, preço, nome da loja, etc.

As campanhas do Google Shopping promovem o inventário online e local, aumentam o negócio do site ou da loja local e encontram potenciais clientes.

Com as ferramentas e relatórios detalhados do Google Shopping consegue-se perceber o que está a funcionar, o que não está e como melhorar os resultados.

Outra vantagem é o aparecimento em vários dispositivos. Consegue alcançar os clientes quer estejam a comprar em casa ou em viagem.

Exigências a serem cumpridas para que um certo negócio possa criar campanhas no Google Shopping:

- Ter um website que venda produtos físicos;
- Ter uma conta Google AdWords e uma conta Google Merchant Center, sendo necessário conectá-las;
- Criar um feed Google Shopping e carregá-lo regularmente no Merchant Center;
- Ter um processo de checkout seguro;
- Definir políticas de devolução e reembolso;
- Apresentar informações de contacto, como morada, e-mail e telefone;
- Apresentar termos e condições de faturação;
- Definir opções de entrega na morada indicada pelo cliente.

Apêndice V - Proposta de planeamento LUC (julho)

Redes sociais **LUC** – 09 julho a 13 julho

Dados do Cliente

Nome do Cliente	Hugo Varejão
Nome da Empresa	LUC.pt
Área de Negócio	Moda / Vestuário
Morada	Rua 31 de Janeiro, Loja nº38 - Amarante, Portugal

Responsável Basicamente

Responsável	Cátia Dolor
Telemóvel	911 573 453
E-mail	catia.dolor@basicamente.pt

Temas | Dia

Sandálias - mulher 9 julho (carrossel)	Não impulsionado
- Sandália Bamburi antes 290,00€ agora 174,00€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-41579	
- Sandália Exé antes 79,22€ agora 47,53€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-40366	
- Sandália Gaudi antes 97,17€ agora 48,59€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-40320	
- Sandália Gaudi antes 92,25€ agora 46,13€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-40318	
- Sandália Sahoco antes 169,90€ agora 84,95€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-41156	
- Sandália Exé antes 97,92€ depois 58,75€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-5289	
- Sandália Exé antes 97,92€ agora 58,75€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-35070	

- Sandália Exé antes 95,58€ agora 66,91€

<https://www.luc.pt/pt/sandalia-4444>

(O verão pede por sandálias... Seja para uma ocasião especial ou para o dia-a-dia.
Conheça a nossa variedade de sandálias: <https://www.luc.pt/pt/mulher-calcado>)

Look - mulher 10 julho (carrossel)	Não impulsionado
<p>- Vestido Swallow antes 98,00€ agora 78,40€ https://www.luc.pt/pt/vestido-49957</p> <p>- Sapatilha Bamburi antes 262,21€ agora 209,77€ https://www.luc.pt/pt/sapatilha-46039</p> <p>- Macacão Lança Perfume antes 246,00€ agora 147,60€ https://www.luc.pt/pt/macacao-42159</p> <p>- Sandália Exé antes 93,25€ agora 55,95€ https://www.luc.pt/pt/sandalia-34681</p> <p>- Calção Lança Perfume antes 127,00€ agora 101,60€ https://www.luc.pt/pt/calcao-47502</p> <p>- Camisa Salsa antes 49,90€ agora 37,43€ https://www.luc.pt/pt/camisa-43718</p> <p>- Sapatilha Exé antes 107,27€ agora 64,36€ https://www.luc.pt/pt/sapatilha-38897</p> <p>(Na Luc temos as combinações de verão perfeitas para si! Descubra tudo em https://www.luc.pt/pt/mulher)</p>	

Look - homem 11 julho (carrossel)	Não impulsionado
<p>- Calças Replay antes 115,90€ agora 92,72€ https://www.luc.pt/pt/calca-47608</p> <p>- Polo Emporio Armani 115,62€ agora 92,50€ https://www.luc.pt/pt/polo-48188</p> <p>- Sapatilhas Fred Perry antes 89,71€ agora 71,79€ https://www.luc.pt/pt/sapatilha-48157</p> <p>- Calça Emporio Armani antes 130,87€ agora 78,52€ https://www.luc.pt/pt/calca-42043</p> <p>- Camisa Emporio Armani antes 140,50€ agora 112,40€ https://www.luc.pt/pt/camisa-49319</p> <p>- Sapatilhas Fred Perry antes 86,94€ agora 78,25€ https://www.luc.pt/pt/sapatilha-48160</p> <p>- Calção Pepe Jeans antes 71,83€ agora 39,51€ https://www.luc.pt/pt/calcao-40271</p> <p>- T-shirt Pepe Jeans antes 34,12€ agora 20,47€ https://www.luc.pt/pt/t-shirt-39856</p> <p>- Sapatilhas Fred Perry antes 94,50€ agora 85,05€ https://www.luc.pt/pt/sapatilhas-49502</p> <p>(As combinações perfeitas para si estão aqui! Faça o seu look em https://www.luc.pt/pt/homem)</p>	

Look - menina 12 julho (carrossel)	Não impulsionado
<p>- Vestido Lolittos antes 69,10€ agora 62,19€ https://www.luc.pt/pt/vestido-49549</p> <p>- Sabrinas de verniz Mayoral antes 46,14€ agora 43,83€ https://www.luc.pt/pt/sabrina-47076</p> <p>- Calção Pepe Jeans Kids antes 43,94€ depois 24,17€ https://www.luc.pt/pt/calcao-40584</p> <p>- Blusa Y-CLU antes 34,48€ depois 27,58€</p>	

<https://www.luc.pt/pt/blusa-49083>

- Sapatilha Tiffosi Kids antes 25,99€ agora 23,39€

<https://www.luc.pt/pt/sapatilha-48751>

- Calças Pepe Jeans Kids antes 53,75€ agora 32,25€

<https://www.luc.pt/pt/calca--41476>

- Túnica Y-CLU antes 36,04€ agora 32,44€

<https://www.luc.pt/pt/tunica-49086>

- Sapatilha Mayoral antes 43,62€ agora 39,26€

<https://www.luc.pt/pt/sapatilha-47851>

(Na Luc aliamos a diversão ao conforto... E para estes dias de calor estas são as nossas sugestões! Descubra tudo em <https://www.luc.pt/pt/menina>)

Look - menino 13 julho (carrossel)	Não impulsionado
<p>- Calças Chino Lion Of Porches antes 54,99€ agora 49,49€ https://www.luc.pt/pt/calca-48133</p> <p>- Camisa Mayoral antes 27,12€ agora 24,41€ https://www.luc.pt/pt/camisa-49759</p> <p>- Mocasin Mayoral antes 53,08€ agora 50,43€ https://www.luc.pt/pt/mocasin-47089</p> <p>- Calça Jeans Denim Lion of Porches antes 69,99€ agora 62,99€ https://www.luc.pt/pt/calca-48132</p> <p>- T-shirt Tiffosi Kids antes 9,99€ agora 8,99€ https://www.luc.pt/pt/t-shirt-49618</p> <p>- Sapatilhas Mayoral antes 39,34€ agora 23,60€ https://www.luc.pt/pt/sapatilhas-44500</p> <p>- Calção Antony Morato Kids antes 49,90€ agora 29,94€ https://www.luc.pt/pt/calcao-39803</p> <p>- Polo Tiffosi Kids antes 15,99€ agora 14,39€ https://www.luc.pt/pt/polo-50251</p> <p>- Sapatilha Mayoral antes 39,71€ agora 35,74€ https://www.luc.pt/pt/sapatilha-47850</p> <p>(Estes dias de calor pedem Luc e estas são as nossas sugestões! Descubra tudo em https://www.luc.pt/pt/menino)</p>	

Apêndice VI - Proposta de planeamento LUC (agosto)

Redes sociais **LUC** – 6 a 12 de AGOSTO

Dados do Cliente

Nome do Cliente	Hugo Varejão
Nome da Empresa	LUC.pt
Área de Negócio	Moda / Vestuário
Morada	Rua 31 de Janeiro, Loja nº38 - Amarante, Portugal

Responsável Basicamente

Responsável	Cátia Dolor
Telemóvel	911 573 453
E-mail	catia.dolor@basicamente.pt

Temas | Dia

Calçado 6 agosto (carrossel)	Não impulsionado
<p>- Socas Swallow 247,50€ https://luc.pt/pt/socas</p> <p>- Sapato John Grayson 94,90€ https://luc.pt/pt/sapato-42463</p> <p>- Sabrina Mayoral antes 35,81€ depois 21,49€ https://luc.pt/pt/sabrina-43014</p> <p>- Mocasim Mayoral antes 53,08€ depois 42,46€ https://luc.pt/pt/mocasin-47089</p> <p>(Conheça a nossa variedade de calçado para todos os gostos e tamanhos aqui: https://luc.pt/pt)</p>	

Looks - Mulher 7 agosto (carrossel)	Não impulsionado
--	------------------

- Camisa Sahoco 129,90€
<https://luc.pt/pt/camisa-51062>
- Sapato Francesco Milano 49,89€
<https://luc.pt/pt/sapato-48685>
- Calça Tiffosi 49,99€
<https://luc.pt/pt/calca-50579>
- Blusa Sahoco 99,90€
<https://luc.pt/pt/blusa-50408>
- Calção Tiffosi antes 19,99€ depois 15,99€
<https://luc.pt/pt/calcao-47191>
- T-Shirt Tiffosi 15,99€
<https://luc.pt/pt/t-shirt-50994>
- Vestido Sahoco 129,90€
<https://luc.pt/pt/vestido-51064>
- Sandália Francesco Milano 51,17€
<https://luc.pt/pt/sandalia-49531>

(Aproveite para renovar o seu guarda-roupa. Descubra tudo em <https://luc.pt/pt/mulher>)

Looks – homem 8 agosto (carrossel)	Não impulsionado
<ul style="list-style-type: none"> - Calça Tiffosi 29,99€ https://luc.pt/pt/calca-50295 - Camisa Tiffosi 25,99€ https://luc.pt/pt/camisa-51166 - Calça Antony Morato 79,00€ https://luc.pt/pt/calca-47931 - Camisa Suits Inc 49,90€ https://luc.pt/pt/camisa-50233 - Calção Tiffosi 25,99€ https://luc.pt/pt/calcao-48328 	

- T-Shirt Tiffosi 17,99€
<https://luc.pt/pt/t-shirt-51183>

- Calção Antony Morato 69,00€
<https://luc.pt/pt/calcao-50434>

- Polo Antony Morato 55,00€
<https://luc.pt/pt/polo-48342>

(Aproveite para renovar o seu guarda-roupa. Descubra tudo em <https://luc.pt/pt/homem>.)

Looks - menina | 9 agosto (carrossel)

Não impulsionado

- Calça Levis 52,77€
<https://luc.pt/pt/calca-51138>

- Blusa Tiffosi Kids 25,99€
<https://luc.pt/pt/blusa-47793>

-Calção Pepe Jeans antes 43,94€ depois 30,76€
<https://luc.pt/pt/calcao-47433>

- T-Shirt Levis 26,30€
<https://luc.pt/pt/t-shirt-50954>

- Jardineira Pepe Jeans antes 77,12€ depois 53,98€
<https://luc.pt/pt/jardineira-45922>

- Blusa Tiffosi Kids 12,99€
<https://luc.pt/pt/blusa-48474>

- Vestido Magnifica Lulu 184,43€
<https://luc.pt/pt/vestido-48163>

- Sandália Mayoral antes 36,56€ depois 21,94€
<https://luc.pt/pt/sandalia-47077>

(Conheça a nossa variedade de roupa para menina aqui: <https://luc.pt/pt/menina>.)

Looks– menino 10 agosto (carrossel)	Não impulsionado
<p>- Calça Levis 62,50€ https://luc.pt/pt/calca-50964</p> <p>- Camisa Pili Carrera 79,90€ https://luc.pt/pt/camisa-47827</p> <p>- Calça Tiffosi Kids 19,99€ https://luc.pt/pt/calca-48690</p> <p>- Camisa Pepe Jeans Kids antes 63,33€ depois 38,00€ https://luc.pt/pt/camisa-</p> <p>- Calção Tiffosi Kids 25,99€ https://luc.pt/pt/calcao-48234</p> <p>- Polo Tiffosi Kids 9,99€ https://luc.pt/pt/polo-47541</p> <p>- Calção Levis 47,97€ https://luc.pt/pt/calcao-50682</p> <p>- T-Shirt Tiffosi Kids 9,99€ https://luc.pt/pt/t-shirt-48691</p> <p>(Conheça a nossa variedade de roupa para menino aqui: https://luc.pt/pt/menino)</p>	

Apêndice VII - Proposta de planeamento Estrada Real

14 de julho – Arroz de Pato, umas das nossas especialidades no Estrada Real.
Aguardamos a sua visita!

Reservas e Take Away: 📞 917 530 333

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Julho > 14. Sab



15 de julho – Venha visitar a nossa Adega Regional! Ficamos à sua espera...

Contactos: 📞 917 530 333

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Julho > 15. Dom



16 de julho – Realize a comunhão do seu filho no restaurante Estrada Real! Vamos ajudar a torna-la memorável. Os nossos contactos:

📞 917 530 333

✉ geral@estrada-real.pt

www.estrada-real.pt

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Julho > 16. Seg



17 de julho – Qual é o seu prato favorito à Estrada Real? Dispomos de serviço Take Away.

Para reservas e Take Away: ☎ 917 530 333

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Julho > 17. Ter



18 de julho: À quarta-feira é dia do nosso Cozido à Portuguesa. Aguardamos por si!

Contactos: ☎ 917 530 333

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Julho > 18. Qua



19 de julho – A inovação e criatividade são valores que tornam o seu evento memorável. Aposte nos nossos serviços!

Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradareal.pt

www.estradareal.pt



20 de julho – Está à procura de um espaço agradável para tomar o pequeno-almoço, para uma refeição saborosa ou, até, um belo Gin? Visite o Snack Bar do Estrada Real!

Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradareal.pt

www.estradareal.pt



21 de julho – Já provou o nosso Polvo à Real? Está a espera de quê? Faça já a sua reserva!

Contacto: ☎ 917 530 333

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Julho > 21. Sab



1



2



3



4

4 de agosto – Estamos À sua espera! Visite-nos. Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradareal.pt

www.estradareal.pt



5 de agosto – Deixámo-lo com umas imagens do requinte dos eventos Estrada Real! Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradareal.pt

www.estradareal.pt



6 de agosto – Já conhece a nossa Adega Regional? Faça-nos uma visita. Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradareal.pt

www.estradareal.pt

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Agosto > 6. Seg



7 de agosto – Aqui realiza o batizado de sonho para o seu filho! Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradareal.pt

www.estradareal.pt

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Agosto > 7. Ter



8 de agosto – Quarta-feira é dia de Cozido À Portuguesa! Venha provar.

Contacto: ☎ 917 530 333

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Agosto > 8. Qua



9 de agosto – Já conhece o nosso Snack Bar? Faça uma pausa e venha conhecer. Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradaareal.pt

www.estradaareal.pt

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Agosto > 9. Qui



10 de agosto – Já provou os nossos doces regionais? Visite-nos e venha provar. Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradaareal.pt

www.estradaareal.pt

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Agosto > 10. Sex



11 de agosto – A classe e o charme nunca passam despercebidos no Estrada Real! Os nossos contactos:

☎ 917 530 333

✉ geral@estradaareal.pt

www.estradaareal.pt

Estágio - Basicamente > Estrada Real > Agosto > 11. Sab



1



2



3



4

Apêndice VIII - Planeamento Nova Cruz Hotel (setembro)

- 10 de setembro (segunda-feira) – Boas férias

Texto da publicação:

Esperamos por si novamente!

Legenda:

Esperamos que as suas férias no Nova Cruz Hotel tenham corrido bem e aguardamos por si novamente!
Teremos todo o gosto em recebê-lo(a).

Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #novacruz #nc #hotel #férias #portugal



- **17 de setembro (segunda-feira) – Jornadas de Pediatria**

Texto da publicação:

II Jornadas de Pediatria de Entre Douro e Vouga

21 e 22 de setembro no Europarque

Legenda:

As II Jornadas de Pediatria de Entre Douro e Vouga vão ter lugar no Europarque a 21 e 22 de setembro!

Aproveite para visitar Santa Maria da Feira e desfrute da estadia no Nova Cruz Hotel!

Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #portugal
#jornadas#pediatria#europarque



- 24 de setembro (segunda-feira) – Moda Feira

Texto da publicação:

Moda Feira '18

29 de setembro

Europarque

Legenda:

Santa Maria da Feira vai “estar na moda”, no dia 29 de setembro!

Sinta-se convidado e venha visitar Santa Maria da Feira, pernoitando no Nova Cruz Hotel.

Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #portugal
#europarque#moda#feira#2018



Apêndice IX - Planeamento Nova Cruz Hotel (outubro)

- 3 de outubro (quarta-feira) – Visitas encenadas ao Castelo da Feira

Texto da publicação:

Visitas encenadas ao **Castelo da Feira**

5,6 e 7 de outubro

Legenda:

De 5 a 7 de outubro, o Castelo da Feira abre as portas para oito visitas encenadas que vão transportar os visitantes pelas histórias e memórias do ex-libris feirense. Deixe-se levar nesta viagem no tempo e aproveite para visitar o NC Hotel.

Para mais informações ou reservas:
256 371 400
reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #novacruz #nc #hotel #castelodafeira#visitasencenadas



- 8 de outubro (segunda-feira) – XII Jornadas de Educação

Texto da publicação:

XII Jornadas de Educação

11 a 13 de outubro - Europarque

Legenda:

As XII Jornadas de Educação vão ter lugar no Europarque de 11 a 13 de outubro.

Aproveite e faça-nos uma visita, teremos todo o gosto em recebê-lo(a).

Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #jornadasdeeducação#europarque



- **10 de outubro (quarta-feira) – III Festival da Cerveja Artesanal**

Texto da publicação:

III Festival da Cerveja Artesanal

12 a 14 de outubro - Mercado Municipal de Santa Maria da Feira

Legenda:

Se beber não conduza!

Esta é uma excelente oportunidade para saborear uma boa cerveja artesanal e pernoitar no NC Hotel.
Brindamos juntos?

Para mais informações ou reservas:
256 371 400
reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #portugal
#mercadomunicipal#festival#cervejaartesanal



- **15 de outubro (segunda-feira) – IX Encontro Ibérico de Enfermagem**

Texto da publicação:

IX Encontro Ibérico de Enfermagem
19 e 20 de outubro - Europarque

Legenda:

Nos próximos dias 19 e 20 de outubro, o Europarque recebe o IX Encontro Ibérico de Enfermagem.

Sob a organização da Secção Regional do Centro da Ordem dos Enfermeiros e em parceria com o Colégio de Enfermeria de Cáceres (ES), o encontro realiza-se com o objetivo transversal de troca de experiências entre os profissionais ibéricos, sob o tema “Cuidar sem Fronteiras”.

Aproveite para visitar Santa Maria da Feira e desfrute da estadia no NC Hotel.

Teremos todo o gosto em recebê-lo(a).

Para mais informações ou reservas:
256 371 400
reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #portugal
#europarque#encontro#iberico#enfermagem#cuidarsemfronteiras



- **22 de outubro (segunda-feira) – 2º Congresso Internacional - IACS 2018**

Texto da publicação:

2º Congresso Internacional - IACS 2018

25 e 26 de outubro - Europarque

Legenda:

O IACS 2018 é o 2º congresso internacional sobre “Desafios e Inovação em Controlo de Infecção” para profissionais de saúde de âmbito hospitalar que irá decorrer de 25 a 26 de outubro, no Auditório Europarque.

Aproveite o Congresso e visite o NC Hotel!

Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #portugal
#europarque#congressointernacional#saude#hospitalar



- **23 de outubro (terça-feira) – ARTA Portugal Meeting**

Texto da publicação:

ARTA Portugal Meeting

25 a 27 de outubro - Europarque

Legenda:

O ARTA Portugal Meeting vai decorrer de 25 a 27 de outubro no Europarque.

Aproveite e faça-nos uma visita, teremos todo o gosto em recebê-lo(a).

Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #europarque#arta#portugal#meeting



- **29 de outubro (segunda-feira) – Shankar Room Spa Package**

Texto da publicação:

Shankar Room Spa Package

Legenda:

Precisa de relaxar após um dia de trabalho?

Visite o NC Hotel e aproveite os nossos planos especiais:

Uma noite de alojamento em quarto individual, pequeno-almoço buffet e massagem relaxante «Griiva Paschima», no Shankar Room SPA, apenas por 60€!

Esperamos por si.

Saiba mais aqui: https://novacruzhotel.com/portfolio_page/shankar-room-spa-package/

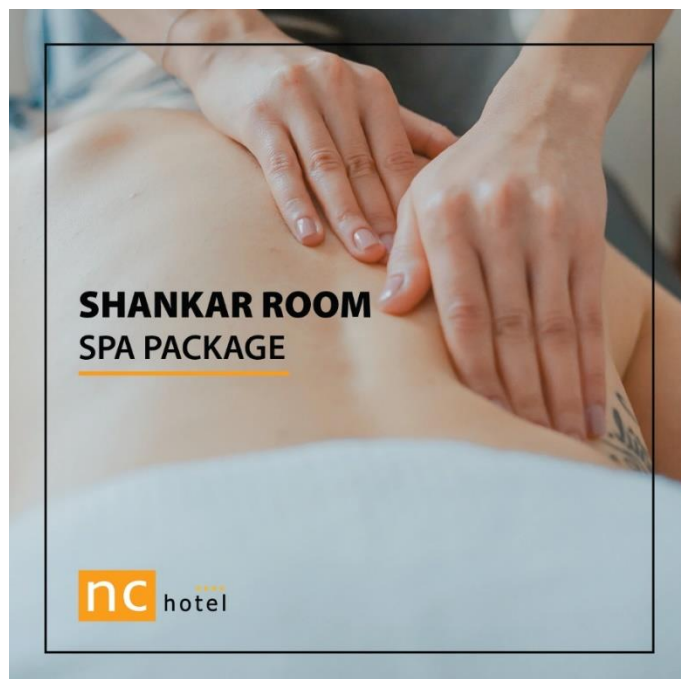
Para mais informações ou reservas:

256 371 400

reservas@novacruzhotel.com

Visite o nosso site em www.novacruzhotel.com

#novacruzhotel #nchotel #hotel #santamariadafeira #portugal #spa#package



Apêndice X - Copywriting Transnautica

Quem Somos

Com atividade iniciada como transitário em 1960, a Transnautica opera em todos os modos de transporte – terrestre, marítimo e aéreo.

A partir da década de 90, passou a operar serviços de Logística Contratual, continuando a procurar novas formas de suplementar a sua oferta junto dos clientes e em 2015, é integrada no GRUPO DESFO.

A TRANSNAUTICA GLOBAL LOGISTICS, SA, dispõe de uma oferta global e apresenta serviços logísticos integrados, o que permite ser o parceiro logístico de qualquer empresa. Fundamentada numa rede de parceiros em todo o mundo, com capacidade de responder com sucesso às exigências do mercado, possibilita aos clientes o acesso aos vários pontos do globo com a rapidez e eficácia desejada.

Contando com cerca de **100 colaboradores** empenhados em prestar serviços de qualidade a todos os seus clientes, a TRANSNATICA tem sede em Aveleda (10 km da cidade do Porto) e plataformas em Oliveira do Bairro, Coimbra e Alverca, equipadas com os melhores recursos operacionais.

A TRANSNAUTICA GLOBAL LOGISTICS SA, assiste os seus clientes com toda a exigência e qualidade, que se caracteriza pelo serviço de excelência prestado aos seus parceiros, com base em experiência acumulada ao longo destes 58 anos de existência.

Missão, Visão e Valores

MISSÃO

Desenvolver e aplicar soluções de logística integrada eficientes, sustentáveis e de qualidade que promovam a satisfação dos clientes e do mercado, assim como de todos os parceiros

VISÃO

Ser a referência em termos de qualidade nos serviços logísticos em Portugal.

VALORES

QUALIDADE

A TRANSNUATICA promove sempre uma melhoria continua que permita uma procura constante na criação de valor acrescentado para todos os parceiros. Apresenta serviços de qualidade que fidelizam os seus clientes, com políticas rigorosas e procedimentos exigentes.

SUSTENTABILIDADE

A TRANSNAUTICA promove o desenvolvimento sustentado através do respeito por todos os intervenientes, da qualificação continua dos colaboradores, do cumprimento de todos os requisitos de segurança e com práticas amigas do ambiente que permitem uma visão de longo prazo e uma sustentabilidade no negócio.

ÉTICA E CONFIANÇA

A TRANSNAUTICA baseia as suas relações na confiança de longo prazo gerando relações duradouras e que se regem por princípios de honestidade, integridade e cooperação que permitem a partilha na criação de valor.

EFICIÊNCIA

A TRASNAUTICA promove a ótima utilização dos recursos de maneira a potenciar o retorno permitindo assim como um aumento da capacidade de resposta que se traduz na procura diária de melhores níveis de serviço.

A TRANSNAUTICA no Grupo DESFO

Após o dia 1 de janeiro de 2015, a Transnautica é integrada no Grupo DESFO, passando a denominar-se de Transnautica, Global Logistics S.A..

A DESFO, com um capital 100% português, está no mercado há mais de 30 anos e fundamenta a sua conduta e atuação num dinamismo constante e em princípios éticos muito definidos. Apresenta 4 unidades de negócio independentes, num volume de negócios de cerca de 110 milhões de euros, com mais de 1.500 colaboradores.

Desta forma é possível obter sinergias a vários níveis: oferta complementar; otimização de rotas; localizações complementares; aumento da carteira de clientes e otimização de custos.

Cobrindo todas as operações internacionais nos modos rodoviário, marítimo e aéreo, a operação logística e distribuição nacional, esta organização criou um player com uma oferta global, sustentada numa frota própria de 150 camiões, com armazéns no Norte, centro e sul e capaz de servir os seus clientes com toda a exigência e qualidade.

Serviços

Terrestre

Apostamos no melhoramento contínuo dos nossos serviços e somos capazes de desenvolver novas soluções e métodos particularizados.

Transporte Terrestre – Nacional e Internacional

Conhecemos as estradas europeias, cobrindo o continente de norte a sul com uma frota de cerca de 150 camiões pertencentes aos seus acionistas, Servimos, de forma rápida e segura, os vários países nas diversas operações: grupagem, lotes e cargas completas.

Asseguramos um serviço de qualidade que nos permite elevados níveis de serviço, garantindo a entrega no local certo no momento definido, transportando todo o tipo de carga, para os diversos países.

Mantemos diariamente contacto com os principais centros de negócios europeus, permitindo transportar eficientemente a mercadoria dos nossos clientes.

Contamos com uma vasta rede de parceiros nos diversos países e regiões que nos permite um controlo total da entrega da mercadoria dos clientes, aumentando a eficiência e controlo do processo e garantindo a continuação de um serviço de qualidade na distribuição local da mercadoria.

Serviços Disponibilizados:

- LINHAS DIRETAS COM TEMPO DE ENTREGA DEFINIDOS E REGULARES PARA ES, FR, UK, DE, IT, PL, BENELUX, ESCANDINÁVIA
- COBERTURA EUROPEIA GLOBAL ATRAVÉS DE HUB'S ESTRATÉGICOS NA EUROPA CENTRAL E LESTE, NOS BALCÃS, NA RUSSIA E PAÍSES CIS E NOS PAÍSES BÁLTICOS
- REDE EUROPEIA COM AGENTES DE REFERÊNCIA
- SERVIÇOS DIÁRIOS DE GRUPAGEM, LOTES, CARGAS COMPLETAS E SOLUÇÕES DEDICADAS PARA TODA A EUROPA
- TRACK & TRACE
- CUSTOMER SERVICE **PROAKTIVE**
- SOLUÇÕES ESPECÍFICAS PARA PAÍSES CIS E PARA OS PAÍSES BÁLTICOS

Transporte Nacional

Possuímos um conjunto de serviços de distribuição nacional para as distintas necessidades dos nossos clientes e utilizamos meios de transporte ligeiros e pesados de maneira a adequar de melhor forma ao serviço solicitado.

Asseguramos a distribuição nos canais B2B, B2C nas grandes plataformas logísticas, como complemento ao serviço de Transporte Internacional e Logística, operando em todo o território nacional, incluindo as ilhas.

Dispomos de uma ferramenta informática de track & trace com a hipótese de disponibilização dos POD's (provas de entrega) "on-line".

PROAKTIVE - Serviço Proaktive

- INTERLOCUTORES DEDICADOS
- CONTROLO RIGOROSO
- INTEGRAÇÃO **KLOUD**
- INFORMAÇÃO TRANSPARENTE
- CONTATOS DIRETOS (24H)
- SEGUIMENTO DAS EXPEDIÇÕES

Cargas Parciais

O nosso serviço aplica-se à administração de cargas parciais, nacionais e internacionais, com entrega direta ao destinatário, oferecendo soluções individualizadas às suas necessidades.

(colocar as imagens do camião parcialmente preenchido)

Saídas e Tempos de Trânsito – Exportação

Destinos	Saídas	TT's
ES	Diário	2 a 3 dias
FR	3 ^a e 6 ^a	4 dias
DE	3 ^a e 6 ^a	4 dias
IT	3 ^a e 6 ^a	4 dias
UK	3 ^a e 6 ^a	5 dias
NL	3 ^a e 6 ^a	4 a 5 dias
BE	3 ^a e 6 ^a	4 a 5 dias
LU	3 ^a e 6 ^a	4 a 5 dias
DK	6 ^a	5 dias
SE	6 ^a	5 a 6 dias
NO	6 ^a	5 a 7 dias
PL	6 ^a	5 a 6 dias

EE	3 ^a e 6 ^a	5 a 6 dias
LT	3 ^a e 6 ^a	5 a 6 dias
LV	3 ^a e 6 ^a	5 a 6 dias
GR	3 ^a e 6 ^a	5 a 6 dias
RU e países CIS	3 ^a e 6 ^a	Sob consulta
AT	6 ^a	5 dias
CH	6 ^a	5 dias
HU	6 ^a	5 a 6 dias
CZ	6 ^a	5 a 6 dias
RO	6 ^a	8 dias
FI	3 ^a e 6 ^a	5 a 6 dias
Balcãs (Croácia...)	6 ^a	8 dias

Departamento Especializado na Gestão de Cargas Completas

Garantimos uma capacidade de carga constante, todos os meses do ano, utilizando um vasto conjunto de soluções.

O serviço regular de camião completo disponibiliza viaturas de todas as tipologias, com possibilidade de incorporação de um segundo motorista.

Temos, também, o serviço de transporte dedicado que pode utilizar em situações mais delicadas e que exijam uma data de entrega específica.

Aéreo e Marítimo

No segmento Aéreo e Marítimo criamos soluções individualizadas, que vão ao encontro das necessidades específicas de cada cliente e apresentamos propostas suscetíveis de serem implementadas em qualquer mercado.

Serviços Disponibilizados:

- REDE COM AGENTES EXPERIENTES, COM PRESENÇA NOS 5 CONTINENTES EM MAIS DE 120 PAÍSES
- CARGA AÉREA COM CONSOLIDAÇÃO EM HUBS, SERVIÇOS DIRETOS E CHARTER
- SERVIÇOS EXPRESSO COM HORÁRIOS FIXOS
- SERVIÇO PORTA-A-PORTA DE ELEVADO VALOR ACRESCENTADO
- CARGA MARÍTIMA CONSOLIDADA (LCL-LCL / LCLFCL / FCL- LCL), CONTENTOR COMPLETO (FCL)
- SOLUÇÕES DE DESALFANDEGAMENTO EM ENTREPÓS ADUANEIROS PRÓPRIOS
- SOLUÇÕES ADAPTADAS AO SETOR DE ATIVIDADE
- GESTÃO DE PROJETOS CONFORME AS NECESSIDADES ESPECÍFICAS DO CLIENTE

Serviços de Valor Acrescentado

- DESALFANDEGAMENTO
- DISTRIBUIÇÃO E CROSS DOCKING
- ARMAZENAGEM
- SEGURO DE CLASSE "A" A PREÇOS COMPETITIVOS
- CARGA E DESCARGA DE CONTENTORES
- EMBALAGEM E ROTULAGEM

Ilhas Portuguesas

A Transnautica disponibiliza um serviço de consolidação semanal no Porto e em Lisboa para as Ilhas da Madeira e dos Açores.

Divisão Logística Contratual

A TRANSNAUTICA oferece serviços de logística e armazenagem personalizados que nos permitem ser o parceiro completo de qualquer negócio.

Com três localizações estrategicamente posicionadas a nível nacional, no Norte em Aveleda / Vila do Conde, na zona Centro em Oliveira do Bairro e na zona Sul em Alverca, faz com que consigamos uma otimização dos tempos de trânsito, e permite-nos ter uma estrutura capaz de responder a todas as solicitações de logística do mercado:

- Capacidade atual de cerca de 30.000 paletes;
- Sistema informático – WMS – com grande capacidade e rastreabilidade e capacidade de, em tempo real, os clientes visualizarem toda a informação
- Gestão de Stock e controlo de entradas e saídas, incluindo sistemas de armazenagem FIFO, LIFO, FEFO e LEFO;
- Equipamento de movimentação adequado;
- Armazém aprovado pelo INFARMED para stockagem de “Dispositivos Médicos”;
- Preparação de entregas – Picking;
- Operações de re-packing e de co-packing customizados;
- Gestão da encomenda, rotulagem e marcação de preço;
- Paletização;
- Ferramentas informáticas de suporte, ajustadas às especificidades das soluções de logística;
- Definição de Supply Chain e Identificação de pontos críticos

Em Aveleda e Alverca operamos serviços de cross-docking de apoio às nossas atividades de Transporte tanto a nível rodoviário, como marítimo e aéreo.

Candidaturas e Oportunidades

Candidaturas

(Formulário)

NOME

APELIDO

MORADA

TELEMÓVEL

E-MAIL

CARGO

APRESENTAÇÃO

QUAL A MOTIVAÇÃO PARA TRABALHAR CONNOSCO

UPLOAD CV

ENVIAR CANDIDATURA ESPONTÂNEA

Oportunidades

CARGO

FUNÇÕES

PERFIL DO CANDIDATO

OFERECEMOS

Área de cliente

(link para o site do Track & Trace e POD's)

Círculos interativos

Faturação Anual =

Nº Cargas Completas / Mês =

Nº Camiões Grupagem / Mês =

Nº Expedições / Mês =

Toneladas Transportadas / Mês =

Nº países Europa com saídas regulares =

Pedido de cotação On-line

Faça o seu pedido de cotação on-line: [Clique Aqui](#)

(Formulário)

NOME

E-MAIL

TELEMÓVEL

ASSUNTO

DESCRIÇÃO DO PEDIDO

- TIPO DE TRANSPORTE:
 - RODOVIÁRIO
 - MARÍTIMO
 - AÉREO
 - LOGÍSTICA CONTRATUAL
- GRUPAGEM CAMIÃO COMPLETO
- CÓDIGO POSTAL DE RECOLHA
- CÓDIGO POSTAL DE ENTREGA
- QUANTIDADE
- PESO

(Consoante resposta ao formulário, encaminhar o pedido para a pessoa correta)

Apêndice XI- Copywriting Forcargos

A FORCARGO – Resumo da empresa

A Forcargos, empresa com capital 100% nacional, foi fundada em 1993 e foca a sua atividade na área dos transportes rodoviários de mercadorias.

Contando com cerca de 200 colaboradores empenhados em prestar serviços de qualidade a todos os seus clientes, a empresa apresenta agências em Grijó (Porto) e em Alverca (Lisboa), equipadas com os melhores recursos operacionais.

Com a experiência acumulada ao longo destes anos, a Forcargos tem o objetivo reduzir os seus tempos de trânsito ao mínimo custo possível, de forma a proporcionar uma solução otimizada aos seus parceiros. Ambiciona ser uma empresa líder no setor dos transportes, promovendo práticas ambientais responsáveis.

TRANSPORTE FTL

A Forcargos possui uma vasta experiência no transporte terrestre. Com uma frota de 150 veículos, conseguimos garantir segurança e pontualidade em todos os serviços. Garantimos-lhe a melhor solução de transporte, adaptada às suas necessidades.

SEGURANÇA

A segurança da sua entrega é a prioridade quando em trânsito. A Forcargos utiliza uma vasta gama de medidas para manter a sua carga segura, garantindo a eficácia na entrega.

- Acompanhamento da carga em tempo real;
- Sistema antirroubo aplicado em todos os veículos;
- Motoristas com formação específica sobre segurança no transporte de mercadorias;
- Aparcamento dos veículos, apenas em parques de vigilância.

CONFIANÇA

Implementamos medidas que garantem que a sua carga será entregue no tempo previsto.

Desta forma, mantemos altos níveis de confiança e performance.

- Idade média dos veículos de inferior 2 anos;
- Assistência 24 horas;
- Acompanhamento regular;
- Plano de contingência para o veículo e motorista;
- Aparcamento dos veículos, apenas em parques com vigilância

VANTAGENS EM TRABALHAR CONNOSCO

- Frota moderna e diversificada;
- Integração numa operação de transporte eficiente - custos competitivos, com as melhores rotas;
- Account managers garantem 24h com um único ponto de contacto
- Sistema de monitoramento integrado;
- Rastreamento GPS com formação em tempo real;
- Experiência e conhecimento do mercado há 25 anos;
- Excelentes resultados nas performances de desempenho efetuadas pelos clientes;
- Integração num sistema de gestão de frota, simples e eficaz, resultando num aumento evidente da produtividade, das margens e da qualidade do serviço;
- Os relatórios de gestão de frota são detalhados e pormenorizados. As questões a melhorar são imediatamente identificadas;
- Gestão de tarefas;
- Monitorização dos tempos de condução;
- Garantia de cumprimento da legislação relativa aos tempos de condução e aos períodos de descanso;
- Frota recente: Euro 5/6;
- Altos padrões de qualidade, segundo as normas ISO/9001.

FROTA

- Camiões com teto elevatório (3metros de altura interior)
- Camiões com porta-bobines
- Camiões lona
- Mini-Tir's
- Camiões com autorização ADR (lonas)

DESTINOS PREFERÊNCIAIS

- Portugal
- Espanha
- França (incluindo a ilha da Córsega)
- Itália
- Benelux
- Alemanha
- Áustria
- Grécia
- Escandinávia
- Reino Unido
- Suíça

OFERTA

- Saídas diárias;
- Cobertura nacional;
- Cargas completas;
- Cargas Parciais;
- Cargas regulares em semi-reboques completos ou lotes;
- Transit-times reduzidos.

SISTEMAS DE IT

Como parte do seu desenvolvimento, a Forcargos equipa 100% da sua frota de veículos com informações de acesso em todas as suas rotas.

Temos implementado um sistema completo de monitorização de veículos e gestão de frotas que permite aumentar a produtividade, melhorando o serviço aos clientes, permitindo o cumprimento da legislação e a atenuação de riscos.

CONTACTO

NOME

APELIDO

MORADA

TELEMÓVEL

E-MAIL

CARGO

TEXTO

PEDIDO DE COTAÇÃO ON-LINE

Faça o seu pedido de cotação on-line: [Clique Aqui](#)

(Formulário)

NOME / EMPRESA

E-MAIL

TELEFONE

ASSUNTO

DESCRIÇÃO DO PEDIDO

- CARGA PARCIAL CAMIÃO COMPLETO
- CÓDIGO POSTAL DE RECOLHA
- CÓDIGO POSTAL DE ENTREGA
- QUANTIDADE
- PESO

Apêndice XII- Notícia para o cliente Nova Cruz Hotel (Viagem Medieval)

Viagem Medieval em Terra de Santa Maria

De 1 a 12 de agosto prepare-se para fazer uma viagem no tempo até ao século XIV.

A edição deste ano terá como protagonista o infante D. Pedro I, conhecido como O Justiciero. De 1 a 12 de agosto, em Santa Maria será recriada a sua história e episódios da sua vida, não esquecendo o momento mais trágico e marcante com Inês de Castro.

A viagem medieval vai estar dividida em diversas áreas como o Castelo, o Convento, o Terreiro, o Guimbras e a Feira. Irão existir diversos tipos de atividades, algumas gratuitas e outras com um custo associado. O [programa](#) é realmente extenso, mas contém atividades para todos os gostos e idades.

A pulseira desta edição é inspirada na história de amor de D. Pedro e Inês com a frase “No dia em que eu for Rei, tu serás a minha Rainha “gravada. Até dia 15 de julho a pulseira de acesso terá um custo de 6€, de 16 a 31 de julho terá um custo de 7€ e durante o evento de 8€. Para quem pretender comprar bilhetes diários, os preços irão variar, podendo consultá-los [aqui](#).

No [site](#) da Viagem Medieval em Terra de Santa Maria poderá procurar qualquer informação e retirar qualquer dúvida existente.

Apêndice XIII- Notícia para o cliente Nova Cruz Hotel (Moda Feira)

Moda Feira 2018

O evento Moda Feira apresentou as últimas novidades da estação no comércio local.

No passado dia 29 de setembro, o Europarque recebeu o charme de uma noite de festa e brilho com mais uma edição do evento Moda Feira.

Organizado pela AEF (Associação Empresarial da Feira), o evento contou com a participação de várias entidades que disponibilizaram o melhor das suas coleções outono/inverno 2018/2019, numa iniciativa relevante para a promoção do comércio local ligado ao setor da moda.

