



IPG

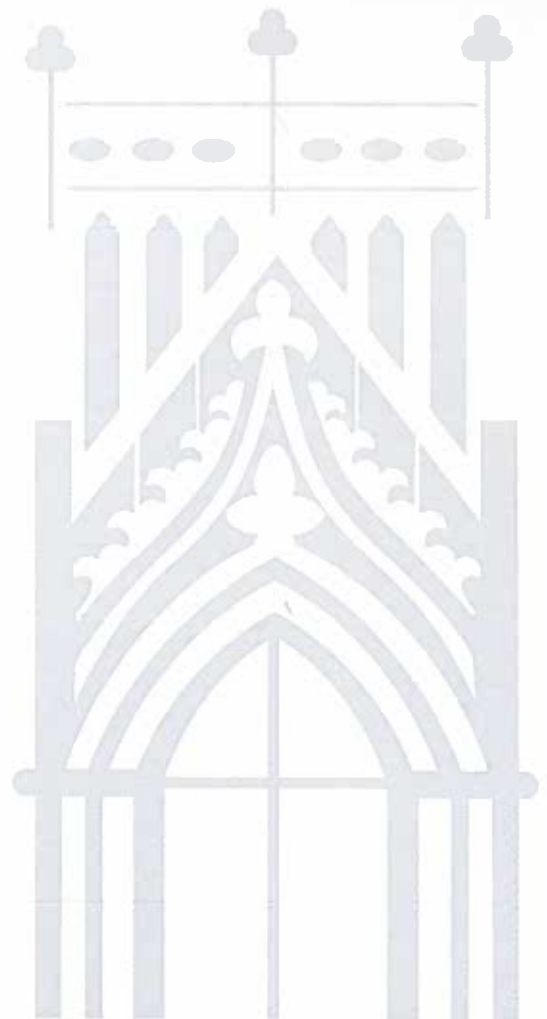
**Politécnico
|da|Guarda**
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Inês Ferreira Paiva

novembro | 2019



INSTITUTO POLITÉCNICO DA GUARDA
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E DESPORTO



Relatório de Estágio Curricular

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Inês Ferreira Paiva

novembro, 2019

Para a minha família.



Ficha de Identificação

Nome do Discente: Inês Ferreira Paiva

Número de aluno: 5008870

Curso: Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Coordenadora de Estágio: Prof. Doutora Florbela Antunes

Grau Académico: Doutora em Educação

Estabelecimento de ensino: Instituto Politécnico da Guarda /Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Endereço: Avenida Dr. Sá de Carneiro 50, 6300-559 Guarda

Telefone: 271220135; **Fax** | 271220111 **Email:** ipg@ipg.pt

Diretor da ESECD: Professor Rui Formoso Nobre Santos

Diretor de Curso: Professor Handerson Webber Aguiar Engrácio

Entidade de acolhimento: Bella Vista Hotel- Benitses

Endereço: Epar.Od. Vrionis- Agiou Nikolaou, 490-84 Corfu, Greece

Telefone: +30 2661072087

Site: <https://bellavistahotel.gr/>

Supervisora na organização: Anthea Pouli

Grau académico: MBA em Administração hoteleira

Data de início de estágio: 01/07/2019

Data de fim de estágio: 30/09/2019



Agradecimentos

A realização deste relatório de estágio e a conclusão do curso em comunicação e relações públicas não seria possível sem algumas pessoas. Assim sendo, pretendo agradecer do fundo do meu coração a todos que me apoiaram e contribuíram para a realização e conclusão desta etapa final na minha formação, a Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas. Deste modo, agradeço:

Ao Instituto Politécnico da Guarda e a todo o grupo docente que nele integra pelo conhecimento que me transmitiram ao longo destes 3 anos. Com eles cresci tanto a nível académico como a nível pessoal. Não podia deixar de destacar a minha experiência ERASMUS + que foi sem dúvida uma experiência enriquecedora.

Um especial agradecimento à professora Florbela Antunes por toda a disponibilidade e conselhos. À professora a Doutora Regina Gouveia, que apesar de já não se encontrar como docente no Instituto Politécnico da Guarda foi uma das docentes que mais admirei nestes 3 anos. O seu conhecimento e sabedoria eram motivadores para querer saber mais e melhor. Admiro-a imenso a nível profissional e foi sem dúvida uma mais valia para o meu percurso académico.

Um agradecimento à minha chefe Anthea Pouli e a toda a equipa de estagiários do hotel Bella Vista. Fizeram com que este desafio longe de casa não fosse um bicho de sete cabeças. Um especial agradecimento à Satu por toda a paciência, ensinamento e aventuras.

Um obrigada à minha mãe e avós por toda a ajuda e conselhos durante os 3 anos. À minha Tia Helena por toda a ajuda e apoio. A família é um dos pilares da vida e sem a minha não tinha chegado onde cheguei hoje.

Aos meus amigos, amigos que levarei para a vida. Que fizeram com que estes três anos fossem memoráveis. Um agradecimento especial, a 5 amigas, não descartando os outros, Rosário Carrilho, Tânia Ferreira, Isabel Pereira, Daniela Guilherme e Cecília Mendes. Obrigada por serem as minhas irmãs nesta cidade fria. E claro que a minha jornada teria sido completamente aborrecida e diferente se eu não tivesse o Nuno Silva e o Filipe Sousa, os irmãos mais velhos que nunca tive.

A todos o meu mais sincero obrigada!



Resumo

O meu estágio curricular foi feito no Bella Vista Hotel em Benitses — Grécia — com vista à conclusão da Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas e o seguinte relatório visa descrever todas as atividades e funções que desempenhei ao longo de 3 meses aplicando assim todos os conhecimentos que me foram transmitidos na Licenciatura.

Durante 3 meses as minhas funções passaram por várias áreas no contexto de relações públicas, nomeadamente: *guest relations*, receção, *marketing* e gerência. Foi da minha responsabilidade a criação de vários conteúdos digitais para as redes sociais, gerência do pequeno-almoço e todo o tipo de *guest relations* com os clientes do hotel.

Este relatório está estruturado em 2 partes. Uma primeira parte que consiste na contextualização da instituição em questão e numa segunda parte todo o trabalho que desenvolvi enquanto estagiária no Bella Vista Hotel.

Assim, o estágio curricular teve como principal objetivo o desenvolvimento dos conhecimentos teóricos, obtidos na Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas, posto a teórica em prática. Desenvolvendo assim a minha experiência profissional na área.

Palavras-chaves: Bella Vista Hotel; *Guest relations*; *Marketing*; Relações públicas; Gerência.



Abstract

My curricular internship was completed at Bella Vista Hotel & Studios in Benitses — Greece— in order to fulfill a requirement in my pursuit of a degree in Communication and Public Relations. This report will outline and describe all of the activities and tasks that I performed over three months. I will also explain how the knowledge I gained will be applied to me and my degree.

During 3 months I worked in various areas in the context of public relations-namely: guest relations, reception, marketing, and management. It was my responsibility to produce digital content for social media, to manage breakfast service, and to engage in all kinds of guest relations with hotel guests.

This report is divided into two parts. The first part describes the nature of Bella Vista as a work environment and the second part provides all the work I did as an intern at Bella Vista Hotel.

This curricular internship had, as its main objective, the absorption of knowledge through experience that built upon what I had already learned through my studies in Communication and Public Relations. Ultimately, I developed my professional experience in this field significantly.

Keywords: Bella Vista Hotel; Guest relations; Marketing; Public relations; Management.



Índice Geral

Ficha de Identificação	i
Agradecimentos	ii
Resumo	iii
Abstract	iv
Índice de figuras	vii
Índice de Tabelas	vii
Glossário.....	viii
Introdução	1
Capítulo I- Entidade Organizacional Bella Vista Hotel	3
1.Contextualização.....	4
1.1História.....	5
2.Cultura Organizacional	6
2.1Missão	Erro! Marcador não definido.
2.2Valores	7
3.Identidade Visual da Empresa	7
3.1Nome.....	7
3.2Logótipo	8
3.3Slogan	9
4. Ergonomia	9
5. Organograma	11
6. Estabelecimentos.....	12
6.1 Serviços.....	13
7. Comunicação	14
7.1 Público-alvo	14
7.2 Comunicação Interna	14

7.2.1 Estagiários	14
7.2.2 Correio Eletrônico.....	15
7.2.3 Agência de Viagens.....	15
7.2.4 <i>Fidelo</i>	15
7.3 Comunicação Externa.....	15
7.4 Comunicação de Crise	16
8. Relações Públicas.....	17
9. Análise SWOT	18
Capítulo II- Atividades desenvolvidas no hotel.....	22
1.Plano de Estágio.....	23
1.1Cronograma.....	23
2.Descrição das atividades desenvolvidas.....	24
2.1 Pequeno Almoço	24
2.2 <i>Marketing</i>	25
2.2.1 Redes Sociais	26
2.2.2 <i>Feedback</i>	27
2.2.3 <i>Posters</i>	29
2.3 Recepção	30
2.3.2 <i>Check- in</i>	30
2.3.2 <i>Check-out</i>	31
2.4 Ideias que não foram executadas/Sugestões	32
Reflexão final.....	33
Bibliografia.....	34
Anexos	36
Apêndices	45



Índice de figuras

Figura 1 — Ilha de Corfu	4
Figura 2 — Logótipo secundário do hotel	8
Figura 3 — Logótipo do hotel	8
Figura 4 — Receção do hotel	10
Figura 5 — Área do pequeno-almoço	10
Figura 6 — Página do Instagram do Hotel	26
Figura 7 — Print Screen de uma publicação do Facebook	27

Índice de Tabelas

Tabela 1 — Organograma Bella Vista Hotel	11
Tabela 2 — Análise SWOT da ilha Corfu	19
Tabela 3 — Análise SWOT do hotel	20
Tabela 4 — Cronograma	24



Glossário

Buffet¹: refeição que é composta por iguarias e bebidas dispostas numa mesa e em que as pessoas se servem à discrição.

Breakfast packages²: Pacotes de pequeno almoço.

Check-in³: registo de dados pessoais e outras formalidades à chegada a um hotel.

Check-out⁴: pagamento da despesa e de outras formalidades à saída de um hotel.

Double room⁵: quarto duplo.

Email⁶: sistema de transmissão de mensagens escritas de um computador para outro computador, via internet ou através de outras redes de computadores; correio eletrónico.

Front desk⁷: Receção.

Guest relations⁸: Relações com os clientes.

Hashtag⁹: palavra antecedida do símbolo cardinal (#), usada em blogues para identificar ou pesquisar determinados temas.

High Season¹⁰: época alta.

¹ Buffet in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019.[consultadoa30/10/2019] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/buffet>

²Breakfast in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019.[consultadoa30/10/2019]<https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/breakfast?express=breakfast+packages>

³Check-in in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019.[consultadoa30/10/2019]<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/check-in?express=check%20in>

⁴Check-out in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019.[consultadoa30/10/2019] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/check-out>.

⁵ Double room in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019.[consultadoa30/10/2019]<https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/double?express=double%20room>

⁶ e-mail in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-11-12]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/e-mail>

⁷ front in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/front>

⁸ guest in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-11-11].<https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/guest>. Relation in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-11-11]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/relation>

⁹ hashtag in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/hashtag>

¹⁰ high in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30].: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/high>



House keeper¹¹: responsável pelo governo da casa.

Key-pass¹²: Chave de acesso.

Manage¹³: gerente.

Networking¹⁴: estabelecer contactos.

Online¹⁵: atividades realizadas através da internet.

Poliglota¹⁶: pessoa que fala ou conhece várias línguas.

Poster¹⁷: cartaz impresso, geralmente decorativo ou publicitário.

Review¹⁸: crítica.

Room¹⁹: quarto.

Target²⁰: objetivo.

Staff²¹: conjunto de pessoas que compõem os quadros de uma empresa ou instituição.

Wi-fi²²: tecnologia sem fios que permite o acesso à internet e/ou a comunicação entre computadores, telemóveis, etc através de radiofrequências numa determinada área.

¹¹ House keeper in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 30/10/2019] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/house%20keeper>

¹² key in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/key>

¹³ Manager in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 30/10/2019] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/manager>.

¹⁴ Networking in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 30/10/2019] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/networking>

¹⁵ online in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/online>

¹⁶ poliglota in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/poliglota>

¹⁷ poster in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-11-12]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/poster>

¹⁸ review in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/review>

¹⁹ Room in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 30/10/2019] <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/room>

²⁰ target in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-11-22]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/target>

²¹ staff in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/staff>

²² wi-fi in Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consult. 2019-10-30]. <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/wi-fi>



Introdução

Este relatório foi realizado no âmbito da unidade curricular de estágio da Licenciatura de Comunicação e Relações Públicas, que decorreu de 1 de julho até 30 de setembro (3 meses), fiz o meu estágio no *Bella Vista Hotel* em Benitses. A primeira fase deste estágio foi feita em fevereiro com a minha supervisora e teve como finalidade a elaboração do plano de estágio, conforme o **Anexo I**.

Desde que ingressei no curso de Comunicação e Relações Públicas no Instituto Politécnico da Guarda (IPG) sabia que queria fazer estágio fora do país. Nunca tive dúvidas que queria ter a minha primeira experiência profissional fora das fronteiras portuguesas. Num primeiro pensamento queria ir estagiar para o Brasil, por ser um país tão influente nas relações públicas, mas o gabinete de mobilidade do IPG disse-me para apostar na Europa, não só pelos vários acordos que têm, mas também por razões financeiras. Encontrei o anúncio do *Bella Vista Hotel* na internet com o título de *management e marketing*, e candidatei-me sem esperanças. Passado 3 dias obtive a resposta que havia sido aceite.

O estágio curricular tem um papel fundamental na nossa formação profissional e carreira futura, tem como principal objetivo proporcionar um contacto com a realidade da nossa área académica, no meu caso, na área de comunicação e relações públicas. Permite assim desenvolver competências socioprofissionais que facilitam a ingressão na vida profissional e aliar a teórica à prática. Pois a teoria que se aprende no curso é posta em prática no estágio, aprendendo a lidar com situações reais do dia-a-dia. No estágio, temos a oportunidade de solucionar problemas em contexto real, sendo um processo de constante aprendizagem.

As minhas principais funções, estando numa indústria hoteleira foram *marketing management* e relações públicas (*guest relations*).

O presente estágio tem como principal objetivo demonstrar todas as atividades realizadas nos últimos 3 meses, assim como todas as habilidades interpessoais que adquiri e todos os projetos a que me dediquei.

A estrutura deste relatório está dividida em duas partes. Uma primeira parte onde descrevo a entidade organizacional, desde a sua história, valores e missão (Capítulo I)



e numa segunda parte onde demonstro toda a descrição do trabalho que desenvolvi no *Bella Vista* Hotel, todas as atividades e tarefas que realizei no âmbito da unidade curricular de estágio

Por fim, na reflexão final apresento, a minha apreciação crítica, as aprendizagens desenvolvidas, e as dificuldades sentidas e superadas.

Utilizei algumas técnicas de pesquisa e recolha de informação neste relatório, descritas na bibliografia, assim como informação retirada na internet.



CAPÍTULO I

**Entidade
organizacional
Bella Vista
Hotel**

O presente capítulo tem como objetivo contextualizar o *Bella Vista Hotel* que foi o hotel escolhido para efetuar a unidade curricular estágio para a conclusão da licenciatura de Comunicação e Relações Públicas. Neste capítulo apresento a missão, valores e história da instituição e por fim, uma SWOT análise.

1. Contextualização

Corfu (Figura 1) é uma das 227 ilhas habitadas da Grécia. Corfu é uma ilha grega do mar Jónico, entre Itália e Grécia, situada junto à costa da Albânia. Conhecida por “ilha esmeralda” Corfu é a segunda maior cidade das ilhas Jônicas e a sétima maior ilha da Grécia.

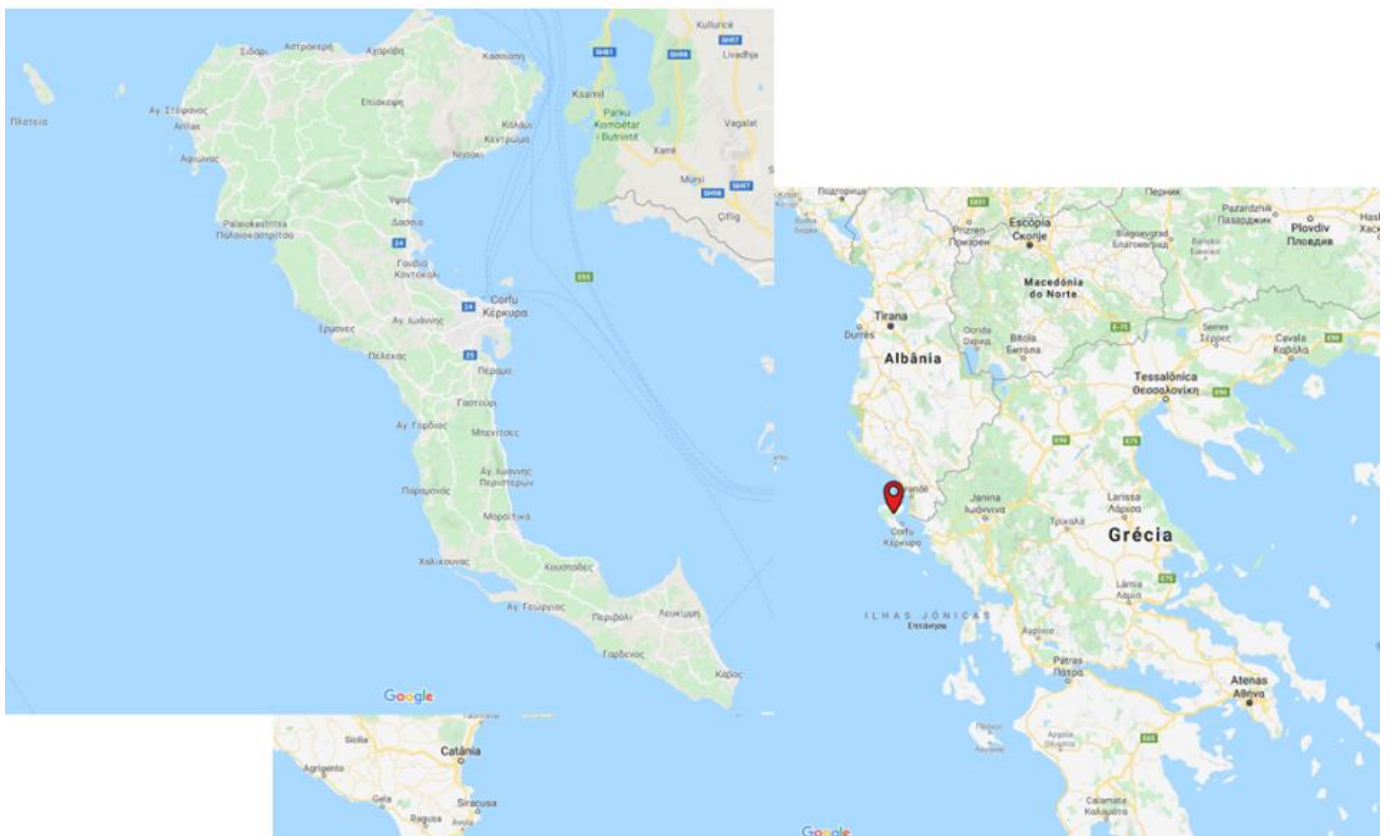


Figura 1- Ilha de Corfu
Fonte: Google maps

Bella Vista Hotel está situado numa pequena vila a 12 quilómetros da *Old Town* de Corfu. O pequeno negócio tão conhecido nesta ilha pertence a uma família que quis aproveitar o crescimento do turismo da ilha para abraçar tradições e mantê-las vivas na indústria hoteleira.

Benitses é uma vila bastante tradicional em Corfu. Conhecida pelo vasto mar azul e as enormes montanhas verdes. O turismo internacional acrescentou um toque de modernidade à cidade, tornando assim um excelente destino para quem procura o antigo ou o novo. Benitses é o melhor dos dois mundos. É precisamente por isto que a vila tem crescido de ano para ano. (bellavistahotel.gr, 2019).

Por norma as ilhas gregas são conhecidas pelas casas brancas, mas Corfu foge à regra. Pode-se considerar como uma ilha grego-italiana devido a influências das ruas e casas tipicamente italianas (amarelas) e, também, por ser uma ilha bastante verde. Em toda a ilha o verde é realçado, repleto de oliveiras e imagens únicas para o olho humano.

1.1 História

Benitses é a localização do *Bella Vista* Hotel e é considerada, desde do século XIII, como uma vila pequena de pescadores. Derivado às suas águas cristalinas e passagens verdes naturais foi desde sempre uma vila muito requisitada pelos turistas. Perto de 1975, um casal local, John e Frida Poulis possuíam uma casa em frente à praia de Benitses, consoante a vila foi possuída por turistas começaram a perceber que teriam muitas oportunidades na área da indústria hoteleira e turismo se tirassem vantagem do grande jardim que a sua casa possuía. Perto dos anos 80 viram o seu jardim transformado num hotel onde obteve grande sucesso até aos dias de hoje. Os anos 90 não foram uma época muito feliz, os turistas “fugiam” do sítio calmo que Benitses outrora fora, devido aos jovens, que a influência do mercado trazia para a ilha Grega, começando a ficar conhecida como uma ilha festeira e barulhenta. (bellavistahotel.gr, 2019).

Entretanto em 2003, a filha mais nova de John e Frida Poulis, Anthea Poulis regressou para a sua cidade natal, após ter estado em Londres a tirar um mestrado, a sua paixão pela indústria hoteleira e turismo levou-a a tomar a liderança do hotel. Foi aí que começaram as renovações do hotel. Devido aos seus conhecimentos de *networking* e redes sociais existentes naquele tempo, Anthea conseguiu elevar a economia local tornando-se assim uma mulher muito respeitada pelos habitantes locais.

(bellavistahotel.gr, 2019). Devido a adesão e sucesso do *Bella Vista* Hotel em 2007 Anthea expandiu o hotel ao comprar o Agios Hotel, conhecido hoje em dia como o *Bella Vista* Studios, um dos apartamentos do hotel. Desde então que o hotel tem vindo a fazer atualizações e remodelações quase todos os anos. Contando hoje com 3 prédios (*Bella Vista* Studios, Frida Apartamentos e Maria Olga Apartamentos) e um edifício principal. (bellavistahotel.gr,2019) Anthea não só trouxe sucesso ao hotel como apostou num *staff* dinâmico e poliglota. Todos os anos o hotel acolhe mais de 10 estudantes internacionais, para que este seja reconhecido como inovador e que se preocupa com os seus clientes, procurando que a estadia seja o mais confortável possível. Os estudantes abrangem nomeadamente áreas como o turismo, marketing e comunicação. Tratando de toda a comunicação e relações públicas do hotel. (bellavistahotel.gr, 2019). Como referi em cima, Anthea está a gerir o hotel após os seus vastos estudos na área hoteleira e hoje em dia gere o hotel ao lado de Christina. Christina é uma das sobrinha de Anthea e como viveu toda a sua infância perto do hotel criou um grande sentimento de afeto ao hotel e após término dos seus estudos em administração hoteleira juntou-se ao negócio de família e aprendeu em primeira mão sobre hospitalidade internacional e administração. (bellavistahotel.gr, 2019).

1. Cultura Organizacional

Segundo a Revista de Administração de Empresas (1997, p.12) a Cultura Organizacional é caracterizada por ser o conjunto de atributos distintivos, centrais e duradouros de uma organização. Como foi dito em cima, a tradição é muito importante e valorizada para o *Bella Vista* hotel, sendo assim, a administração guia-se por valores e missões para manterem-se fiéis aos seus objetivos para que haja sempre negócio e sucesso, para que assim marquem a diferença tanto para os habitantes locais como para os turistas. Sendo um hotel respeitado pelos habitantes locais a organização deverá guiar-se pela tradição para que assim consigam viver em harmonia com os turistas e ao mesmo tempo dar a estes uma experiência tipicamente grega. São os valores, missão e visão que distinguem o *Bella Vista* Hotel de toda a concorrência que existe em Benitses.

1.1 Missão

A Missão do *Bella Vista* Hotel é manter relações, antecipar necessidades e dar uma experiência de estadia fora de casa. Clientes fidelizados são também família por isso todo o cliente merece especial atenção. Como refere Kuazaqui, Covas e Gamboa (2005, p.18) “A missão de uma instituição pública não pode ser o lucro financeiro, mas sim o social. Seus procedimentos e filosofias devem nortear suas ações em busca pela excelência.”

1.1 Valores

Manter a tradição e costumes da sua humilde vila e ao mesmo tempo satisfazer os seus clientes de geração para geração são os principais Valores desta instituição (bellavistacorfu.gr, 2019). Fidelização é a palavra por onde se regem, pois, ano após ano promove o bem-estar, comodidade e satisfação para os clientes. Família é também uma palavra-chave para esta instituição, sendo um negócio familiar pretendem então incentivar famílias a escolherem o hotel e ao mesmo tempo providenciar o máximo de conforto e facilidades para todos os hóspedes. Atenção ao cliente, qualidade, baixo preço, sofisticação são os valores que faz com que o hotel se sobressaia.

2. Identidade Visual da Empresa

A comunicação tem um papel fundamental para a partilha da identidade de uma organização e para o total sucesso da comunicação deve ser feita de forma planeada, coerente e integrada. Rezende (1979, p.89) salienta que uma Identidade Visual é “um sistema de signos visuais e suas regras básicas de uso que caracterizam, distinguem e coordenam a identificação de uma empresa”.

2.1 Nome

O Nome *Bella Vista* Hotel deve-se à localização do hotel. Situa-se num dos sítios que os turistas mais procuram, à beira mar, e, para agradar ainda mais, a entidade encontra-se numa ilha grega. Por isso, dada a bela vista que o hotel proporciona aos seus clientes surgiu o Nome de “Bella Vista”, em espanhol porque a família materna da direção tem influências latinas. Sendo que toda a essência do hotel se resume a palavra família mais uma vez decidiram dedicar o negócio àquilo que deve ser a base do ser humano.

2.2 Logótipo

O Logótipo é um símbolo visual de uma organização e deve ser pensada de forma inteligente e de fácil perceção. “O Logótipo passa a ser, portanto, a representação gráfica da marca. [...] valores e características da empresa devem estar refletidos no logótipo da marca” (Melo, 2004, p.7)

Segundo a direção do hotel a ideia do Logótipo do hotel (figura 2) deu-se devido a localização do mesmo. As duas montanhas (Stravos e Chalikiopoulou) que podemos visualizar a partir do hotel são os fatores da criação do logótipo e o sol sempre se põe entre estas obras da natureza. Visualmente a ideia era criar um ambiente de tranquilidade e apelativo e mesmo assim refletindo o hotel.



Figura 2-Logótipo do hotel
Fonte- Imagem cedida pelo hotel



Figura 3-Logótipo secundário do hotel
Fonte- Imagem cedida pelo hotel

O Logótipo do hotel destaca-se pelas cores dando assim formas ao mesmo. A cor é um dos elementos visuais, hoje em dia, mais importantes provando reações positivas/negativas e sentimentos a todo o público-alvo. “A cor é utilizada para evocar emoções e expressar personalidades. [...] Na sequência da perceção visual o cérebro lê a cor depois que regista a forma e antes de ler o seu conteúdo.” (Wheeler, 2019, p.154).

Morioka (2008) define um *color design* e com isto passo a explicar as cores do logótipo do hotel. A cor predominante na figura 2 é o verde que por sua vez retrata as majestosas montanhas de Benitses, transmite o ambiente natural e harmonia, o amarelo que

representa o raio de sol, otimismo e alegria que a ilha de Corfu recebe e dá aos seus clientes, o azul que representa o céu e reflete tranquilidade e lealdade.

O segundo Logótipo do hotel (figura 3) é mais simples e é utilizado essencialmente para conteúdo digital e utilizado em forma PNG. Segundo Morioka (2008) a cor preta neste logótipo transfere sofisticação.

2.3 Slogan

O *Slogan* é a frase síntese que transmite a identidade da organização. Segundo Iasbeck (2002, p.70) o Slogan “é uma fórmula verbal apelativa, que tem na publicidade de um modo geral seu maior canal de veiculação”. Para ser credível e profissional o slogan deve ser curto e de fácil memorização.

Bella Vista Hotel quer-se destacar pelo seu serviço de hospitalidade e ao mesmo tempo manter a ideia de que um pequeno hotel pode ter um serviço acima do esperado. O Slogan desta instituição é “Low-cost properties with high value for money”²³ (Propriedade de baixo preço e alto benefício) onde salienta mais uma vez que o facto de ser um hotel pequeno não deixa de transparecer o profissionalismo. (**Anexo II**)

4. Ergonomia

A primeira impressão que temos de uma organização é derivado a aparência visual da mesma. Sendo assim *Bella Vista* Hotel faz remodelações ano após ano para acompanhar as tendências e ao mesmo tempo mostrar aos clientes fidelizados que acompanha as mudanças do futuro. Posto isto o elemento físico numa instituição é importante assim como a sua comodidade.

Ergonomia é “Conjunto dos estudos que têm por objeto a organização do trabalho em função do fim proposto e das condições de adaptação do trabalho humano.” (dicionário.piberam.org). Ou seja, o local de trabalho. Posto isto o meu local de trabalho no hotel foi dividido em 2 lugares: A receção e a área do pequeno-almoço. Ambos ficam na entrada do hotel, um espaço decorado com um tema grego e amplo. É na figura 4, receção, que desempenho as minhas atividades como *guest relations* e *Marketing* para as redes sociais, esta possui três computadores, ar condicionado e todo o material para o *Check-in* e o *Check-out*.

²³ Informação concedida via email



Figura 4-- Recepção do hotel
Fonte- Própria

Temos acesso também a uma televisão, onde visualizamos as câmaras de vigilância para podermos ter conhecimento de qualquer tipo de emergência. A área do Pequeno-almoço (Figura 5) é ampla e tem três espelhos grandes que dão a impressão de que a sala é maior daquilo que realmente é, onde se realiza o *buffet* todas as manhãs. A área do Pequeno-almoço serve também para os hóspedes poderem relaxar durante toda a sua estadia, e onde o *Bella Vista Hotel* oferece, por cortesia, sempre algo para beber que seja do agrado do cliente. Esta vasta sala tem duas portas para um jardim cheio de mesas e sofás para uso dos clientes. Ambos os espaços são frequentados por clientes e facilita também o contacto entre clientes/funcionários e funcionários/funcionários.



Figura 5-- Área do pequeno-almoço
Fonte- Própria

5. Organograma

Uma entidade só funciona se os diversos departamentos que nela inserem estejam a cooperar em harmonia. Nesses departamentos cada funcionário tem o seu devido trabalho, mas todos trabalham em grupo para alcançarem o mesmo objetivo: o sucesso.

Em todas as organizações tem de haver uma hierarquia e uma organização para manter os funcionários organizados e focados no seu principal objetivo. “As atividades e as funções são agrupadas, as responsabilidades são alocadas, e os padrões de relacionamento são especificados com vista a alcançar algum conjunto de objetivos. Historicamente, a maioria dos projetos organizacionais tem sido hierárquica, destinada a permitir a coordenação de direção e controle das atividades da maioria dos membros por alguns; Este projeto é capturado no tipo familiar de gráfico piramidal.” (Maureen Guirdham, 1995, p. 72). Este esquema em forma de pirâmide mencionada por Maureen Guirdham (1995) tem o nome de Organograma onde podemos visualizar toda a estrutura organizacional (tabela 1). Utilizado para mostrar informações hierárquicas ou reportar relações, numa organização os organogramas são produzidos em vastas organizações, mostrando relações hierárquicas em progressão de cima para baixo.

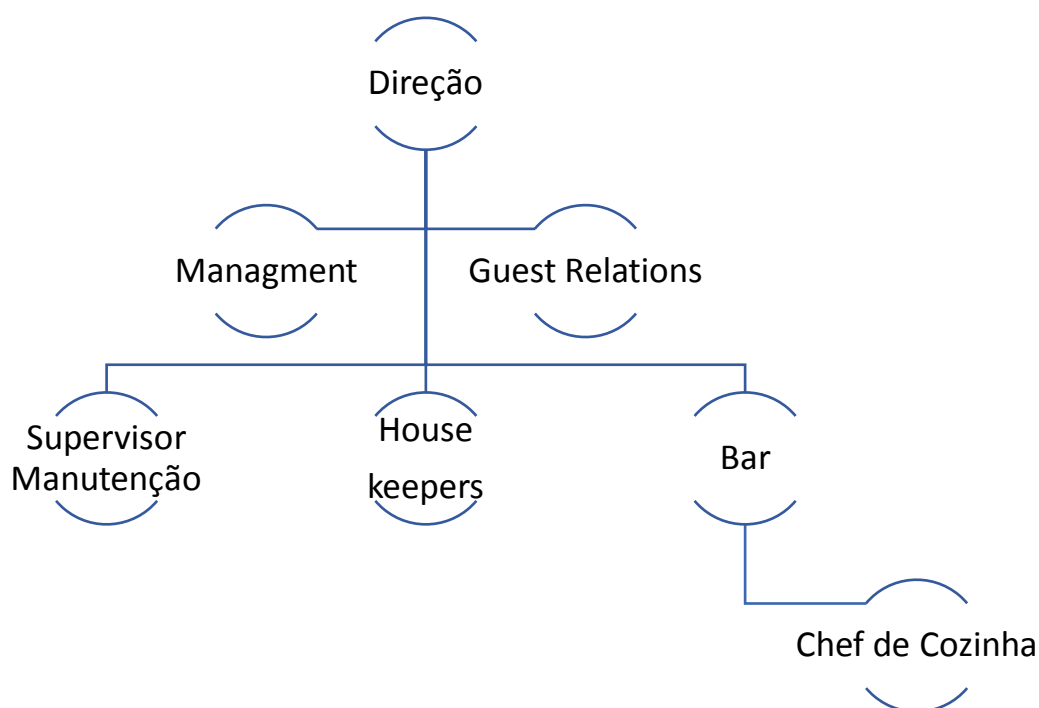


Tabela 1- Organograma Bella Vista Hotel
Fonte- Elaboração própria

Segundo o esquema demonstrado em cima podemos evidenciar que o membro superior se encontra na direção do hotel é Sr^a Diretora Anthea Poulin. Seguido pelo departamento do *managent* onde a coordenadora é Christina Poulin. O departamento onde realizei o meu estágio encontra-se a seguir, departamento *guest relations*, composto só por estudantes estagiários internacionais onde desempenhamos todas atividades práticas do hotel. Por fim, encontram-se os restantes departamentos que são relevantes num hotel. Estes departamentos formam a perfeita execução de um hotel.

6. Estabelecimentos

Como foi já referido o *Bella Vista* Hotel durante estes anos tem apostado na expansão do mesmo. E mesmo sendo um negócio de família, de ano para ano, o número de hóspedes fez com que a direção pensasse mais a frente da expansão. Sempre pensando no bem-estar do cliente e tentado fazer com que a estadia dos hóspedes seja inesquecível. Daí existir tanta diversidade na estadia, diversos quartos e todos com o respetivo serviço, *room service*, providenciado pelas *house keeper* que estão com a família *Bella Vista* Hotel desde do primeiro momento e sendo assim um serviço de qualidade e elogiado nas demais plataformas.

Posto isto, o hotel é composto por 4 edifícios. Tendo um total de 61 quartos, tanto *double rooms* como *rooms*, pensado nas famílias que procuram o sossego da vila. Consequentemente todos possuem uma varanda privada com vista para o mar de Benitses, muito procurados pelos hóspedes que fazem reserva por ser um dos poucos hotéis na vila que têm quartos virados para o mar. Estes edifícios têm ao dispor do cliente um vasto conjunto de sofás e mesas para proporcionar o devido conforto. Todos os quartos são vastos e amplos com uma decoração em azul e branco para realçar a tranquilidade da vila envolvente, porém transparecendo a sofisticação.

O edifício central (*Bella Vista*) é onde se encontra a receção, a área do pequeno-almoço e o escritório da direção. Este mesmo é composto por dois andares e tem 23 vastos quartos. Em frente encontram-se os estúdios do hotel, *Bella Vista Studios*, composto por dois andares e 20 quartos com cozinha e varandas virada para as montanhas de Corfu. Junto à mesma situa-se a piscina que é aberta a mais outros 2 hotéis.

Seguindo mais para a direita encontram-se os apartamentos Maria Olga e Frida. Situam-se dentro da vila cheios de vizinhos gregos locais para proporcionar a verdadeira experiência grega. Frida apartamento é composto por 8 quartos e 2 andares. Maria Olga apartamento é composto por 3 andares e 10 quartos e um vasto jardim onde os hóspedes podem usufruir de vários sofás e mesas ao ar livre.

6.1 Serviços

Para além de providenciar serviço de quarto todos os dias, *Bella Vista* Hotel oferece uma receção aberta todos os dias por 24 sob 24 horas para disponibilizar todas as informações que os clientes possam precisar, assim como a receção de clientes que chegam de madrugada.

Bella Vista é conhecida pela arte do bem receber. É um hotel carinhoso onde, desde do primeiro contacto disponibiliza-se para qualquer necessidade que o hóspede necessite, assim como a oferta de toalhas frescas e água fresca.

Com o sentido de preocupação o hotel providencia de *breakfast packages* aos hóspedes que tenham que viajar mais cedo que o horário do *buffet*, para que assim nenhum cliente perca o seu dinheiro ou alguma atividade derivada ao facto de perderem o *buffet*.

Desde da chegada dos clientes que o departamento de *guest relations* e a respetiva receção disponibilizam qualquer informação. Assim como locais turísticos e de lazer para o cliente desfrutar. O acompanhamento do hóspede ao seu respetivo quarto é feito pelo departamento de *guest relations* para poder conhecer um pouco o respetivo cliente para que possa preencher a sua ficha de cliente com todas as informações do mesmo. É também providenciado durante a estadia frutas frescas, vinho ou bolo caseiro aos clientes como gesto de gratidão por terem escolhido o hotel.

No final para dar um toque de gratidão o hotel oferece um íman com o logótipo do hotel e uma pequena toalha com o nome para que este nunca caia em esquecimento. O resultado desta ação é que ano após ano os clientes retomam sempre a Benitses e ao *Bella Vista* Hotel, concretizando assim o maior objetivo da empresa: a fidelização.

7. Comunicação

De acordo com Sales Fernandes (2001), Comunicação é um meio fundamental de ligação entre as pessoas, comunicar é informar, transmitir uma mensagem.

A Comunicação é o ato de troca de informações e só é feita quando é transmitida e tem significado comum para os dois polos: emissor e recetor. Hoje em dia nas empresas a comunicação é feita pela entidade (emissor) ao público-alvo (recetor) por isso para uma maior credibilidade e fidelidade dos clientes é preciso que a comunicação seja feita com clareza, verdadeira e concisa.

7.1 Público-alvo

O Público-alvo designa-se por ser as pessoas que a entidade quer alcançar e trazer, neste caso, para um hotel. Quero salientar mais uma vez que o *Bella Vista Hotel* é um hotel familiar, sendo assim o seu maior *target*. Famílias e hóspedes numerosos são sem dúvida parte desta grande família que forma o *Bella Vista Hotel*. Graças ao crescimento do hotel, ano após ano, várias agências de viagens assinaram protocolo com o estabelecimento. Então, o maior público abrangente são os clientes que vem da Rússia sendo preciso adotar medidas de *staff* às necessidades dos clientes.

7.2 Comunicação Interna

A Comunicação Interna designa-se por ser “um conjunto de ações que a organização coordena com o objetivo de ouvir, informar, mobilizar, educar e manter coesão interna em torno de valores que precisam ser reconhecidos e compartilhados por todos e que podem contribuir para a construção de boa imagem pública” (Curvello, 2012, p.22).

A Comunicação Interna é a maior vertente para um bom funcionamento de qualquer tipo de entidade. O sucesso da mesma depende do desenrolar da comunicação interna, uma comunicação sem falhas leva ao sucesso. No *Bella Vista Hotel* são várias as formas de comunicar internamente, guiam-se basicamente por correio eletrónico (Dropbox) e pelo programa opera, os departamentos superiores comunicam-se por reuniões.

7.2.1 Estagiários

Desde de muito cedo que o *Bella Vista Hotel* acolhe estudantes internacionais no verão com o intuito de ampliar suas relações, ter experiência cultural e providenciar ao cliente

a maior facilidade nas suas férias. Vindo de todo o lado do mundo, a comunicação dos estagiários gere-se pela língua inglesa, mas isso não impede de trocar entre eles aprendizagens linguísticas, formando assim uma família internacional.

7.2.2 Correio Eletrónico

Dropbox é o meio eletrónico mais usado pelo *Bella Vista Hotel*, neste depositamos todo o conteúdo digital para ser aprovado pela direção. Todas as semanas é neste correio eletrónico que sai a rota semanal.

7.2.3 Agência de Viagens

Bella Vista Hotel tem protocolos com várias agências de viagens. *Bella Vista* conta com plataformas *online* como Expedia, Top hotel, *Booking*, *Tripadvisor*, *Hotelbeds*, *Biblio globus* e *Mouzenidis* (Russos). Visto ter uma localização perto das montanhas conta com agências de caminhadas: *Ionan bikes* e *apergi travel*.

7.2.4 Fidelo

O programa que o *Bella Vista Hotel* utiliza é o *Fidelo* pela Oracle. É utilizado como um programa interno para que haja comunicação entre os derivados setores e unidades hoteleiras, desde de *house keepers* ao *staff* da receção. Todos os estagiários têm acesso a uma conta que normalmente já pertence a alguém que tenha mais experiência no hotel, assim que lhes é atribuída podem usufruir desta ferramenta de comunicação para desenvolver todas as suas tarefas na área da receção. É conhecido por ser eficiente, profissional e autêntico.²⁴

É um programa de gestão de propriedades onde se encontra um banco central de informações dos hóspedes. Este programa dá acesso ao perfil do cliente, onde podemos editar e adicionar informações; conseguimos verificar todos os *check-in* e *check-outs*; adicionar reservas; dá-nos a possibilidade de ver toda a gestão do hotel, condições dos mesmos e o seu histórico.

7.3 Comunicação Externa

A Comunicação Externa serve para demonstração e divulgação da empresa e os seus

²⁴ www.opera.com consultado no dia 13/09/2019

produtos ao público. “A comunicação externa [...] inclui toda a veiculação de informação e todos os comunicados emitidos pela organização empresarial para um público ou opinião pública fora dos limites internos” (Bahia, 1995, p.37) No *Bella Vista Hotel* a comunicação externa é feita maioritariamente pelas redes sociais, como *Facebook, Instagram, Youtube* e o seu site: <https://bellavistahotel.gr/>. Maioritariamente dentro do hotel a comunicação externa é feita através de *posters*, estes são afixados em todo o hotel e são a melhor forma de divulgar todo o tipo de informação. Anthea Poulin, a diretora do hotel tem uma forte ligação com a associação cultural da Vila de Benitses. A associação cultural da vila faz publicidade do hotel o que fortalece a comunicação externa da entidade.

7.4 Comunicação de Crise

Uma crise é “tudo aquilo que pode perturbar o processo e interferir na transmissão e receção das mensagens, reduzindo a fidelidade destas” (Rego 2007, p.116) Existem muitas barreiras à comunicação e por vezes pode existir falhas na comunicação e por consequente gera-se uma crise.

Sendo um serviço para o público não é fácil agradar a todos os gostos. *Bella Vista Hotel* tenta ao máximo satisfazer os seus clientes e o mais rápido possível para a credibilização da empresa não se perca. Numa situação de Comunicação de Crise o hotel rege-se por 3 palavras: IDENTIFICAR, RESOLVER, ATUAR. A estratégia mais segura que o hotel veio a adaptar ao longo dos anos é apostar em *staff* internacional que saiba falar principalmente russo e italiano, pois segundo os dados do negócio são os clientes que menos falam inglês. Após a resolução do problema ou pelo menos a tentativa de agradar ao hóspede em questão é oferecido durante a sua estadia taças de frutas locais, caixas de bolos, oferta de cupões de pequeno-almoço, garrafa de vinho, ou seja, técnicas para recuperar a confiança do cliente e chegar a um objetivo final: fidelização. Como *staff* de um hotel e dando a cara pela identidade é do nosso dever numa situação de crise conhecer as políticas da organização, ser transparente, inspirar confiança e credibilidade, demonstrar competência e experiência, ser honesto e aberto a perguntas.

8. Relações Públicas

Relações Públicas²⁵ rege-se com o objetivo “manter a compreensão mútua entre as partes-empresa e os seus públicos.” (Cesca, 2012, p. 9) Trata-se de uma disciplina planificada que se desenvolve de modo estratégico que recorre a uma comunicação bidirecional, pois dirige-se a um público (interno e externo) mas também escuta e atende as necessidades deste. Como foi estudado na unidade curricular de *Atelier de Relações Públicas* o papel das Relações Públicas é uma grande ajuda no processo de comunicação estratégica das organizações com os seus públicos. Na gestão estratégica de negócios existe a necessidade de refletir, persuadir, desenvolver planeamentos estratégicos inovadores para que possam alcançar metas e lucratividade. As Relações Públicas com as suas ferramentas são capazes de controlar todas as necessidades que a gestão estratégica precisa.

O trabalho de bom profissional de Relações Públicas estabelece e mantém uma boa relação entre a organização e os respetivos públicos. Posto isto, um bom Relações Públicas num hotel deve manter o interesse do cliente e ao mesmo tempo providenciar todo o tipo de informação que o cliente precise.

As Relações Públicas são a palavra-chave para um bom sucesso de um hotel. A qualidade da comunicação numa instituição hoteleira é da responsabilidade de um Relações Públicas assim como toda a sua imagem. São os elementos essenciais de uma empresa hoteleira tanto para *marketing*, *guest relations* ou promoção. Sendo a primeira pessoa que os hóspedes vão abordar quando chegam ao hotel, estes devem possuir todas as informações do hotel assim como todas as informações que os clientes venham a questionar. Hoje em dia, como foi referido anteriormente, o trabalho de Relações Públicas abrange muitas vertentes de comunicação como *marketing*, como refere Kotler (2000, p. 625) “Muitas empresas estão se voltando para o *marketing* de Relações Públicas (MPR) para apoiar diretamente a promoção corporativa ou de produtos e fazer imagem ” e posto isso, este *marketing* de Relações Públicas vai muito além de simples publicidade por isso tem diferentes tarefas como “Interesse em construir numa categoria de produto (...) Influenciar específicos públicos-alvo”.

No *Bella Vista* Hotel a promoção do hotel é feita através das redes sociais que o hotel utiliza. Um Relações Públicas num hotel tem como trabalho responderem a qualquer

²⁵ <https://conceito.de/relacoes-publicas> consultado no dia 30/10/2019

review que os clientes tenham postado nas devidas plataformas. Plataformas como o *Booking* e *Tripadvisor* proporcionam por vezes certas promoções para os clientes mais assíduos, devido a isso às vezes o preço da estadia do hotel encontra-se em promoção.

No *Bella Vista* hotel o Relações Públicas é responsável pela *guest relations* entre todos os clientes, pelas publicações no *Facebook* e *Instagram* e também pelas *reviews* nas derivadas plataformas online: *Booking*, *Tripadvisor* e *Tophotel*. Assim como toda a comunicação externa do hotel. É também a pessoa que trata da comunicação de crise caso haja alguma queixa ou problema. É com estas estratégias que se pretende criar uma imagem positiva da unidade hoteleira.

9. Análise SWOT

Segundo Merhi Daychow a técnica da análise SWOT foi criada por Albert Humpry na Universidade de Stanford nos anos 60 e 70. “A análise SWOT é uma ferramenta utilizada para fazer análises de cenário, sendo usada como base para a gestão e o planeamento estratégico de uma organização” (Daychow, 2007, p.7) SWOT é um acrónimo utilizada por diversas empresas pelo mundo inteiro que pretende demonstrar todos os aspetos bons e maus de uma empresa: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Este acrónimo anglo-saxónico serve para evidenciar todos os pontos fortes e visibilidade de uma empresa e todos os pontos fracos que a empresa deve trabalhar, combatendo assim a competência e o fracasso, sendo assim uma ferramenta organizacional muito útil para as empresas.

Analiso por seguinte a tabela 2 sobre a ilha Corfu e por consequente a análise do *Bella Vista* Hotel na tabela 3.

Faço a análise da ilha em si e do hotel separadamente porque acho que a ilha influencia o sucesso do hotel, pois assim o hotel poderá adaptar-se aos pontos fortes e tentar controlar as ameaças e pontos fracos.

Pontos fortes	Pontos fracos
Ilha grega; Beleza natural; Praias abundantes; Montanhas; Gastronomia local, Declarado pela UNESCO património mundial; (unesco.org) História;	Conexões de voos; Turismo afetado devido ao Inverno;
Oportunidades	Ameaças
Segunda maior ilha da Grécia; Perto da Albânia (3 quilómetros a partir do ponto mais estreito) Perto da Grécia continental.	Ilhas mais turísticas, Problema com o lixo;

*Tabela 2- Análise SWOT da ilha Corfu
 Fonte- Elaboração própria*

Segundo Philip Kotler (2000, p. 99), “Depois de identificar as principais ameaças e oportunidades que uma unidade enfrenta, a gerência pode caracterizar a atratividade global do negócio. Quatro resultados são possíveis: Um negócio ideal apresenta muitas grandes oportunidades e poucas ameaças importantes; um negócio especulativo tem grandes oportunidades e ameaças importantes; um negócio maduro apresenta poucas oportunidades e poucas ameaças; um negócio com problemas apresenta poucas oportunidades e muitas ameaças.”

Assim que analisarmos todos os pontos sejam eles fortes ou fracos podemos proceder e desenvolver específicos objetivos. “A transformação de objetivos em metas mensuráveis facilita o planeamento, a implementação e o controle.” (KOTLER, 2000, p. 101).

Pontos fortes	Pontos fracos
Qualidade de serviço; Hotel de família; Localização; Situada no centro da ilha por isso é muito fácil ir para qualquer ponto da ilha; Ambiente multilíngue; Famílias com crianças são levadas em consideração; Perto do aeroporto; Fácil utilização dos transportes; <i>Staff</i> competente; Piscina; Estruturas modernas; Contacto com a natureza; <i>Buffet</i> grego. Apartamentos. <i>Staff</i> multi-idiomas;	Parque de estacionamento; Casas de banho; Fraco <i>Wi-fi</i> ; Não existem facilidades para pessoas com deficiência; Falta de espaço para expansão.
Oportunidades	Ameaças
Perto da praia; Bons restaurantes; Centrado dentro da comunidade; Tranquilidade do local;	Várias ofertas hoteleiras na mesma área;

Tabela 3- Análise SWOT do hotel
Fonte- Elaboração própria

De acordo com a tabela 3, os pontos fortes geram-se pela qualidade de serviço pois sendo um hotel de 2 estrelas o serviço é muito acima do esperado fazendo com que a experiência de qualquer cliente seja única, tranquila e relaxante. Sendo uma vila situada no centro da ilha alugar um carro torna-se uma possibilidade para todos os turistas para atingir facilmente todos os pontos turísticos da ilha, para além que os meios de transportes também são uma facilidade visto que existe uma paragem mesmo a frente do

hotel. Conhecido pelo seu pequeno-almoço grego pois foi o primeiro a dar asas a esta ideia, excluindo assim o típico pequeno-almoço inglês, sendo assim muito procurado entre os turistas. Os apartamentos dão às famílias a facilidade de se organizarem e aproveitarem da melhor forma as suas férias.

Estando localizado dentro da vila, o parque de estacionamento torna-se uma hipótese impossível, visto que não espaço para construir um, assim como não existe facilidades para pessoas que tenham qualquer tipo de deficiente. Existe muitas escadas e o hotel não providencia um elevador, visto que não há necessidade para tal. A área envolvente do hotel está preenchida com casas de locais, bares, restaurantes e mar, por isso expandir encontra-se impossível.



CAPÍTULO II

Atividades desenvolvidas no Hotel



No último capítulo deste relatório pretendo explicitar todas as atividades desenvolvidas na unidades curricular estágio e por consequente todas as aprendizagens. Onde numa primeira instância apresento o meu plano de estágio e no decorrer do capítulo explicito então as funções desempenhadas.

1.Plano de Estágio

No decorrer de os três meses que realizei no estágio curricular no *Bella Vista* Hotel desempenhei diversas funções (**Anexo I**).

Foi-me proposto quando cheguei à entidade que elaborasse um plano de marketing para os três meses seguintes. Geri todos os *sites* com os quais o hotel fazia parceria e respondi a todos os comentários dos clientes. Produzi conteúdos digitais para as redes sociais e produzi alguns *posters* informativos para o hotel. Fiz gestão de pequeno-almoço e acompanhamento de clientes. Efetuei algumas análises em base de relatório de negócio sobre o público britânico e russo. Por último, contribui para o desempenho da *front desk*.

As minhas atividades centraram-se nos aspetos que já abordei acima, mas o objetivo geral deu-se em relacionar com clientes internacionais, crescimento pessoal e profissional, introdução à inteligência emocional, autonomia de tarefas, aperfeiçoamento de habilidades de comunicação e visões diferentes de ações de *Sales e Marketing*.

1.1Cronograma

Um cronograma é a representação gráfica do calendário de um plano ou projeto (dicionário.priberam.org). Segundo Souvenir Dornelles (2011) num cronograma estão expostas e distribuídas as atividades, funções e tempo facilitando a operacionalização das tarefas.

Na tabela 4 mostro todas as atividades empenhadas durante os três meses de estágio coordenadas por tempo (13 semanas).

Atividades Desenvolvidas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Adaptação do local do estágio	█												
Aprendizagem do programa					█	█	█	█	█	█	█	█	█
Acompanhamento/ acolhimento dos clientes	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Gestão do Pequeno-almoço	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Check in						█	█	█	█	█	█	█	█
Check out						█	█	█	█	█	█	█	█
Marketing	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
Recepção		█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

Tabela 4- Cronograma
Fonte- Elaboração própria

2.Descrição das atividades desenvolvidas

Durante 3 meses trabalhei como estagiária no *Bella Vista Hotel* desempenhando funções como gerente do *marketing*, rececionista e funções de *guest relations*.

2.1 Pequeno-almoço

A assistência ao Pequeno-almoço foi uma tarefa que tive que efetuar todos os dias durante os 3 meses de estágio, consistindo em acompanhamento ao público. Todos os dias de manhã entre as 7h da manhã às 10h da manhã a minha área de trabalho era na sala do *buffet* onde tinha uma lista à minha disposição com todos os nomes dos clientes que estão hospedados no hotel, onde estavam expostas as informações da sua estadia. Nesta folha continha ainda que tipo de estadia é que os clientes tinham: BB- *Bed with breakfast* (cama com Pequeno-almoço) ou BO- *Bed only* (só quarto), quando verificado o serviço que possuíam o meu trabalho consistia em acompanhá-los a uma mesa, no interior ou exterior. Coube-me também fazer a gestão do Pequeno-almoço, indicando



onde é que o restante *staff* deveria ficar e garantir que não havia falhas no *buffet*. É de salientar que esta tarefa requer alguma coordenação e concentração da minha parte, pois não só tinha que ter postura para com o *staff* como tinha que satisfazer ao máximo as necessidades dos clientes. Como o hotel era destinado as famílias tinha que ter o cuidado de gerir as mesas com as necessidades do público tendo muitas das vezes reservar mesas para famílias numerosas ou clientes mais fidelizados. A maior dificuldade nesta atividade é conseguir manter a calma e ser organizada, porque são muitas pessoas e bastantes coisas às quais tinha que ter atenção, mas a minha principal preocupação sempre foi o cliente e fazer-lhe sentir o conforto e simpatia de manhã o que dá logo outra perceção do hotel e das suas férias.

2.2 Marketing

Desde da minha primeira semana como estagiária foi-me intuído que para a continuação de sucesso de qualquer entidade ou organização o *Marketing* é fundamental e hoje em dia não pode ser ignorado. As empresas devem adaptar-se ao novo paradigma e posicionar a sua marca positiva global, estabelecendo parcerias de sucesso com os seus clientes. O objetivo que me foi posto desde que comecei a desempenhar as atividades de *Marketing* foi não só chamar novos clientes, mas sim fidelizar aqueles que escolheram o hotel. Foi-me também proposto quando comecei o estágio (mês de julho) fazer o plano de *Marketing* (Apêndice I) para os três meses seguintes, nos três meses anteriores também tinha sido uma estagiária a fazer o plano de *Marketing* então ela ajudou-me a estabelecer objetivos apesar que sempre tive livre e espontânea liberdade da parte da minha tutora. O objetivo que estabeleci foi ter mais dinâmica com o público a nível de publicações nas redes sociais dando dicas não só da vila de Benitses mas também da ilha de Corfu. Uma das minhas maiores preocupações foi também chegar a vários públicos e para isso em cada publicação produzida para qualquer rede era feito em inglês, grego, russo e italiano. Esta medida não foi só para chamar mais clientes, mas sim para dar a entender aos nossos clientes que nos preocupamos e queremos de facto que eles usufruam das férias da melhor maneira. Dado que era eu que produzia todo o conteúdo digital, era da minha responsabilidade produzir as legendas e mandar via Dropbox para as pessoas que falavam as respetivas línguas. O uso de *hashtags* (#) também foi uma prioridade que estabeleci, pois, a meu ver abre mais portas para dar visibilidade e procura.

2.2.1 Redes Sociais

A unidade curricular de *Atelier* de Relações Públicas foi fundamental para desenvolver as tarefas nas Redes Sociais. As Relações Públicas no meio digital consistem no desenvolvimento e implementação da estratégia da presença online de uma organização/marca. A estratégia nas Redes Sociais deve focar-se na construção de uma relação interativa com os diferentes públicos-alvo. Com esta tarefa percebi que já não se trata só de palavras, trata-se de construção. Construir e estabelecer, como profissional, interesse e confiança. Os conteúdos que eu produzia (Apêndice II) eram essencialmente para as seguintes plataformas: *Facebook* e *Instagram*. Como já referi tinha a total autonomia e criatividade nestes meios desde que cumprisse os objetivos que foram estabelecidos pela minha tutora, chefe da direção, e, se seguisse o plano de comunicação elaborado por mim e aprovado pela direção. Desde do início que me foi disponibilizado as respetivas contas e palavras passas das redes sociais. Tentei ao máximo seguir à regra o plano de *marketing* fazendo sempre 3 publicações por semana, reduzindo para 2 publicações por semana em setembro devido ao facto da *high season* ter acabado, o que não dava tanta visibilidade ao hotel.

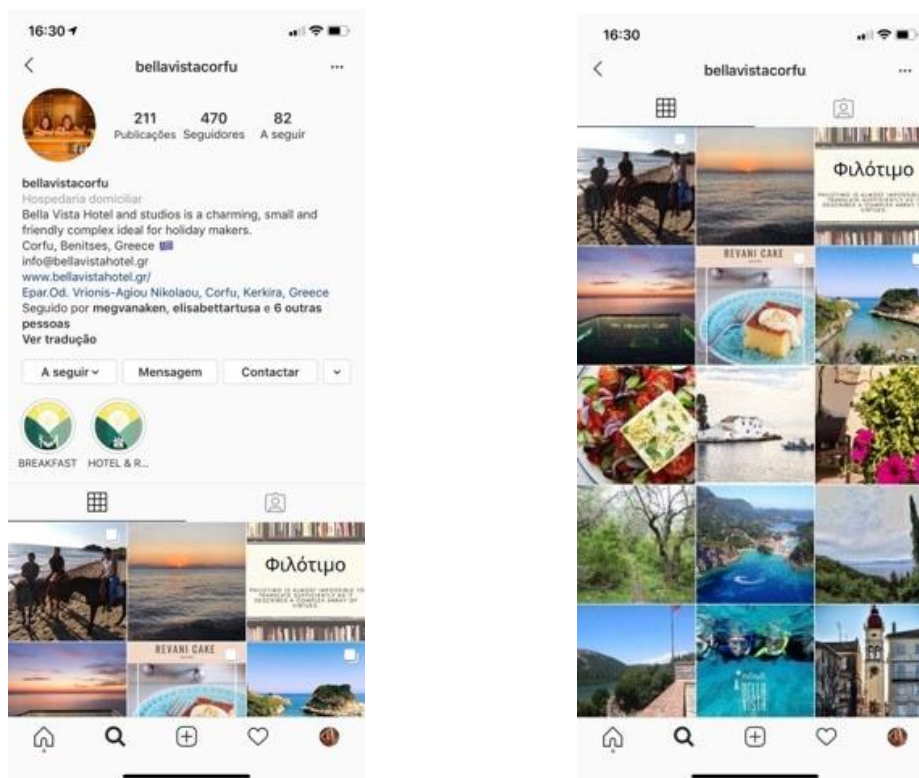


Figura 6-Página do Instagram do Hotel
Fonte-Própria

As publicações no *Facebook* (figura 7) tinham sempre mais visibilidade que o *Instagram* em consequência de o público-alvo ser mais velho, ficou a meu cargo também fazer a gestão do *Facebook*, ter que agendar publicações, responder a comentários e a mensagens.

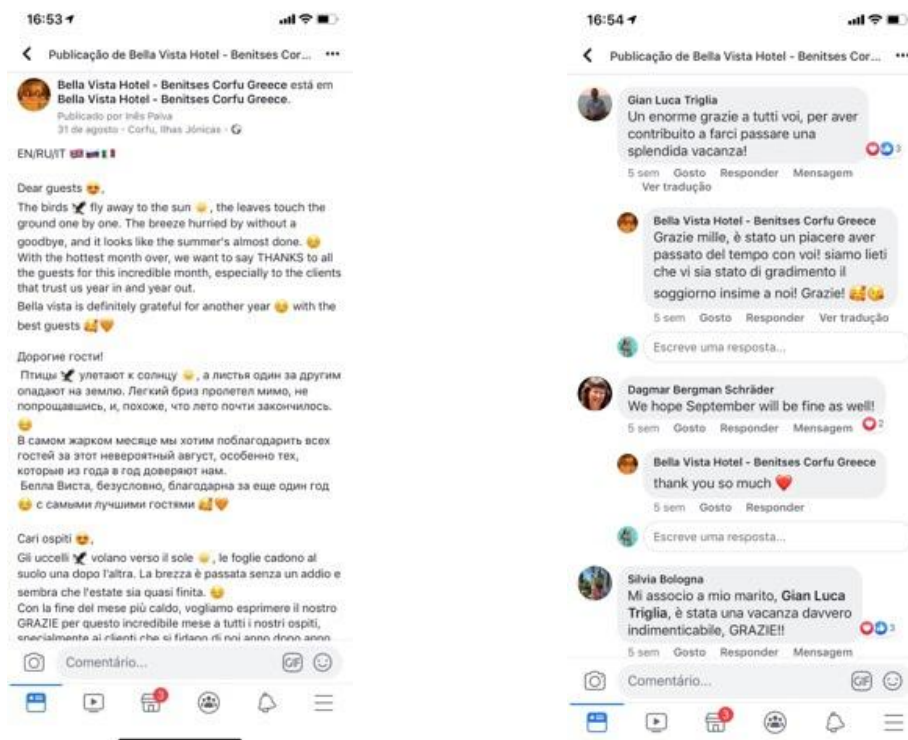


Figura 7- Publicação do Facebook
Fonte- Própria

Propus fazer um vídeo em setembro a demonstrar “Um Dia no Hotel *Bella Vista*” o que foi, a meu ver, concluído com sucesso apesar que os equipamentos audiovisuais que me disponibilizaram não tivessem a melhor qualidade, mas teve *Feedback* positivo da parte da direção (Apêndice III). O vídeo teve como objetivo mostrar a qualidade de férias que o hotel pode providenciar, começando por mostrar as instalações, a praia, a natureza, acabando com um típico jantar grego. Simples e rápido para captar a atenção do público e ao mesmo tempo incentivar a fazer reserva com o hotel.

2.2.2 *Feedback*

Era do meu cargo fazer a gestão do site *Tripadvisor* e do *Booking*. Todo o *Feedback* que era enviado por estas vias era eu que respondia sempre de maneira cordial e respeitosa. Como me foi instruído na unidade curricular de teoria da comunicação o *Feedback* é importante, porque torna as fontes e os recetores interdependentes; permite



que o orador avalie e a eficácia das suas mensagens; permite ao orador adaptar o seu empenho às necessidades de uma audiência e ajuda o recetor a sentir-se envolvido na comunicação. “A comunicação tem dois sentidos é, pois, aquela em que o emissor envia uma mensagem e recebe *Feedback*. A sua grande vantagem é que permite esclarecer dúvidas.” (Rego,2007, p. 97).

Por cada linha que o cliente escrevia eu teria que responder o mesmo número de linhas, dando sempre informações sobre o hotel não só para o hóspede que comentou, mas para dar informações a possíveis novos clientes. Se o cliente falasse do *staff* eu teria que referir e focar o facto de todo o nosso *staff* ser jovem e poliglota; se referisse recomendações sobre a vila eu teria que dar dicas extras e ainda salientar o facto da receção do hotel ser aberta 24 horas por dia onde qualquer cliente poderia usufruir e tirar informações tanto do hotel como da vila; se falasse sobre a comida local eu teria que recomendar os restaurantes localizados na área do hotel; se falasse da limpeza e estrutura do hotel eu reforçava a excelência das empregadas de limpeza; o *buffet* que era o ponto mais referido em ambos os sites, tanto referencias negativas como positivas, e, era da minha função reforçar que era um *buffet* tipicamente grego, caseiro e confeccionado todos os dias com pratos doces e salgados.

Qualquer tipo de resposta tem que ser pessoal e não se pode ficar só pelo “obrigada”, cada mensagem deve ser personalizada e diferente de todas as outras mostrando preocupação aos olhos dos hóspedes. Tenuidade e ser coerente são as palavras-chave para responder aos comentários dos hóspedes mostrando ser ativa, preocupada com cada comentário e recetiva a qualquer sugestão que o cliente possa dar. Quando era efetuada uma sugestão preenchia um papel em *word* para entregar à direção todas as semanas ou de 15 em 15 dias, dependendo sempre do número de sugestões que os clientes davam, não importando se era repetida ou não.

No caso de comentários negativos era da minha função diminuir o dano da reputação do hotel fazendo os possíveis para potencializar o bom relacionamento com o cliente. Agradecer sempre, pedir desculpas pela experiência, dar soluções para uma próxima visita, destacar as mudanças que tenham sido feitas ou que o hotel tem intenções de fazer.

Mostro alguns exemplos de respostas positivas e negativas no apêndice IV.



2.2.3 Posters

Os *Posters* foi algo que fiquei responsável de realizar ao longo do estágio. Ficaram definidos ao longo das atividades que iam sendo realizadas em Benitses e foram realizados também pela restante equipa de estagiários. Da minha responsabilidade efetuei 3 posters todas com objetivos orientados pela direção. Os *Posters* são um conteúdo visual e informativo, foquei-me nas imagens e não no texto porque na minha opinião é o que chama mais a atenção aos hóspedes e parecendo que não o público afeta muito o trabalho que fazemos, sendo um público mais velho tive que me focar na linguagem visual.

No apêndice V exibos os 3 *Posters* que fiz. O primeiro para o festival Agia Marina da vila de Benitses, o segundo que é a nova estrutura efetuada por mim para informar as horas do *check-in* e do *check-out*, o terceiro é um poster informativo para conhecer as empregadas de limpeza do hotel para mais uma vez mostrar ao público que o hotel é uma empresa familiar e que valoriza o seu *staff*.

2.2.4 Relatórios

Foi-me proposto pela minha tutora fazer 2 Relatórios de negócio sobre o público inglês e sobre o público russo. O propósito dos mesmos foi perceber o público que tinha escolhido o hotel para as suas férias. Os Relatórios de negócio formam assim uma estratégia de *Marketing*, um balanço informativo. “[...] um relatório é um qualquer artefacto de comunicação preparado com a intenção específica de transmitir informações “mastigadas” a quem quer que possa precisar delas, quando quer e onde quer que se façam necessárias. Em geral, trata-se de um documento contendo informações (quase sempre embasadas em dados) organizadas de uma forma narrativa, gráfica e/ou tabular [...]” (Sharda, Delen e Turban, 2019, p. 113).

A direção deu estes dois Relatórios a minha responsabilidade com o objetivo de formar um balanço do negócio do hotel. Ambos os Relatórios ajudam a identificar as estratégias que estão erradas e ao mesmo tempo as oportunidades. Nos Relatórios em questão observamos a taxa de produtividade, a taxa de satisfação do cliente e a taxa de crescimento ao longo dos anos.



2.3 Receção

A primeira impressão significa muito na indústria hoteleira especialmente porque hoje em dia menos é mais. “É na Receção que o hóspede é rececionado e forma a primeira opinião do hotel, e é na receção que o hóspede forma sua opinião, a ideia final de uma hospedagem na hora da saída, é ali no atendimento do rececionista que muitas vezes o hóspede define seu retorno ou seu desejo de nunca mais voltar ao hotel” (Viera, 2004, p. 73).

O serviço de boas vindas era fundamental para uma boa primeira impressão, ajudando sempre com malas, oferta de copo de água e uma toalha fresca. Desde esse momento conseguíamos observar que a reação dos hóspedes era positiva. Boa disposição e boa postura eram elementares. A primeira interação com o cliente é um fator determinante para futura fidelização, sendo uma função que requer responsabilidade.

A Receção do *Bella Vista* Hotel está disponível durante 24 horas para disponibilizar qualquer informação necessária. O atendimento ao público e o acompanhamento ao público é algo que define a qualidade de um hotel o que faz com que o rececionista tenha um papel essencial e necessário na *front desk*.

2.3.2 *Check-in*

O *Check-in* foi uma das tarefas que mais gostei de fazer pelo facto de ser possível fazer uma comunicação direta com o cliente. É uma tarefa que requer responsabilidade e organização sendo que a boa postura e a simpatia são fundamentais.

Para um *Check-in* ser efetuado com profissionalismo era do dever do rececionista:

- dar as boas vindas ao cliente, perguntar como foi a viagem e se é a primeira vez que se encontra na ilha;
- depois da entrega dos copos de água e as toalhas frescas pedir o passaporte para tirar uma pequena fotocópia (se forem clientes habituais não é necessário porque todos os dados já se encontram no programa);
- entregar a ficha do cliente para que confirme algumas informações que contêm e que preencha as que faltam (data de nascimento e email) e uma assinatura legível;



- confirmar os detalhes da estadia com cliente (nº de noites, tipologia de quarto, nº de pessoas), para os clientes que não tinham estadia completa (sem pequeno-almoço) sempre indicar;
- informar a taxa da cidade por noite;
- entregar o *key-pass*, informar o local e horário do pequeno-almoço, dar conhecimento do *wi-fi*, dicas sobre a vila e ainda salientar que a receção está disponível durante 24 horas;
- acompanhamento do cliente ao respetivo quarto;
- no quarto, informar todas as regalias que pode usufruir (mostrado sempre a varanda);

Após e antes de todo este processo no programa Opera (**Anexo III**) era efetuada toda a parte técnica do *check-in*.

2.3.2 Check-out

O *Check-out* deve ser uma tarefa com carácter de responsabilidade por parte do rececionista. Para além de todo o objetivo final desta tarefa o *Check-out* serve também para ter uma opinião do hóspede perguntando sempre se gostou da estadia.

O *Check-out* segue-se pela confirmação do pagamento, entrega da *key-pass*, entrega das recordações do hotel (uma toalha com o nome do hotel e o íman com o logótipo do hotel e da paisagem de Benitses). Sempre de forma cordial aceitar qualquer comentário do cliente, seja positivo ou negativo, e, apelar que deixem uma opinião da sua experiência nas plataformas digitais (*Tripadvisor* e *Booking*).

A hora do *Check-out* durava até as 12:00 horas, caso o cliente pedisse com antecedência e se realmente confirmasse que o quarto não iria receber novos hóspedes era dada uma certa tolerância. No final executava os procedimentos técnicos no programa Opera.



2.4 Ideias que não foram executadas/Sugestões

Após um mês de estar a estagiar no hotel elaborei uma revista semanal com notícias/informações (Apêndice VI) que pudessem interessar ao hóspede como o tempo, pequenos factos sobre a Grécia e pequenas histórias do hotel. Esta ideia foi aprovada pela direção, mas só vai ser executada no próximo verão visto que já estávamos a meio da *high season*.

A oferta de vinho local era o hábito no *Bella Vista Hotel*, especialmente aos hóspedes fidelizados por isso os rótulos eram feitos pelo *staff* do hotel. Com este efeito fiz a sugestão de um novo rótulo para a garrafa (Apêndice VII) na qual foi aceite e executada de imediato.

Visto que fiquei responsável pelos sites *Tripadvisor* e *Booking* as maiores sugestões era baseada com um cartão na porta para não incomodar porque muitas das vezes durante a manhã eram incomodados pelas empregadas de limpeza. Elaborei um cartão (Apêndice VIII) e entreguei na direção, até hoje ainda não obtive resposta se foi aceite ou não.



Reflexão final

Após uma análise de toda esta experiência não poderia deixar de salientar o quanto eu acho que a unidade curricular estágio é gratificante para o nosso crescimento profissional e pessoal. Na minha opinião, foi notório o quanto os ensinamentos das unidades curriculares do curso de Comunicação e Relações Públicas foram válidas e essenciais para o desenvolvimento de todas as tarefas.

Com este relatório pretendi demonstrar todas as tarefas desempenhadas por mim. Desenvolvi novos conteúdos digitais para diferentes públicos e idades. Presenciei em primeira mão a gestão de um hotel. Comuniquei de forma direta com os clientes de toda a parte do mundo. Aperfeiçoei as minhas técnicas fotográficas e desenvolvi novas técnicas de liderança e resoluções de problemas.

Não houve dificuldade na execução das tarefas apesar de realizar o meu estágio no setor da indústria hoteleira, de lidar todos os dias com culturas diferentes da minha e ter pouca experiência na área. A inteligência emocional foi algo crucial para poder lidar com tudo o que se estava a passar à minha volta tanto pessoalmente como na execução de tarefas. Sendo que o público-alvo são pessoas acima da minha faixa etária tive que tomar algumas providências na maneira de chegar até elas, e, quando iniciei os projetos tive que primeiro tirar um tempo de perceção para entender qual melhor estratégia utilizar. Mostrei-me ser sempre recetiva a novas tarefas e ideias em equipa procurando sempre mostrar profissionalismo e criatividade.

Por fim, saliento a experiência que vivi ao efetuar estágio fora de Portugal deu-me a oportunidade de realizar vivências com diversas diversidades. A globalização é real, e hoje em dia todas as portas estão abertas, a vida profissional deve ser feita de novos desafios procurando sempre querer saber mais e melhor. Considero este trajeto muito enriquecedor para o meu futuro enquanto carreira profissional. Posso então afirmar que concluí esta etapa com satisfação e sentido de dever cumprido e considero-me preparada para exercer as funções da minha área, Comunicação e Relações Públicas.



Bibliografia

- Bahia, J. (2008). *Introdução à Comunicação Empresarial*. Rio de Janeiro: Manuad X.
- Cesca, G. (2012). *Relações Públicas para Iniciantes Gimenes*. São Paulo: Summus Editorial.
- Curvello, J. (2012). *Comunicação Interna e Cultura Organizacional*. Brasília: Casa das Musas.
- Daychoum, M. (2007). *40 Ferramentas e Técnicas de Gerenciamento*. Brasport.
- Dornelles, S. (2011). *Relações Públicas: quem sabe faz e explica*. 2ª Ed. – Porto Alegre: Edipucrs.
- Fundação Getúlio Vargas. (1997) *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro: volume 37.
- Guirdham, M. (1995) *Interpersonal Skills at Work*. Pensilvânia: Prentice Hall.
- Iasbeck, L. (2002). *A Arte dos Slogans: as técnicas de construção das frases de efeito do texto publicitário*. Brasília: edição Annablume.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management- international edition*.
- Kuazaqui, E., & Covas, T., & Gamboa, M., (2005). *Gestão Estratégica para a Liderança em Empresas*. São Paulo.
- Melo, E. (2004). *Gestão de Marketing e Branding*. Rio de Janeiro: Alta Books.
- Morioka, Adams e Stone. (2008). *Color Design Workbook*. Beverly: Rockport Publishers.
- Sharda, R. & Delen, D. & Turban . (2019). *Business Intelligence e Análise de Dados para Gestão de Negócio*. São Paulo: Companhia Editora LTDA.
- Rezende, A. (1979). *Identidade Visual: Conceitos e Prática*. Revista Marketing: Nº.65.
- Rego, A. (2007). *Comunicação Pessoal e Organizacional. Teoria e Prática*. Porto: Edições Sílabo.
- Sales, F. (2001). *O que é Comunicação Visual?* Rio de Janeiro: DP&A Editora.



Vieira, E. (1996). *Rececionista de Hotel*. Brasil: Editora da ULBRA.

Wheeler, A. (2019). *Design de Identidade da Marca*. São Paulo: Bookman Editora- 5ª edição.

Bella vista hotel. (2019). <https://bellavistahotel.gr/> consultado a dia 26/08/2019.

Relações Públicas. (2019). <https://conceito.de/relacoes-publicas> consultado no dia 30/10/2019.

Priberam. (2019). <https://dicionario.priberam.org> consultado no dia 05/09/2019.

Unesco. (2019). <https://en.unesco.org/> consultado no dia 10/10/2019.

Infopédia. (2019). <https://www.infopedia.pt/dicionarios> consultado no dia 30/10/2019.

Opera. (2019). <https://www.opera.com> consultado no dia 13/09/2019.

Instagram. (2019). <https://www.instagram.com/bellavistacorfu/>

Facebook. (2019). <https://m.facebook.com/bellavistahotelcorfu/>

An aerial photograph of a stunning turquoise bay. The water is exceptionally clear, revealing the seabed and rocky formations. The bay is framed by lush green hillsides on the left and right. In the distance, a range of mountains is visible under a clear blue sky with a few wispy clouds. The word "ANEXOS" is prominently displayed in the center of the image, enclosed within a white rectangular border.

ANEXOS

Bella Vista Hotel
Inês Ferreira Paiva



Lista de anexos

Anexo I- Plano de trabalho.

Anexo II- Slogan no E-mail.

Anexo III- Check-in.



Anexo I- Plano de trabalho



1147

<p>IPG Politécnico da Guarda Polytechnic of Guarda</p>	<h2 style="margin: 0;">PLANO DE TRABALHO</h2> <p style="margin: 0;">Ensino Clínico Estágio</p> <p style="margin: 0;">Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mediados</p>	<p style="margin: 0;">MODELO GESP.004.00</p> <p style="margin: 0;">Ano Letivo ____/____</p>
<p>Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO.</p>		
<p>Escola: <input checked="" type="checkbox"/> ESECO <input type="checkbox"/> ESS <input type="checkbox"/> ESTG <input type="checkbox"/> ESTH</p> <p>Tipologia: <input checked="" type="checkbox"/> Curricular <input type="checkbox"/> Extracurricular <input type="checkbox"/> Outra: _____</p> <p style="text-align: center;">Ao abrigo do protocolo ou especificidade formativa? <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</p> <p>Designação: _____</p> <p>Ano letivo: <u>3º</u> Semestre _____ <input type="radio"/> 1º período <input type="radio"/> 2º período <input type="radio"/> 3º período</p>		
<p>1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES</p>		
<p>Estudante: <u>Inês Ferreira Paiva</u> N.º de estudante: <u>1505870</u></p> <p>Docente orientador(a): <u>Florebela Rodrigues</u></p> <p>Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Antónia Pauli</u></p>		
<p>2. PLANO DE TRABALHO</p>		
<p>- Front of House and Marketing (online social media, marketing, receptions, guest relations and communication executive).</p> <p>- Tasks include - Online social media marketing and updates; replies to guest reviews channels;</p> <p>- Guest relations and communication - dealing with international hotel guests; reception desk tasks: assisting with reservations through various reservations online channels.</p> <p>- Management and sales - project management; Market research and sales, see first hand how a hotel operates and managed, management reports into Tourism.</p>		
<p>3. ASSINATURAS</p>		
<p style="text-align: center;">O(A) Estudante</p> <p style="text-align: center;"><u>12161061201191</u></p> <p style="text-align: center;">D O U M M A A A A</p> <p style="text-align: center;"><u>Inês Ferreira Paiva</u></p> <p style="text-align: center;">(signature)</p>	<p style="text-align: center;">O(A) Docente Orientador(a)</p> <p style="text-align: center;"><u>1212110210191</u></p> <p style="text-align: center;">D O U M M A A A A</p> <p style="text-align: center;"><u>Florebela Rodrigues</u></p> <p style="text-align: center;">(signature)</p>	<p style="text-align: center;">O(A) Supervisor(a)/Tutor(a):</p> <p style="text-align: center;"><u>12161061201191</u></p> <p style="text-align: center;">D O U M M A A A A</p> <p style="text-align: center;"><u>Antónia Pauli</u></p> <p style="text-align: center;">(signature)</p>

YUNIA ANDRADA
MONTIJO ENGENHEIRO DE CARRERA
MONTIJO ADOPÇÃO DE CARRERA
N.º 40004 84310 - CARRERA ADOPÇÃO DE CARRERA
YUNIA A/R (2) - ENGENHEIRO DE CARRERA
MONTIJO ADOPÇÃO DE CARRERA
TK 8004 84310/ANDRADA MONTIJO - CARRERA
ADM 044357604 - DOY KEPKYPAZ
TEL. 28610 7997 FAX. 28610 7288



Anexo II- Slogan no email



SIGNED * Re: Traineeship from P...

mail.google.com/mail/u/0/?pli=1#search/info%40bellavistahotel.gr/FMfcgxwBWTfWtjWVmFjddcNMMbFVCnPB

Aplicações Gmail Google

Gmail info@bellavistahotel.gr

Escrever

Caixa de entrada 173

Com estrela

Adiados

Rascunhos 38

Categorias

Fazer uma chamada

Use também nossos aplicativos para dispositivos móveis Android e iOS.

12 de 18

ONLINE BOOKINGS <https://bellavistacorfu.reserve-online.net>

Bella Vista Hotel and Bella Studio-Apartments Benitses Beach, Corfu, Greece
Tel 0030 26610 72087 Fax 0030 26610 72088

www.bellavistahotel.gr info@bellavistahotel.gr [Skype bella.corfu](#)

[Vkontakte www.vkontakte.ru/club3930001](#)

" Low-cost properties with high value for money ❤️ "

Mostrar tudo

20:04 12/11/2019



Anexo II- Check-in



The screenshot displays the Oracle Hospitality Suite3 reservation system interface. A central window titled "New Individual - Myotogeopros Profile (ID: 9100)" is open, showing a form for creating a new profile. The form includes fields for Name (Last Name: JEN, First Name:), Position, Department, Language (English), Title, Address, and Room. A "Guest Card Info" section is also visible with fields for Type, Number, and Expiry Date. The background shows a reservation list with columns for Name, Room, and Rate. A "Guest Recognition" summary table is visible at the bottom right.

Item	Value
49624 MIENTEZEZ	04/09/2015
01	05/09/2015
207	40.00 EUR
Total Revenue	40.00 EUR

At the bottom of the screen, a status bar displays reservation details: "Exp arr: 1 Act arr: 10 Exp dep: 8 Act dep: 10 Day ems: 0 Walk ins: 0 Groups: 0 Curr acc: 51 Curr occ: 87/93 Ad ton: 0 Room move: 0".

An aerial photograph of a stunningly clear turquoise bay. The water transitions from a deep blue in the distance to a vibrant, shallow turquoise near the shore, revealing the seabed. A white rectangular box is superimposed over the center of the image, containing the word 'APÊNDICES' in a bold, white, sans-serif font. The background features a lush green forested peninsula on the left and distant mountains under a clear blue sky.

APÊNDICES



Lista de Apêndices

Apêndice I- Plano de Marketing.

Apêndice II- Conteúdo das Redes Sociais.

Apêndice III- Printscreen da Publicação do Vídeo.

Apêndice IV-Feedback.

Apêndice V-Posters.

Apêndice VI-Revista.

Apêndice VII-Rótulo de Vinho.

Apêndice VIII-Cartão de Porta.



Apêndice I- Plano de Marketing



Marketing plan 2019 - Excel

Base

Calibri 11

Partilhar

Comentários

Área de Transferê...

Tipo de Letra

Alinhamento

Número

Formatação Condicional

Formatar como Tabela

Estilos de Célula

Inserir Eliminar Formatar

Ordernar e Filtrar

Localizar e Selecionar

Edição

L21

JULY			Actions on Facebook and Instagram		
Week 1	1st, Monday	A short text about this new month	Pic	No pic	Pic
	3rd, Wednesday	Text recycle			
	5th, Friday	A short text about the old fortress			
Week 2	8th, Monday	New recipe !	Pic	No pic	Pic
	10th, Wednesday	Text staff			
	12th, Friday	A short text about Paxos			
Week 3	15th, Monday	A short text about Chalikounas	Pic	No pic	Pic
	17th, Wednesday	A text about San Marina Festival			
	19th, Friday	A short text about Olives			
Week 4	23 rd, Tuesday	A short text about aqualand	Pic	No pic	Pic
	25th, Thursday	Wine			
	27th, Saturday	Meteora's text			
Week 5	29th, Monday	airplanes landing spot (text in comments)	Pic	No pic	Pic
	1st, Thursday	A short text about this new month			

JUNE JULY AUGUST SEPTEMBER

Introduzir



Marketing plan 2019 - Excel

Base

Calibri 11

Partilhar

Comentários

Área de Transferê...

Tipo de Letra

Alinhamento

Número

Formatação Condicional

Formatar como Tabela

Estilos de Célula

Inserir Eliminar Formatar

Ordernar e Filtrar

Localizar e Selecionar

Edição

C30

AUGUST			Actions on Facebook and Instagram		
Week 1	5th, Monday	A text about news rooms	Pic	No pic	Pic
	7th, Wednesday	Ines's Text			
	9th, Friday	A short text about hiking Benitses			
Week 2	12th, Monday	New recipe !	Pic	No pic	Pic
	15th, Thursday	Few words about the church St-Spyridon			
	16th, Friday	A short text about the diving			
Week 3	19th, Monday	A day trip to Albania	Pic	No pic	Pic
	21st, Wednesday	A short text about the biking			
	23th, Friday	A short text about Moussaka			
Week 4	26th, Monday	Corfu Green Island by Ines	Pic	No pic	Pic
	28th, Wednesday	Benitses springs			
	30th, Friday	A short text to thanks our guest			

JUNE JULY AUGUST SEPTEMBER

Pronto

IMPORTANT

Satu leaves

Pic - Inez editing

pic

Oceane leaves



Marketing plan 2019 - Excel

Guardar Automaticamente

Ficheiro Base Inserir Esquema da Página Fórmulas Dados Reverter Ver Ajuda Procurar

Partilhar Comentários

Colar

Calibri 11 A⁺ A⁻

N I S

Moldar Texto

Geral

Formato Condicional

Formatar como Tabela

Estilos de Célula

Inserir Eliminar Formatar

Unir e Centrar

Número

Formatação

Ordenar e Filtrar

Localizar e Selecionar

Edição

Área de Transferê...

Tipo de Letra

Alinhamento

F4

X ✓ fx pic

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1											
2		SEPTEMBER									
3		Actions on Facebook and Instagram									
4		Week 1	1st, Sunday	New month		pic					
5	2nd, Monday		Post about Feta		pic						
6	6th, Friday		Sidari beach		pic						
7											
8		Week 2	9th, Monday	recipe		pic					
9	13th, Friday		7th heaven café		pic						
10											
11		Week 3	16th, Monday	word meaning							
12	21th, Friday		video		prepare						
13											
14		Week 4	23th, Monday	horse ridding and windsurf		pic					
15	28th, Friday		Staff goes away		montage						
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											

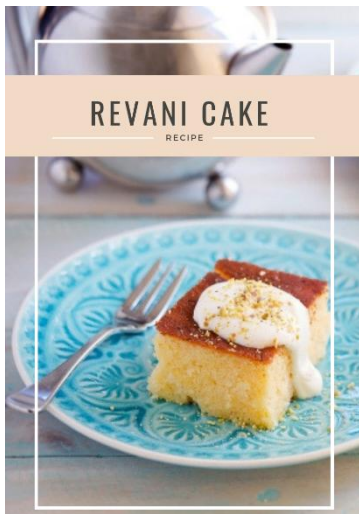
JUNE JULY AUGUST **SEPTEMBER**

Introduzir

100%



Apêndice II- **Conteúdo das Redes** **Sociais**



 **recipe**
REVANI CAKE

TOTAL TIME:
30 MIN TO PREPARE AN
45 MIN TO BAKE

INGREDIENTS:

- 5 EGGS;
- 150 G OF FINE SEMOLINA FLOUR;
- 150 G OF PLAIN FLOUR;
- 180 G OF SUGAR;
- ZEST OF 1 WHOLE ORANGE;
- ZEST OF 1 WHOLE LEMON ;
- 2 TEA SPOON OF VANILLA EXTRACT;
- 225 G OF UNSALTED BUTTER.



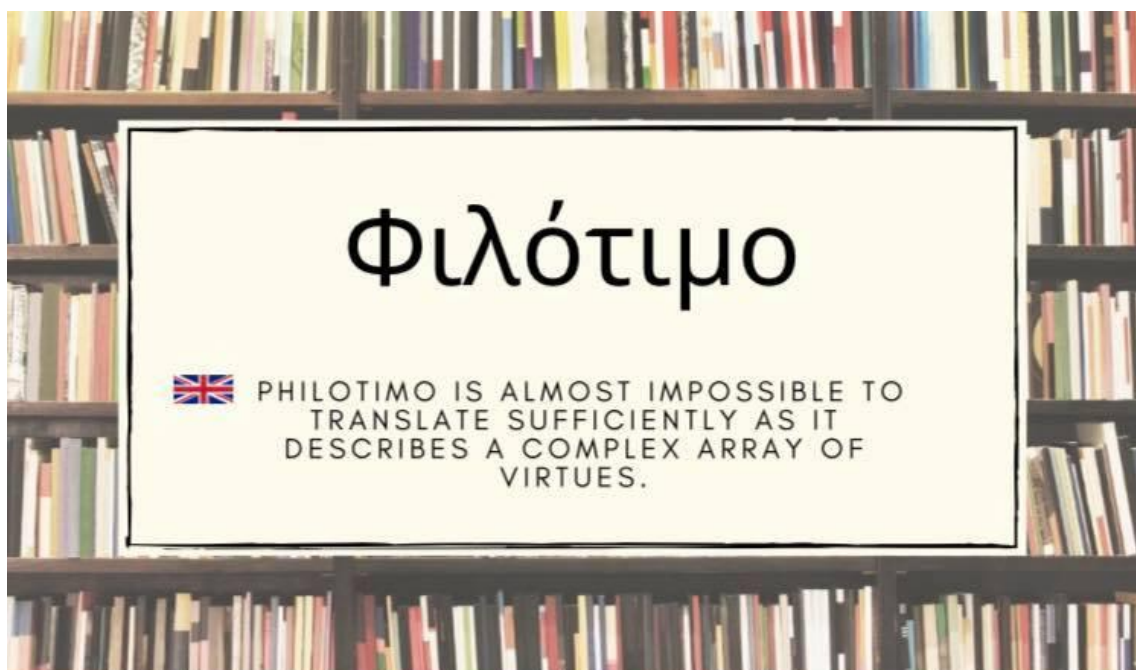
 **recipe**

INGREDIENTS

MIX FLOUR,FINE SEMOLINA FLOUR, VANILLA EXTRACT,BAKING POWDER, ORANGE AND LEMON ZEST. MIX UNTIL THEY BECOME ONE MIXTURE. ADD THE EGG YOLKS, BUTTER,AND SUGAR. BEAT THE INGREDIENTS WELL. ADD EGG WHITES AND BEAT THEM UNTIL THEY BECOME FROTHY. SLOWLY MIX EGG YOLKS, SEMOLINA FLOUR WITH EGGS WHITE MIXTURE. CONTINUE MIXING UNTIL ALL INGREDIENTS BECOME UNIFIED. TAKE A BAKING PAN (AROUND 22 CM DIAMETER) AND BUTTER IT WELL. EVENLY ADD THE MIXTURE. BAKE FOR AROUND 35-40 MINUTES.

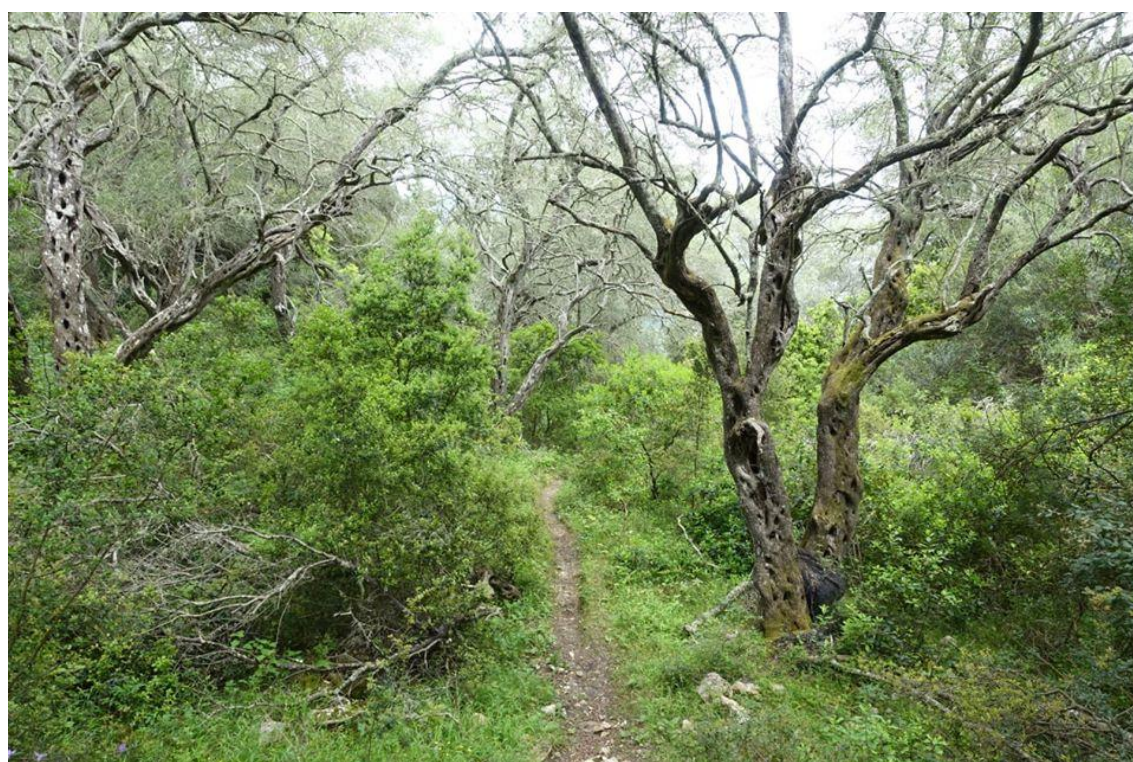




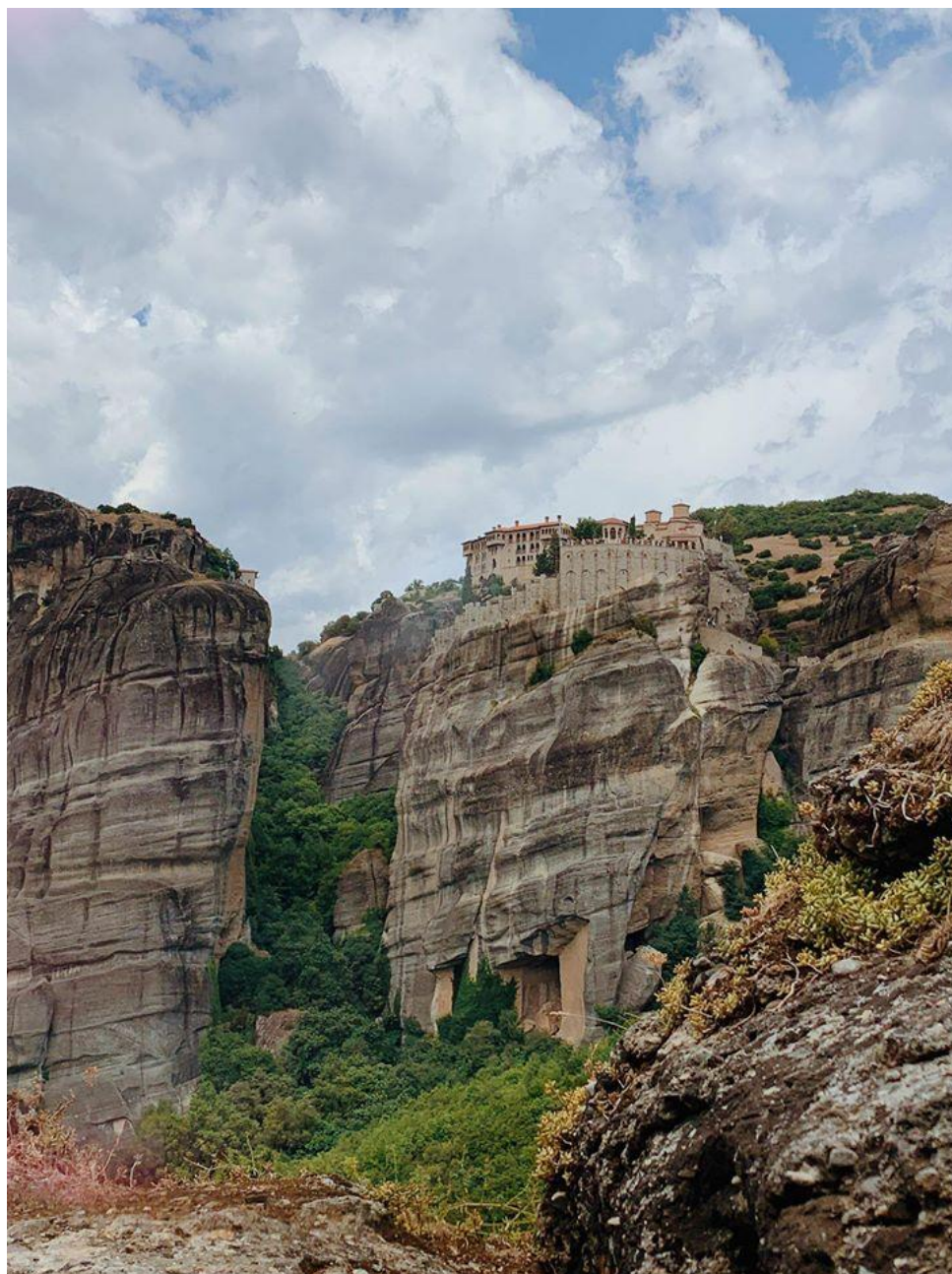


Bella Vista Hotel
Inês Ferreira Paiva















BRUSCHETTA

INGREDIENTS

- ½ cup tomatoes
- ½ cup green pepper
- ¼ cup feta cheese
- ¼ cup parsley
- ¼ Salt and pepper, to taste

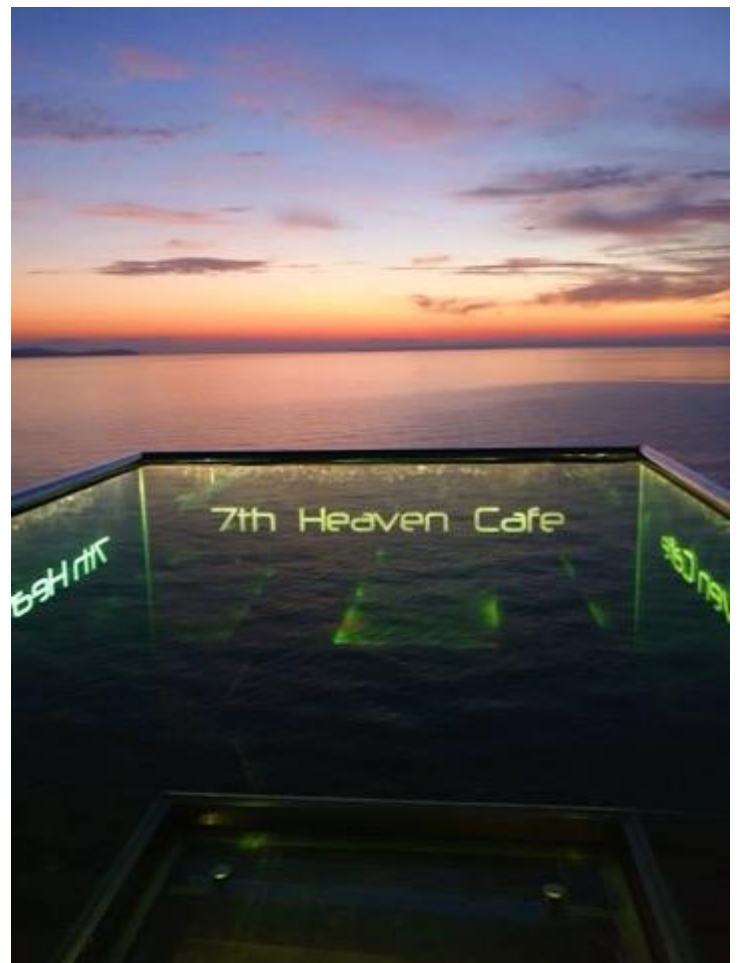
Mix these ingredients in a bowl

PREPARATION

Brush both sides of slices with olive oil and lay flat on a baking sheet. Broil for 1-2 minutes until golden brown and then flip the slices and broil again for 1-2 minutes. Rub one side of toast with garlic clove once cool enough to handle.

- 1 French baguette, cut into ½-1 inch slices
- Olive oil
- 1 garlic clove

Top toast with Greek bruschetta mix and serve immediately.





Apêndice III- Printscreen da Publicação do Vídeo



Bella Vista Hotel - Benitses Corfu Greece está em Bella Vista Hotel - Benitses Corfu Greece.

Publicado por Inês Paiva [?] · 21 de setembro · Corfu, Ilhas Jónicas, Grécia · 🌐

EN/RS/ IT 🇬🇧🇷🇺🇮🇹

Today we want to give you the experience of being in Bella Vista even when you're far from the hotel. 😎 We'll show you our lovely hotel and ignite fond memories in those who have already been. 😊

We hope that you like this virtual trip, enjoy it! Why wait to book your vacation with us? See you soon 😊... Ver mais

Ver tradução





Apêndice IV- Feedback



Staff	10	Cleanliness	10
Location	10	Facilities	10
Comfort	10	Value for money	10

Warm staff, great location.

- 😊 Great breakfast and wonderful staff! Easy walk to beach.
- 😞 A/C cuts off when you leave the room and is set at a certain (not cold) temperature. Although this is common, our room didn't really cool off until evening.

Dear Marcia, thank you for letting us to know that you enjoyed your stay! We are delighted you enjoyed spending time with our lovely staff because we do everything to make our visitors feel like they are at home. 😊 We offer different traditional homemade Greek food and we are happy to hear that you liked the selection of dishes! It is true that the location of Bella Vista is very close to the beach, which makes vacation here even more perfect. We are sorry to hear that temperature in your room wasn't satisfactory but if you'll visit here again feel free to speak with staff and ask for help if needed, as we will do everything, we can to solve a possible problem! 😊 We are happy and thankful for your stay 😊 Inês and Bella Vista Team.

Staff	10	Cleanliness	10
Location	10	Facilities	10
Comfort	10	Value for money	10

Warm staff, great location.

- 😊 Great breakfast and wonderful staff! Easy walk to beach.
- 😞 A/C cuts off when you leave the room and is set at a certain (not cold) temperature. Although this is common, our room didn't really cool off until evening.

Dear Marcia, thank you for letting us to know that you enjoyed your stay! We are delighted you enjoyed spending time with our lovely staff because we do everything to make our visitors feel like they are at home. 😊 We offer different traditional homemade Greek food and we are happy to hear that you liked the selection of dishes! It is true that the location of Bella Vista is very close to the beach, which makes vacation here even more perfect. We are sorry to hear that temperature in your room wasn't satisfactory but if you'll visit here again feel free to speak with staff and ask for help if needed, as we will do everything, we can to solve a possible problem! 😊 We are happy and thankful for your stay 😊 Inês and Bella Vista Team.

[Remove](#) [Edit](#) [Cancel](#)



Roberto, (gb)
Reservation Number [2548600785](#)

Jul 21, 2019 **10**

Staff	10	Cleanliness	10
Location	10	Facilities	10
Comfort	10	Value for money	10

Very good , will stay again.

😊 Very friendly staff

Dear guest, first of all thank you so much for your comment. We are glad that you like your stay at Bella Vista because we do everything to make our visitors feel like they are at home. 😊 We try to provide the best service as possible and we try to create a warm and friendly atmosphere with our guests. Our priority is to make your holiday more nice! 😊 We hope to see you again, enjoy your summer. Thank you 😊 Inês and Bella Vista Team.

[Remove](#) [Edit](#) [Cancel](#)



Reviewed by Carol S
Jul 21, 2019

8 nights holiday with family from N.Zealand



We had a fantastic stay our room and the hotel was spotless clean as much breakfast as you could eat it is a family business and they are so friendly and helpful and the staff are the same it's like your one big family my husband and I will stay again and recommend them to all . To all the people involved thank you so much in this review it asks if staff speak German and Dutch well I'm English so I have no idea just saying?



Response from Anthea-Corfu, Owner at Bella Vista Hotel & Studios
Response Published — Jul 24, 2019

Dear guest,
first of all thank you so much for your comment. Every morning, we serve homemade breakfast Greek food and we are happy to hear that you liked the selection of dishes! Each day, we are cleaned the room and we changed the towels every 2 days, according to the room, we propose basically things but very useful. We do everything to make our visitors feel like they are at home. 😊 We try to provide the best service as possible and we try to create a warm and friendly atmosphere with our guests. Our priority is to make your holiday very nice!
Have a nice summer :)
Inês and Bella Vista Team

[Delete Response](#)



Excellent location.



Very friendly staff. We really liked the cold towel given to us upon arrival at the property. The beds were on the hard side and the shower dribbled water instead of a shower with good pressure. The AC worked well and was needed since it was so hot outside. WiFi worked well most of the time.

Take Bus #6 from Corfu Town to Benitses and get off at the Avra Stop. Walk back the way the bus came and turn left at the sign.

Not much to do in Benitses but there are lots of restaurants and the sea is nearby.



Response from Anthea-Corfu, Owner at Bella Vista Hotel & Studios
Response Published — Jul 16, 2019

Dear guest, first of all thank you so much for your comment. We are delighted you enjoyed spending time with our lovely staff because we do everything to make our guests feel like they are at home. 😊 Each day, we are cleaned the room and we changed the towels every 2 days, according to the room, we propose basically things but very useful. 😊 Every bedroom are equipped with fridge, water boiler, safe and TV, everthing that our all visitors need to feel comfortable! The location of Bella Vista is very close to the beach, which makes vacation here even more perfect, and it's very close to the bus station! And of course we take your recommendations about the mattress and about the shower. We try to provide the best service as possible and we try to create a warm and friendly atmosphere with our guests. Our priority is to make your holiday very nice!
Thank you!

Inês and Bella Vista Team.

Delete Response



Reviewed by andr072
Sep 10, 2019

Good service



The place we like it was near restaurats and beaches. And also they give us quite room. Room service come every day. Room was clean. Breakfast was also good. They give us this map wit recomendatitions. They are very polaid. I think for this price it was wery good.



Response from Anthea-Corfu, Owner at Bella Vista Hotel & Studios
Response Published — Sep 12, 2019

Dear guest,
Thank you so much for your comment! Bella vista hotel is near to benitses centre so we have a lot of restaurant choice and also the beach in all the coast :) The rooms in Bella Vista are clean every mornig by our housekeepers :) Everthing to make our costumers at home! The breakfast is cooked everymornig and it is greek homemade to give the best to our guests :)
Our receptions is open 24 hours so you can have any information that you want any time! Thank you soo much for choice Bella Vista Hotel and I hope to see you again!
Inês and Bella Vista team

Delete Response



Apêndices V- Posters

A photograph of a festival scene at night. In the foreground, a religious icon of the Virgin Mary and Child Jesus is carried on a wooden frame, adorned with a large red bow and white flowers. In the background, several people in traditional folk costumes are dancing in a courtyard. The scene is illuminated by warm, ambient lighting.

BENITSES2019

Saint Marina Festival

16-17 of July

Tuesday 20.00 h Vespers,
21.00 h -Procession accompanied by Philharmonic Society

Wednesday 08.00 h. Liturgy at the Church
20.00 h. Traditional Feast with Live Music
& Traditional folklore Dances

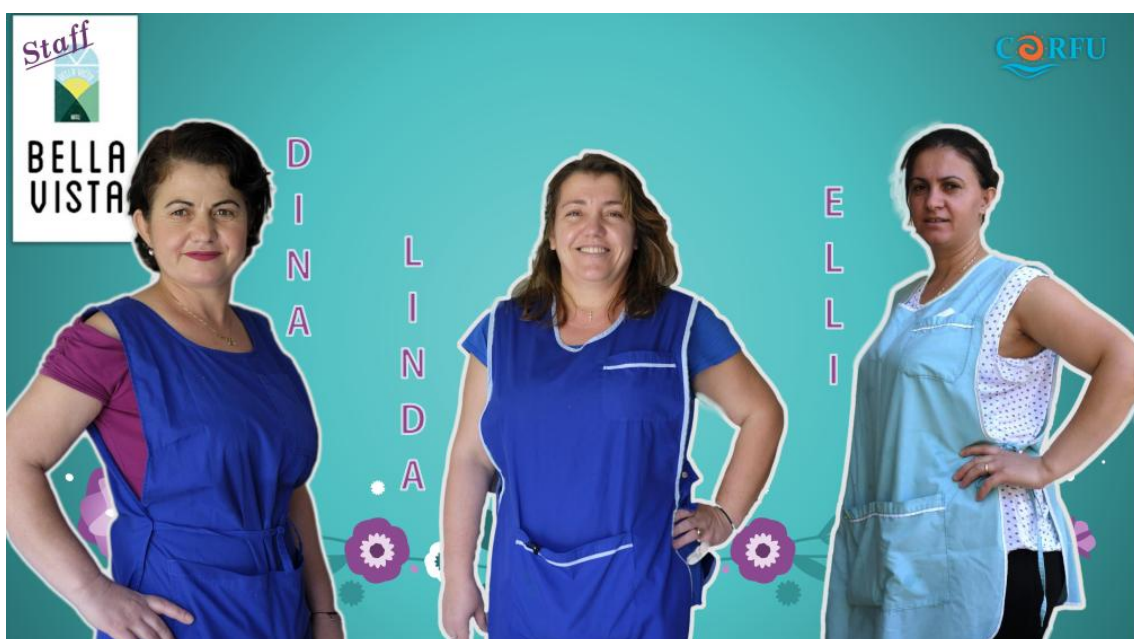
 Benitses Cultural Association
www.corfubenitses.com



CHECK OUT : 12:00



CHECK IN : 14:00





Apêndice VI-Revista



AUGUST 2019 VOLUME 1

The Weekly News

THE OFFICIAL WEEKLY NEWSLETTER OF BELLA VISTA HOTEL



We would like to warmly welcome you to Bella Vista Hotel located in Benitses village.

Don't forget to follow us


bellavistacorfu


Bella Vista Hotel- Benitses Corfu Greece

The brilliant sea is only steps away from Bella Vista Hotel and Studios, where guests can lounge on the secluded Benitses beach in the afternoon sunlight. The atmosphere here at Bella Vista Hotel is nothing short of peaceful and rejuvenating. Our international and bilingual staff take pride in welcoming all of our guests, in order to make them feel as if they have arrived at their hotel away from home!

THE WEEKLY NEWS

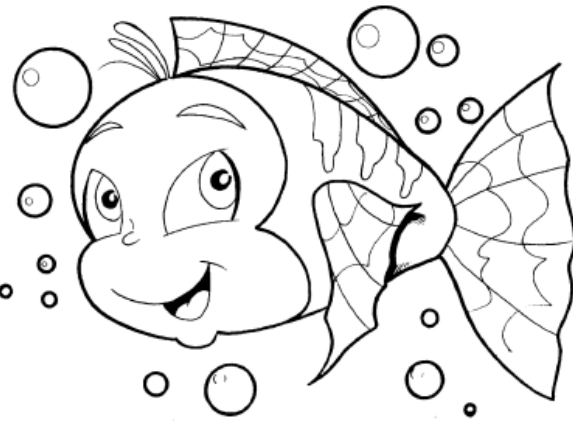
AUGUST 2019 VOLUME 1

What Happen this week on history?

August 9-16

- 9 th August of 1992** - Twenty-fifth Olympic Summer Games closes in Barcelona, Spain.
- 10 th August of 1960**- NASA launches Discoverer 13 satellite; it would become the first object ever recovered from orbit.
- 11 th August of 1978** - Funeral of Pope Paul VI.
- 12 th August of 1922**- The home of Frederick Douglass in Washington, D.C. is dedicated as a memorial.
- 13th August of 1948**- During the Berlin Airlift, the weather over Berlin becomes so stormy that American planes have their most difficult day landing supplies. They deem it 'Black Friday.'
- 14th August of 1947** -Pakistan becomes Independent from British rule
- 15th August of 1998**- Omagh bombing in Northern Ireland, the worst terrorist incident of The Troubles, kills 29 people and injures about 220
- 16th August of 1959**- Birthday of Madonna (60Years Old)

PAINTING TIME



August 2019 VOLUME 1

ORIGIN OF THE NAME BENITSES

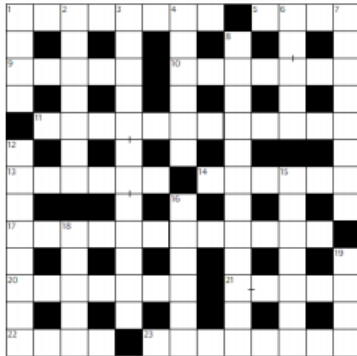
There are several theories about the origin of the name, and many resemble the folk tales told by older people. One of them says that the name belonged to a pirate who came to admire and loot the village, while others say that the pirate's boat was called Benitses! This theory is more like a legend that has little to do with reality, but it adds colour to our history. The true origin of the name Benitses is clearly shown in official government documents from the period of the Angevins and before the Venetian period, when even in the 13th century the area was referred to as Penitsai, a word derived from the Ancient Greek word "Penio" that means a place that has rivers and is generally rich in waters. Indeed Benitses is rich in water and used to have two small rivers which reached the sea where the harbour is now. Later the name Penitsai changed over the years into Penitsai and finally into the current Benitses.

WEATHER

Day	Conditions		Temp	Wind	Humidity	Precipitation	Sun	Sunset	Sunrise
	Temperature	Weather							
Mon 9 AUG	32/22 °C	Windy/breezy	32 °C	14 km/h	~ 65%	0%	5:30am	00:40	20:44
Tue 10 AUG	33/22 °C	Sunny	33 °C	10 km/h	~ 47%	2%	7:40pm	06:37	20:43
Wed 11 AUG	32/24 °C	Sunny	32 °C	10 km/h	~ 47%	2%	7:40pm	06:38	20:42
Thu 12 AUG	34/24 °C	Sunny	33 °C	12 km/h	~ 47%	2%	7:40pm	06:40	20:40
Fri 13 AUG	36/23 °C	Sunny	34 °C	9 km/h	~ 62%	2%	7:40pm	06:39	20:39
Sat 14 AUG	34/23 °C	Sunny	34 °C	11 km/h	~ 71%	0%	7:40pm	06:31	20:36
Sun 15 AUG	33/21 °C	Sunny	33 °C	11 km/h	~ 70%	0%	5:30am	06:32	20:36
Mon 16 AUG	32/21 °C	Sunny	32 °C	13 km/h	~ 69%	0%	5:30am	06:33	20:36
Tue 17 AUG	32/21 °C	Sunny	32 °C	20 km/h	~ 60%	2%	5:30am	06:34	20:34
Wed 18 AUG	32/21 °C	Sunny	30 °C	10 km/h	~ 50%	2%	5:30am	06:34	20:32



CRUS WORDS



Across

- 1 Girl's name – a sorry me! (anag) (8)
- 5 Sharp sound of disapproval (4)
- 9 Natural aptitude (5)
- 10 Fishing vessel (7)
- 11 Stamina – endurance (7,5)
- 13 Russian wolfhound (6)
- 14 Confederates (6)
- 17 Close shave (6,6)
- 20 The Gunners (7)
- 21 Drug used to treat Parkinson's disease (7-4)
- 22 River running through Newcastle (4)
- 23 Trinket – decoration (8)

Down

- 1 Prevalent (4)
- 2 First course (7)
- 3 Fairground ride (5-2-5)
- 4 Non-commissioned sailor in the Royal Navy (6)
- 6 Relative by marriage (2-3)
- 7 Something unexpected (8)
- 8 Dry red Italian wine (12)
- 12 Plentiful (8)
- 15 Collapse inwards (7)
- 16 Kitchen gadget – old policeman (6)
- 18 Sticky substance exuded by pine trees (5)
- 19 Breathe noisily after running (4)

5 FACTS ABOUT GREECE

1. GREECE IS OFTEN CONSIDERED TO BE THE WORLD'S FIRST DEMOCRACY

The Athenian Democracy was a system dating back to the fifth century B.C. It was a system of direct democracy, where citizens with voting-rights voted directly on legislation and executive bills. However, participation at this point was not open to all residents.

To vote, you had to be an adult and male citizen. So in other words, foreigners, women, and slaves had no votes.

2. AT TRADITIONAL GREEK WEDDINGS EVERYONE DANCE AND THROW PLATES

While this is more of a traditional thing, it still occurs, and it's not only something you see in the movies like "My Big Fat Greek Wedding".

3. ONE OF THE SUNNIEST COUNTRIES IN THE WORLD

Did you know that the whole country has more than 250 days of sun on average? That's more than 3000 sunny hours per year. Some islands even see around 300 days of sun per year!

4. 6. 40% OF THE TOTAL POPULATION OF GREECE IS RESIDING IN THE CAPITAL ATHENS

40% of the total population lives in Athens. Some of them also work on the islands during summer, but many of them live in Athens.

5. THERE ARE MORE THAN 2000 ISLANDS

That's a lot of islands, but only 170 of them are populated. The other islands are uninhabited.

TIPS FROM BELLA VISTA TEAM

Beaches

Bella Vista team advice you to take the green bus on Benitses to go to Paleokastritsa. The green bus goes directly to Paleokastritsa at 10:45 every day and came back to Benitses centre at 16:45. Bella Vista Team thinks that is one of the most beautiful beaches in Corfu and you can also take a boat in Paleokastritsa to see the desert beaches.

Activites

Rigth across the street you have the wonderful beach of Benitses and for bella vista tema's happiness you have also the water sports. Wr advice you to try and to enjoy some of the activites. We promise you that you are going to have a lot of fun!

Leisure

As the holidays are to rest the bella vista team would like to invite you to watch the sunset with the planes above your head. In Pontikonissi this is possible! You can take the bus number 6 and stop in Aegli Hotel to have this perfect end of the day :)

TO HAVE MORE INFORMATION YOU CAN ASK TO YOUR LOVEY 24H RECEPTION



Apêndice VII- Rótulo de Vinho

A large graphic featuring the Bella Vista Hotel logo at the top center, set against a background of ocean waves. Below the logo, the words "BELLA VISTA" are written in large, bold, black capital letters. At the bottom, the word "Wine" is written in a white, cursive font, followed by the website "WWW.BELLAVISTAHOTEL.GR" and the phone number "TEL.(0030) 2661072087" in white capital letters.

**BELLA
VISTA**

Wine

WWW.BELLAVISTAHOTEL.GR
TEL.(0030) 2661072087



Red Wine



White wine

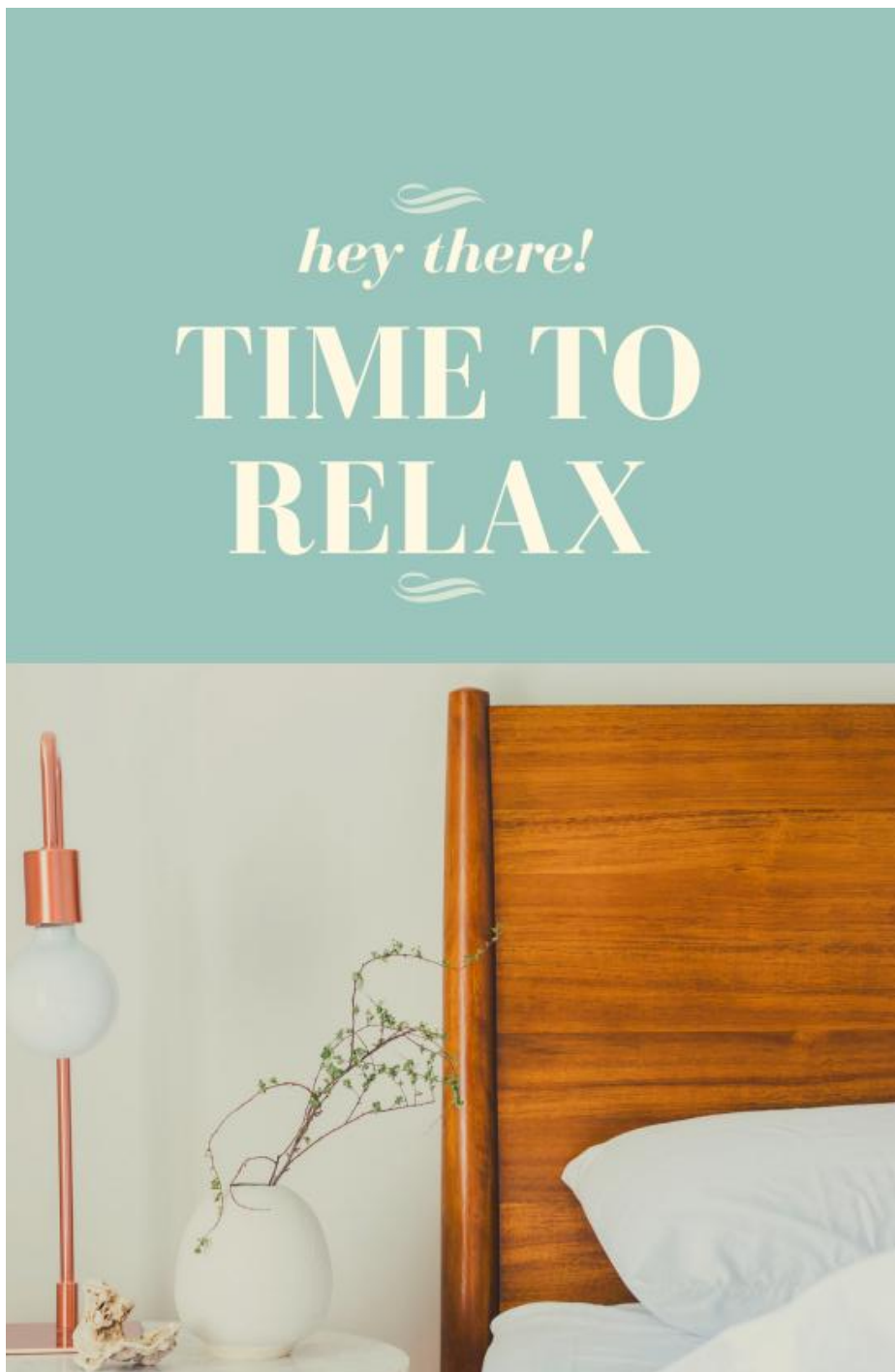




Apêndice VIII-

Cartão de Porta

(FRENTE)



(TRÁS)

