



IPG Politécnico
|da|Guarda
Polytechnic
of Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

Ana Rafaela Almeida Caiado

dezembro | 2019





Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto

Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

ANA RAFAELA ALMEIDA CAIADO

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO

EM COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES PÚBLICAS

dezembro/2019

Ficha de Identificação

Discente: Ana Rafaela Almeida Caiado

Número: 5009022

Curso: Licenciatura em Comunicação e Relações Públicas

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

Orientador de Estágio: Professor Doutor Carlos Francisco Canelas

Instituição de Acolhimento: Hotel Palácio dos Melos

Endereço: Rua Chão Mestre 4, 3500-103 Viseu – Portugal

Telefone: 232 439 290

Site: www.montebelohotels.com/hotelpalaciosmelos

Supervisora de Estágio: Patrícia Loureiro – Diretora

Grau Académico: 12º ano de Escolaridade

Período de Estágio: 1 de julho a 30 de setembro de 2019

Para o meu bisavô.

“Há momentos na tua vida, em que achas que o melhor é desistir, baixar os braços e parar de insistir em algo que não vais conseguir superar. É o pensamento mais aliciante, sem dúvida. Mas acredita em ti, na tua força, no amor das pessoas que estão ao teu lado. E confia de que vais ser capaz de esmagar esse obstáculo, porque não é impossível.”

Ana Salgueiro¹

¹ Retirado do site: <https://www.instagram.com/ps.ama.te/>, a 12 de setembro de 2019.

Agradecimentos

Tudo na vida tem um fim, assim como esta grande etapa da minha vida, que termina com este relatório.

Em primeiro lugar, quero agradecer à instituição que me acolheu naquela cidade que veio a ser a minha segunda casa, o Instituto Politécnico da Guarda, e mais propriamente à Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto, assim como a todo o seu corpo docente, visto que conseguiram, cada um à sua maneira, transmitir-me valores e conhecimentos que guardarei para sempre e que me fizeram ter outra visão da vida, tanto a nível pessoal, como académico e profissional.

Um especial agradecimento ao meu orientador, o Professor Carlos Canelas, pelos conselhos e disponibilidade para ajudar, assim como todos os conhecimentos transmitidos, quer durante o percurso de aulas, como de estágio.

À minha supervisora, Patrícia Loureiro, e a todos os meus colegas do serviço, Andreia Saraiva, António Rebelo, Anabela Matos, Gabriel Lopes, Daniela Marques e António Coelho, por terem sido a minha companhia nestes últimos três meses, por me acolherem extremamente bem, por me darem apoio e ensinarem a ser não só uma boa profissional, mas a ter gosto no que faço.

Um obrigada aos meus avós e demais família que também me ajudaram e apoiaram em tudo o que foi preciso.

Ao meu namorado, João Coimbra, que é sem dúvida o meu pilar nesta caminhada que estamos a realizar juntos. Obrigada pela paciência de santo, pelo carinho, conselhos e por me apoiares sempre no que quer que seja, por estares sempre presente quando preciso. O meu melhor amigo e a pessoa que dou imensas graças por ter aparecido na minha vida.

À minha companheira de guerra, Ana Rodrigues, que esteve comigo em todos os momentos, desde a praxe à bênção das fitas. E obrigada também a quem não está citado expressamente, sem nunca esquecer o quando me ajudaram e a importância de cada um ao longo deste percurso, pois boa ou má, ajudou-me a crescer e a ver a vida de uma maneira mais *clean*.

Aos meus pais, Tina Melo e Pedro Caiado, e ao meu irmão, Pepê, o meu maior obrigada. Obrigada mãe por nunca me deixares passar dificuldades, mesmo quando isso implicava que as passasses tu. Obrigada pai por simplesmente seres o melhor do mundo. E obrigada mano,

por seres a pessoa mais chata que conheço, mas que com certeza não consigo viver sem, a verdadeira relação de amor-ódio é a nossa e não a trocava por nada.

A todos, o meu mais sincero obrigada!

Resumo

Este relatório foi realizado no âmbito da unidade curricular Estágio para a conclusão do curso de licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, no Instituto Politécnico da Guarda.

O mesmo tem como objetivo apresentar e descrever as atividades realizadas na área da Comunicação, no Hotel Palácio dos Melos, do Grupo Visabeira, em Viseu, local que elegi para realizar este último desafio académico, com uma duração de três meses.

A sua estrutura é composta por dois capítulos, sendo que o primeiro apresenta a empresa e toda a parte de contextualização, e o segundo descreve as atividades realizadas durante estes últimos três meses, sendo elas receção, reservas, gestão de *e-mails*, acompanhamento, acolhimento e processos de clientes, fotografia e ainda um *flyer* de meteorologia.

Este estágio baseou-se na área da Comunicação e teve como objetivo integrar e aplicar todo o conhecimento teórico adquirido ao longo do curso, a nível prático no Hotel Palácio dos Melos.

Palavras-Chave: Hotel Palácio dos Melos; Estágio; Visabeira; Comunicação; *Front Office*;

Abstract

This report is part of the curricular unit Internship, to complete the Communication and Public Relations degree.

It aims to present and describe the activities that must be done, in the communication area, at the Hotel Palácio dos Melos, of the Visabeira Group, situated in Viseu. I chose to do this last academic stage there, with a total duration of 528 hours.

Its structure is made up of two chapters, the first presenting the company and the whole contextualization part, and the second describing the activities performed during the last three months, like reception, reservations, email management, follow-up, host and customer processes, photography and even a weather flyer.

This internship was based on the Communication area and aimed to integrate and apply all the theoretical knowledge acquired throughout the course, at a practical level in the Hotel Palácio dos Melos.

Key Words: Palácio dos Melos Hotel; Internship; Visabeira; Communication; Front Office

Índice Geral

| | |
|---|----------|
| Ficha de Identificação | I |
| Agradecimentos | III |
| Resumo..... | V |
| Abstract | VI |
| Índice de Figuras..... | IX |
| Índice de Tabelas | IX |
| Lista de Acrónimos e Siglas..... | X |
| Glossário..... | XI |
| Introdução..... | 1 |
| CAPÍTULO I – Hotel Palácio dos Melos..... | 2 |
| 1. Contextualização..... | 3 |
| 2. Grupo Visabeira..... | 6 |
| 2.1. Visabeira Global | 6 |
| 2.2. Visabeira Indústria..... | 8 |
| 2.3. Visabeira Turismo/Imobiliário/Serviços..... | 9 |
| 2.4. Missão, Visão e Valores do Grupo Visabeira | 10 |
| 2.4.1. Missão | 10 |
| 2.4.2. Visão | 11 |
| 2.4.3. Valores | 12 |
| 3. Estrutura Organizacional..... | 12 |
| 4. Apresentação do Hotel Palácio dos Melos..... | 13 |
| 4.1. História do Hotel..... | 14 |
| 4.2. Serviços e Infraestruturas..... | 15 |
| 4.3. Análise de Clientes | 16 |
| 5. Identidade Visual | 16 |
| 5.1. Nome..... | 17 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 5.1.1. | Nome do Grupo Visabeira | 17 |
| 5.1.2. | Nome do Grupo Montebelo <i>Hotels</i> | 17 |
| 5.1.3. | Nome do Palácio Dos Melos | 18 |
| 5.2. | Logótipo | 18 |
| 5.2.1. | Logótipo da cadeia de Hotéis Montebelo | 19 |
| 5.2.2. | Logótipo do Hotel Palácio dos Melos..... | 19 |
| 5.2. | <i>Slogan</i> do Grupo Visabeira | 20 |
| 5.2.1. | <i>Slogan</i> do Hotel Palácio dos Melos | 20 |
| 6. | Comunicação | 20 |
| 6.1. | Comunicação Interna | 21 |
| 6.1.1. | Host10i | 21 |
| 6.1.2. | VingCard | 22 |
| 6.1.3. | E-mail..... | 22 |
| 6.1.4. | Chamadas Telefónicas Internas | 22 |
| 6.1.5. | Reuniões Internas | 23 |
| 6.2. | Comunicação Externa | 23 |
| 7. | Análise <i>SWOT</i> | 23 |
| CAPÍTULO II – Estágio Curricular | | 26 |
| 1. | Plano de Estágio | 27 |
| 2. | Receção e Acolhimento..... | 27 |
| 3. | Atividades Desenvolvidas | 28 |
| 3.1. | Receção | 28 |
| 3.2. | Reservas | 29 |
| 3.3. | Acompanhamento e Acolhimento do Cliente | 30 |
| 3.4. | Gestão de <i>E-mails</i> e Processos de Clientes | 30 |
| 3.5. | Fotografia | 30 |
| 3.6. | Outras | 31 |

| | |
|---|-----------|
| Reflexão Final | 33 |
| Referências Bibliográficas | 35 |
| Anexos | |
| Apêndices | |

Índice de Figuras

| | |
|--|-----------|
| Figura 1 - Infografia do Distrito de Viseu..... | 3 |
| Figura 2 - Brasão da cidade de Viseu | 4 |
| Figura 3 - Estátua de Viriato em Viseu..... | 4 |
| Figura 4 - Estátua de Dom Afonso Henriques em Viseu | 5 |
| Figura 5 - Grão Vasco..... | 5 |
| Figura 6 - Porta dos Cavaleiros | 6 |
| Figura 7 - Porta do Soar | 6 |
| Figura 8 - Organograma do Grupo Visabeira..... | 12 |
| Figura 9 - Estrutura Organizacional de acordo com o RGPD..... | 13 |
| Figura 10 - Localização do HPM..... | 13 |
| Figura 11 - Receção do HPM | 14 |
| Figura 12 - Logótipo Grupo Visabeira..... | 18 |
| Figura 13 - Logótipo da cadeia Montebelo | 19 |
| Figura 14 - Logótipo do HPM..... | 19 |
| Figura 15 - HPM..... | 31 |

Índice de Tabelas

| | |
|--|-----------|
| Tabela 1 - Análise SWOT padrão..... | 24 |
| Tabela 2 - Análise SWOT HPM..... | 24 |

Lista de Acrónimos e Siglas

CRP – Comunicação e Relações Públicas

CPR – *Communication and Public Relations*

DECO – Associação Portuguesa para a Defesa do Consumidor

HD – *High Definition*

HPM – Hotel Palácio dos Melos

IPG – Instituto Politécnico da Guarda

RGPD – Regulamento Geral de Proteção de Dados

PDT – Projetos De Telecomunicação

SWOT – *Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*

Glossário

Back office – departamento da empresa cujos serviços não são diretos com o cliente; parte operacional na área administrativa²

Clean – justo, honesto, correto³

E-mail – correio eletrónico⁴

Flyer – folheto⁵

Front office – departamento da empresa que entra em contacto com o cliente diretamente; receção⁶

Night – que assegura o serviço noturno⁷

Opportunities – oportunidades⁸

Penthouse – apartamento no último andar⁹

Souvenirs – lembranças¹⁰

Spa – estância termal¹¹

² *back office* (consultado a 2019-11-21), em <https://www.significados.com.br/backoffice/>

³ *clean* in Dicionário infopédia de Inglês - Português. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consultado a 2019-11-21]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/clean>

⁴ *email* in Dicionário infopédia de Inglês - Português. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consultado a 2019-11-21]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/email>

⁵ *flyer* in Dicionário infopédia de Inglês - Português. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consultado a 2019-11-21]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/flyer>

⁶ *front office* in Educalingo [consultado a 2019-11-21], em <https://educalingo.com/pt/dic-en/front-office>

⁷ *night* in Dicionário infopédia de Inglês - Português. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consultado a 2019-11-21]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/night>

⁸ *opportunity* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 20:32:54]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/opportunity>

⁹ *penthouse* in Dicionário infopédia de Inglês - Português. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consultado a 2019-11-21]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/penthouse>

¹⁰ *souvenirs* in Dicionário infopédia de Inglês - Português. Porto: Porto Editora, 2003-2018. [consultado a 2019-11-21]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/souvenirs>

¹¹ *spa* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 19:57:08]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/spa>

Staff – pessoal¹²

Standard – padrão¹³

Strenghts – forças¹⁴

Sub-holdings – sub empresa¹⁵

Threats – ameaças¹⁶

Triple Play – serviço de operadores de telecomunicações três em um, televisão, internet e voz fixa¹⁷

Weaknesses – fraquezas¹⁸

¹² *staff* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-26 11:04:16]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/staff>

¹³ *standard* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 20:08:07]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/standard>

¹⁴ *strength* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 20:30:11]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/strength>

¹⁵ *holding* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 20:19:02]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/holding>

¹⁶ *threat* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 20:36:49]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/threat>

¹⁷ *triple play* [consultado a 2019-11-21], em <https://www.dn.pt/arquivo/2007/ofertas-de-triple-play-mais-vantajosas-do-que-compra-dos-servicos-em-separado-660739.html>

¹⁸ *weakness* in Dicionário infopédia de Inglês - Português [em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2019. [consultado a 2019-11-21 20:23:08]. Disponível na Internet: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/ingles-portugues/weakness>

Introdução

No âmbito da unidade curricular Estágio e para terminar o curso de licenciatura em Comunicação e Relações Públicas no IPG, é-nos proposta a realização de um estágio curricular.

Na minha opinião, o estágio curricular é um salto entre o ensino superior e o meio profissional, sendo fundamental para a integração no mundo do trabalho. É onde o aluno, que passa a estagiário, adquire competências para obter capacidades que são exigidas pelos empregadores. Assim, o estágio desenvolve, em contexto profissional, competências técnicas ligadas à comunicação, às relações públicas, tendo por base a avaliação do grupo onde estamos a desenvolver o nosso trabalho.

O meu estágio curricular teve lugar em Viseu, no Hotel Palácio dos Melos, hotel este que pertence ao Grupo Visabeira, com uma duração total de três meses. A principal razão pelo qual escolhi esta organização foi por ser em Viseu, para ficar perto de casa, uma vez que não me era possível suportar despesas num sítio diferente.

Este relatório apresenta o trabalho que realizei ao longo destes três meses, começando por definir tarefas (anexo I) até à conclusão, com sucesso, das mesmas.

Quanto à sua estrutura, o presente documento está dividido em dois capítulos: o primeiro capítulo que contextualiza a entidade acolhedora; e o segundo capítulo que contém todo o meu trabalho realizado na mesma.

Utilizei a técnica de pesquisa e recolha de informação a nível bibliográfico, presencial e em pesquisas na *Internet*.

Para finalizar, descrevo a minha reflexão final, onde descrevo a minha aprendizagem obtida e as dificuldades sentidas e superadas.



CAPÍTULO I – Hotel Palácio dos Melos



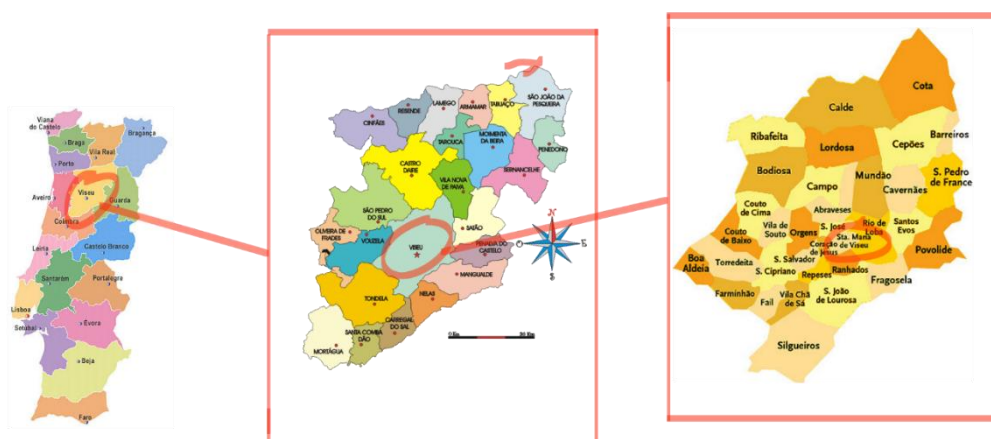
O presente capítulo trata de descrever todo o contexto que envolve o Grupo Visabeira, dando a conhecer toda a sua envolvente, sendo uma delas a unidade hoteleira em que estagiei.

Irei em primeiro lugar realizar um enquadramento sobre o distrito de Viseu. Para além disso, abordarei também vários tópicos que me foram fornecidos em contexto de aula ao longo do curso, tais como a missão, visão, valores, estrutura organizacional, história, públicos, identidade visual, comunicação interna e externa, e uma análise *SWOT* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) da empresa.

O Hotel Palácio dos Melos, doravante designado por HPM, localizado em Viseu, pertence então ao Grupo Visabeira, e foi o local eleito para realizar o Estágio Curricular, com vista a terminar o curso de licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, no Instituto Politécnico da Guarda.

1. Contextualização

O distrito de Viseu (figura 1) é constituído por 24 municípios, nomeadamente Cinfães, Resende, Lamego, Armamar, Tabuaço, São João da Pesqueira, Tarouca, Moimenta da Beira, Penedono, Sernancelhe, Castro Daire, Vila Nova de Paiva, São Pedro do Sul, Oliveira de Frades, Sátão, Penalva do Castelo, Mangualde, Nelas, Vouzela, Tondela, Carregal do Sal, Santa Comba Dão, Mortágua e Viseu, somando assim 392 mil habitantes. A cidade de Viseu possui uma população aproximada de 100 mil habitantes.



Fonte:

<https://www.viajecomigo.com/2018/08/28/mapa-de-portugal/>
<http://antoniopovinho.blogspot.com/2005/10/distrito-de-viseu-e-concelho-de.html>
<https://www.flickr.com/photos/9480263@N02/2527718448>

Figura 1 - Infografia do Distrito de Viseu

Fonte: Própria

Instalada na Beira Alta, região das Beiras e sub-região do Dão-Lafões, Viseu é uma das maiores cidades do Centro de Portugal.

O seu brasão (figura 2) é de cor prata e é constituído por um castelo vermelho com janelas e portas em ouro, a torre do lado esquerdo com um homem a tocar buzina de ouro e a torre do lado direito que contém uma árvore verde com frutos de ouro. Tem também uma coroa prata formada por cinco torres e um listel branco com a frase "Cidade de Viseu".

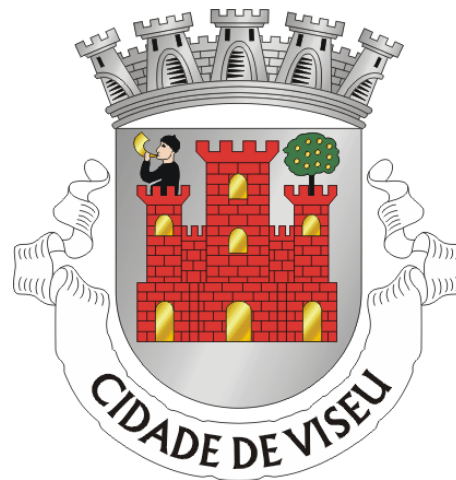


Figura 2 - Brasão da cidade de Viseu
Fonte: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Viseu>

Viseu é conhecida pelas suas rotundas, 197 para ser mais precisa, pela vitela de Lafões e pelo bolo regional denominado de Viriato.

Esta é uma cidade histórica, visto que Viriato, o guerreiro que liderou os lusitanos contra os romanos, fez com que Viseu obtivesse uma elevada importância durante este tempo da romanização (figura 3).



Figura 3 - Estátua de Viriato em Viseu
Fonte: <https://www.mundoportugues.pt/dia-de-viriato-comemorado-em-viseu-com-17-horas-de-programacao/>

Dom Afonso Henriques estabeleceu também ligação entre a sua nacionalidade e esta cidade, estando assim ligada à História de Portugal (figura 4). É uma cidade de enorme relevância estratégica e comercial desde sempre, sendo esta afirmação alicerçada com vestígios arqueológicos presentes nas ruas de Viseu.



Figura 4 - Estátua de Dom Afonso Henriques em Viseu
Fonte: <http://viseupt.blogspot.com/2013/11/viseu.html>

Viseu tem também ligação com a arte, sendo que foi esta cidade berço de Vasco Fernandes, um famoso pintor do século XVI. Está presente no Museu Grão Vasco uma vasta gama de obras do pintor, relacionadas com o Renascimento português (figura 5).



Figura 5 - Grão Vasco
Fonte: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/museu-de-gr%C3%A3o-vasco>

Esta cidade tem ainda duas das sete portas iniciais de uma muralha defensiva que Dom João I mandou construir para proteger a cidade devido a ataques das tropas de Castela, sendo elas a Porta dos Cavaleiros (figura 6) e a Porta do Soar (figura 7).



Figura 6 - Porta dos Cavaleiros

Fonte: <https://escapadinhas.org/viseu/porta-do-soar-e-dos-cavaleiros/>



Figura 7 - Porta do Soar

Fonte: Própria

Segundo a DECO (2012), em 2007 Viseu foi ainda denominada como 17^a cidade europeia e primeira capital de distrito com melhor qualidade de vida, voltando a acontecer em 2012. Segundo o Município de Viseu, em 2018, e em conjunto com o Festival Europeade, intitulou-se como a Cidade Europeia do Folclore e este ano 2019 designou-se de Capital da Gastronomia.

2. Grupo Visabeira

O Grupo Visabeira é uma propriedade multinacional que existe há 39 anos. Com génese e sede em Viseu, encontra-se em 16 países e comercializa para mais de 90 nações, dividindo-se em alguns subgrupos, tais como a Visabeira Global, a Visabeira Indústria e a Visabeira Turismo/Imobiliária/Serviços.

2.1. Visabeira Global

Na Visabeira Global existem várias áreas de negócio, isto é, as Telecomunicações, Energia, Tecnologia e Construção.

As **Telecomunicações** atuam principalmente em engenharia de telecomunicações fixas, móveis e *wireless*, soluções técnicas especializadas e infraestruturas gerais para redes de

telecomunicações, transportes e defesa/segurança e operações de TV por cabo. Exemplos de empresas são a **Viatel** (principal empresa nacional no setor da engenharia de redes de telecomunicações); a **TVCABO Moçambique** (desde 2000, esta é uma operadora de referência, distribuidora de televisão digital e de internet de banda larga); **TVCABO Angola** (é o único operador que disponibiliza em Angola um serviço *triple play* e uma diversa oferta de canais *HD*, estando presente desde 2006); **Construtel** (especializados em construção e manutenção de infraestruturas de telecomunicações com serviços integrados); **Comatel Infraestruturas Lda.** (esta empresa apresenta soluções “chave na mão” para sistemas de telecomunicações, redes fixas e móveis eletricidade e serviços complementares); **Gatel** (empresa especializada em trabalhos de engenharia de redes de telecomunicações, prestando também serviços em redes elétricas industriais e em túneis rodoviários e ferroviários); **Televisa** (empresa na área da engenharia de redes de telecomunicações); **PDT** (Projetos De Telecomunicação – empresa especializada em redes de telecomunicações fixas e móveis, e redes de transportes ferroviários); **M. J. Quinn** (esta empresa fornece a instalação e manutenção de telecomunicações, sistemas elétricos, mecânicos, de deteção e supressão de incêndios, iluminação LED, serviços de construção e refrigeração de ar) e **Toft Hansen** (empresa de construção iniciada em 2002).

Na **Energia**, as áreas são a produção, a distribuição e os serviços. Exemplos de empresas são a **Visabeira** (empresa com especialização na construção, implementação e manutenção de infraestruturas); **Naturenergia** (produção de energia térmica e elétrica obtida através de cogeração); **Beiragás** (tem uma parceria com a Galp e é a principal distribuidora de gás natural na Região Interior Centro); **Construtel Energie** (tem especialização em redes de gás e redes de eletricidade); **Eletrotec** (é especializada em construção e manutenção de infraestruturas e redes de energia elétrica, tendo a sua sede em Moçambique); **IEME S.R.L** (com sede em Itália, é dedicada ao setor da energia e as suas atividades são o projeto, construção e manutenção de redes de baixa e média tensão e telecomunicações); **Selfenergy** (presta serviços na eficiência energética e produção de energia com recursos de fontes renováveis); **Visaqua** (opera sistemas de captação, tratamento, rejeição e reciclagem de efluentes); **Hidroafrica** (fornecimento, montagem e assistência de equipamentos e sistemas no domínio e atividade) e **Vista Power** (o seu objetivo é potenciar sinergias do setor elétrico para transporte, construção, distribuição e manutenção de infraestruturas em Angola).

Acerca da **Tecnologia**, atua no desenvolvimento, na integração e na gestão. Exemplos de empresas são a **Real Life Technologies** (integrador de Tecnologias de Informação e Comunicação, disponibilizando soluções e serviços de grande complexidade a nível tecnológico); a **Viatel** (presta serviços especializados a infraestruturas de centros de dados, tecnologias de redes de acesso e de transporte de telecomunicações e novas tecnologias); e a **Aeroprotechnik** (inspeção avançada de redes e infraestruturas de energia e telecomunicações, sendo especializada na recolha otimizada de dados e desenvolvimento de software aplicacional, baseando-se em drones ou helicópteros e sistemas de recolha de imagem).

As áreas de atuação da **Construção** são o desenvolvimento de projeto, construção, reabilitação e manutenção de edifícios, e infraestruturas. Exemplos de empresas são a **Endivisa** (desenvolve e concessionaria desde projetos à construção, manutenção e reabilitação); a **Visaconstroi** (em Angola atua no setor de construção civil e obras públicas); a **Visacasa** (assiste, faz manutenção e multiassistência a empresas de outras entidades); a **Sogitel** (com sede em Moçambique atua na área das infraestruturas, apoiando as obras de telecomunicações, eletricidade e água); a **Vibeiras** (ligada à arquitetura paisagista, sendo resultante de uma parceria com a Mota Engil) e a **Martifer Visabeira** (empresa especializada no fabrico de estruturas metálicas, serralharias em aço e alumínio, tanques, equipamentos industriais, depósitos, silos, tubagens e elaboração de projetos de engenharia industrial).

2.2. Visabeira Indústria

A Visabeira Indústria é composta por três categorias, ou seja, a Cerâmica e Cristalaria, Recursos Naturais e Cozinhas.

Dentro da **Cerâmica e Cristalarias** temos quatro empresas, sendo elas a **Bordallo Pinheiro** (revitaliza, nacional e internacionalmente, a cerâmica portuguesa do património artístico de Raphael Bordallo Pinheiro); a **Cerutil** (é especializada na produção de loiça de mesa e de forno); a **Ria Stone** (com sede em Ílhavo, dedica-se produção de louça de mesa em grés em monocozedura) e a **Vista Alegre** (privilegiada produção de artigos em porcelana).

Nos **Recursos Naturais** temos a **Agrovisa** (do mercado agropecuário e com sede em Moçambique, esta empresa dedica-se à bovinicultura, suinicultura, avicultura, e

fruticultura); a **Álamo** (exploração de madeira de pinho e eucalipto para a transformar em produtos finais para a construção, eletricidade e telecomunicações, etc.); a **Ambitermo** (dedica-se ao projeto, fabrico, instalação e manutenção de caldeiras industriais para centrais térmicas, cogerações, centrais de ciclo combinado, centrais de biomassa e valorização energética de resíduos sólidos); a **Celmoque** (empresa com especialização no fabrico de cabos e condutores de cobre para eletricidade e telecomunicações); a **Granbeira** (com sede em Viseu, dedica-se à exploração e comércio de agregados, granitos, rochas ornamentais e betão pronto) e a **Pinewells** (produção de pellets com sede na zona industrial de Arganil).

A nível das **Cozinhas** existe a **MOB Cozinhas** (é uma das maiores e prestigiadas fabricantes portuguesas de mobiliário de cozinha).

2.3. Visabeira Turismo/Imobiliário/Serviços

Na Visabeira Turismo/Imobiliária/Serviços existem também vários *sub-holdings*, tais como os vários Hotéis em Portugal e em Moçambique, o Palácio do Gelo Shopping, a Imovisa, a Visabeira House, a Autovisa, a Benetrónica, a Mercury, a Visauto e os Serviços Partilhados.

A nível de **Hotéis em Portugal** existe o **Montebelo Viseu Congress Hotel** (um hotel 5 estrelas, com 172 quartos – *standard*, superior, suítes e *penthouse*, restaurante, bares e esplanadas, ginásio, piscina interior e exterior, parque infantil, *spa*, sauna, banho turco e jacuzzi, salas de reunião, centro de conferências e situado em Marzovelos, a 5 minutos do centro de Viseu); o **Montebelo Vista Alegre Ílhavo Hotel** (5 estrelas, localizado na margem da Ria de Aveiro, tem 95 quartos – ala nova, palácio, palácio dos pintores, centro de conferências e salas de reuniões, restaurante, dois bares – Real Fábrica e Real Fábrica, piscina interior e exterior, *spa*, Montebelo Golf a 40 minutos e ginásio); o **Montebelo Agueira Lake Resort & Spa** (situado perto da Barragem a Agueira, a 20 minutos de Coimbra, é composto por 152 apartamentos – T1, T2, Villas T4 e T3, campo de ténis, restaurante com vista para a barragem, bares, ginásio, *spa*, parque infantil, centro de conferências e salas de reuniões, piscina interior e exterior e avaliado em 5 estrelas); o **Parador Casa da Ínsua** (5 estrelas e situado a 30 km de Viseu, em Penalva do Castelo, possui 35 quartos – 24 quartos, 6 suítes e 5 apartamentos, bar, restaurante, salas de reuniões e centro de conferências e piscina exterior); o **Hotel Príncipe Perfeito** (situado a 5 minutos da cidade de Viseu, 38 quartos – 33 *standard* e 5 suítes, bar, centro de conferências e salas

de reuniões, com 4 estrelas); e o **Hotel Palácio dos Melos** (4 estrelas e localizado no centro histórico de Viseu, com 23 quartos – 19 *standard* e 4 categoria superior, dois salões, bar, uma esplanada e serviço de pequeno almoço).

Os **Hotéis em Moçambique** são o **Montebelo Indy Maputo Congress Hotel** (localizado no bairro de *Sommerschild* em Maputo, é composto por 75 quartos e *villas*, centro de conferências, salas de reuniões até 1000 pessoas, bar, restaurante com forno de lenha, piscina exterior com bar, ginásio, *spa*, cabeleireiro e parque infantil); o **Montebelo Girassol Maputo Hotel** (situado no centro de Maputo, composto por 65 quartos – 25 *standard*, 29 executivos e 11 suítes, três salas de reuniões e eventos, restaurante, bar com esplanada e uma piscina exterior com vista para a baía); o **Montebelo Gorongosa Lodge & Safari** (para quem ama a natureza, está situado no Parque Nacional da Gorongosa e é composto por 47 quartos – *garden rooms*, *bungalows* e *villas*, grande área de vista para safaris e excursões, sala de reuniões até 80 pessoas, loja de *souvenirs*, restaurante, bar, esplanada, jardins, duas piscinas exteriores e *spa*); o **Songo Hotel by Montebelo** (tem 51 quartos – 7 *standard*, 32 executivos, 4 *deluxe*, 7 suítes T1 e T2 e 1 suíte *master*, duas salas de reuniões, uma sala multiusos, bar, esplanada, piscina exterior, zona infantil e jardim, ficando situado na zona norte da cidade de Songo); o **Nampula Hotel by Montebelo** (situado no centro da cidade de Nampula, tem 28 quartos – 8 suítes, 10 *singles*, 8 duplos e 2 *twins*, sala de reunião até 150 pessoas, restaurante e lavandaria) e o **Lichinga Hotel by Montebelo** (é situado no centro da cidade de Lichinga e a 5km do aeroporto, tem 72 quartos – 58 *twins*, 10 duplos e 4 suítes, sala de reunião até 130 pessoas, restaurante e bar).

2.4. Missão, Visão e Valores do Grupo Visabeira

Todas as empresas têm uma missão, uma missão e valores, distinguindo-se assim umas das outras.

2.4.1. Missão

Segundo o Instituto Brasileiro de *Coaching* (2019), missão quer dizer compromisso, propósito, aclarar os objetivos da empresa, tornando-os possíveis. Com uma missão bem definida obtém-se um bom reconhecimento no mercado pois é dada a conhecer ao público para este a compreender.

A este respeito, Terrence e Filho (2015, p. 598) explicam que é preciso responder a certas questões como: “qual é o nosso negócio?; como está a nossa empresa atualmente?; onde a nossa empresa está?; aonde queremos chegar?; quais são os nossos clientes?; quais produtos/serviços oferecemos?; quais são as necessidades de nossos clientes?; qual é o nosso diferencial em relação à concorrência?; qual é a nossa imagem no mercado?; qual é a nossa imagem perante os funcionários?”, sendo que depois de estudarmos estas questões podemos definir então a missão da empresa.

Este Grupo cria infraestruturas de telecomunicações de última geração, produzem cerâmica e cristal mundialmente premiados, fornecem várias propostas turísticas e de restauração, tanto dentro de Portugal como fora, desenham e constroem mobiliário de cozinha adaptado ao funcionamento e estética do público no geral, oferece serviços de saúde com elevada qualidade, assim como projetos imobiliários de conforto e qualidade.

Então a missão deste Grupo é querer fornecer aos seus parceiros e clientes respostas completas, ao nível das suas necessidades e expectativas. Como são transdisciplinares, produzem uma diversidade de bens elevada, prestam serviços em várias áreas e criam oportunidades de negócio.

Facilita, portanto, o dia a dia das pessoas ao concretizar as suas expectativas e a fornecer mais qualidade às respetivas vidas.

2.4.2. Visão

Para que uma organização tenha sucesso tem de complementar a sua visão com a missão, sendo que ambas são diferentes.

Segundo Scott *et al.* (1998), a visão de uma empresa é definida na base da realidade, visualizando o futuro, permitindo explorar as possibilidades e as realidades pretendidas.

O Grupo Visabeira tem como visão ter em atenção as necessidades antecipadas do cliente, contando com os vários mercados onde opera, mantendo sempre um elevado nível de serviços. Foca-se também na otimização de recursos, devido a um crescimento com sustento e à expansão de negócios.

2.4.3. Valores

Os valores de uma empresa são princípios, atitudes que levam à personalidade da mesma, clarificando uma ética para que todos os membros ajam como um só.

Tendo como referência Tamayo (1998, p. 56), “valores organizacionais são princípios ou crenças, organizados hierarquicamente, relativos a condutas ou metas organizacionais desejáveis, que orientam a vida da organização e estão a serviço de interesses individuais, coletivos ou ambos”.

A nível de valores, o Grupo tem cinco, sendo eles a **Criatividade**, a **Inovação**, a **Competitividade**, o **Dinamismo** e a **Ambição**.

Tem valores transversais aos profissionais e às áreas da organização, mostrando assim decisão para evolução e sucesso do grupo.

3. Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional de uma empresa é o modo como a mesma está organizada, sendo a sua hierarquia, e “é determinada no sentido de coordenar as atividades da organização em escala mundial na consecução dos objetivos e metas estabelecidas” (Alcoforado, 1997, p. 21).

Como é importante seguir uma hierarquia, a empresa precisa de definir uma forma gráfica que represente como está organizada, utilizando assim um organograma (Ashoka, 2001, p. 110).

De seguida apresenta-se o organograma do Grupo Visabeira.

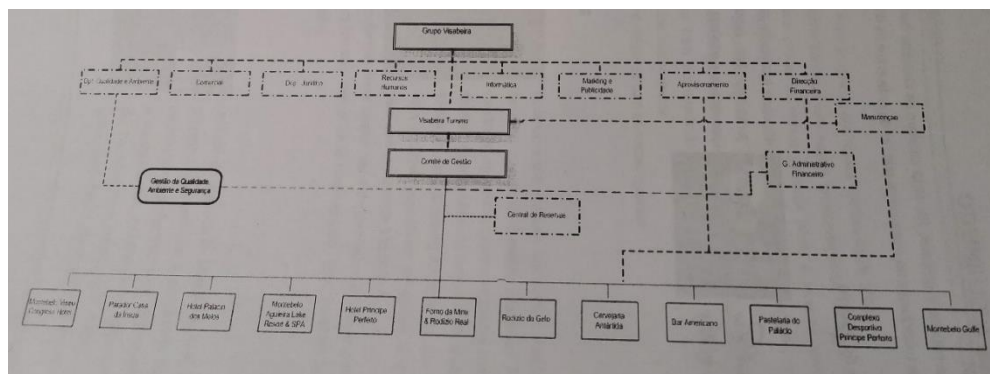


Figura 8 - Organograma do Grupo Visabeira
Fonte: Manual de Acolhimento do HPM

Podemos verificar que existe uma hierarquia em que no topo reside o órgão mais alto e mais importante, passando para os órgãos menos importantes (figura 8 e anexo II)

Do mesmo modo, existe também a estrutura organizacional de acordo com o RGPD (Regulamento Geral de Proteção de Dados), conforme a seguinte figura.

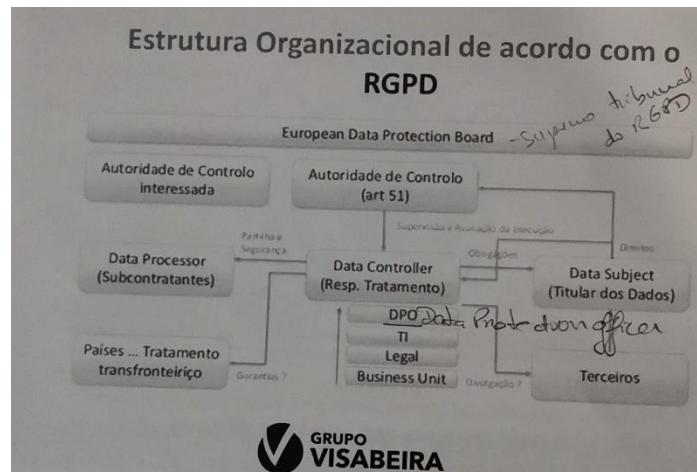


Figura 9 - Estrutura Organizacional de acordo com o RGPD
Fonte: Manual de Acolhimento do HPM

Podemos verificar que o cargo mais alto pertence ao Supremo Tribunal do RGPD (anexo III)

4. Apresentação do Hotel Palácio dos Melos

O HPM localiza-se no centro histórico de Viseu e a 100 metros do Museu Grão Vasco e da Sé da cidade, apresentando um ambiente charmoso e histórico combinado com um espaço de requinte e de qualidade (figura 10).



Figura 10 - Localização do HPM
Fonte: Google Maps

Encontramos no edifício principal um estilo palaciano do século XV. Aqui existem as *suites deluxe*, os quartos de categoria superior, o bar, a sala de jogos, a receção (figura 11), a sala de leitura e o salão nobre. Próximo do bar encontra-se o terraço do Hotel, podendo o cliente disfrutar da vista panorâmica para a cidade de Viseu que o mesmo oferece. Conseguimos ainda ter acesso à Porta do Soar, que como expliquei anteriormente, foi uma das portas que se mantém intacta desde a destruição da muralha que protegia a cidade.



Figura 11 - Receção do HPM
Fonte: Própria

Já a ala adjacente ao edifício principal cria harmonia entre o moderno e o antigo com um design simples e a pensar no conforto do cliente. É aqui que se situam todos os quartos *standard*.

4.1. História do Hotel

O HPM tem uma história muito ligada à antiguidade, com origens que remontam ao século XV (anexo IV).

Alexandre Alves, um historiador, refere que, neste local, Infante D. Henrique dirigia os seus domínios, reuniões e resoluções de enorme importância. O Infante tinha distintas tarefas e responsabilidades como a gestão da Feira de São Mateus já desses tempos. Com a sua morte em 1460 transmitiu este Paço à Sé de Viseu.

Aquando do reinado de D. João I, a cidade sofria vários assaltos, o que gerou um pedido da população para a construção *duma* muralha que envolvesse a cidade. Começou então a ser construída no tempo de D. João I, continuando no reinado do seu filho D. Duarte, que só a concluiu em 1472, no reinado do seu neto D. Afonso V, originando o nome “muralha afonsina”.

No século XIX, e com a evolução de pensamento e de tecnologias, a população decidiu que a muralha já não era necessária e que só complicava a circulação dos veículos, e começou a demoli-la. Dois pedreiros acharam que a Porta do Soar e a Porta dos Cavaleiros não traziam nenhum desorganizo à circulação dos veículos, e que até forneciam carácter à cidade, fizeram com que estas se mantivessem erguidas até aos dias de hoje.

O HPM é também falado como Casa do Conde de Santa Eulália, pelo facto de ter pertencido a António Augusto de Mello e Castro Abreu, primeiro visconde e primeiro conde de Santa Eulália.

4.2.Serviços e Infraestruturas

O HPM é composto por um quarto *suites deluxe*, três quartos categoria superior, 23 quartos *standard* e um quarto adaptado para portadores de mobilidade condicionada.

Os quartos são equipados com banheira de hidromassagem, cofre individual, ar condicionado, assim como nas áreas comuns.

Existe também *Wi-Fi* gratuito por todo o Hotel, garagem sujeita a disponibilidade, jardins, uma sala de leitura, salão de jogos, bar, restaurante com serviço de pequeno almoço, terraço e vista panorâmica.

O horário do pequeno almoço varia de segunda a sexta, sendo das 07h30 às 10h30, e aos fins de semana das 08h às 11h.

Os preços também variam, consoante o tipo de cliente, ou seja, se reservou via empresa, agência de viagem, *walk in*, *etc.*, sendo que o preço base é de 62€ para casal e de 55€ para individual.

4.3. Análise de Clientes

Durante a época que estagiei no HPM, consegui identificar vários tipos de público, sendo que existem dois que claramente se destacaram, as **famílias** e os **clientes de negócios**.

O que normalmente acontecia com as **famílias** era que, como o Hotel estava no centro histórico da cidade, era fácil de visitar a cidade sem precisar de “levar o carro atrás”, estando perto das principais atrações da cidade. A sua estadia variava entre um fim de semana e duas semanas de férias.

A respeito dos clientes de negócios, que escolhem este Hotel pela sua seriedade e comodidade, vinham maioritariamente pela sua empresa em trabalho, ficando um ou dois dias, dependendo do que os traziam à cidade.

5. Identidade Visual

Segundo Rezende (1979, p. 89), a identidade visual é “um sistema de signos visuais e as suas regras básicas de uso que caracterizam, distinguem e coordenam a identificação de uma empresa”.

Indo de acordo com o que aprendi na Unidade Curricular de Planeamento e Comunicação Empresarial, a imagem de uma empresa é fulcral para a legitimação da mesma, interligando-se com os seus valores, conceitos e princípios.

A sociedade conhece muitas vezes uma empresa/organização/serviço apenas pela publicidade que a mesma faz, ligando a marca, o símbolo ou algo característico que não faça com que se esqueçam dela.

Caetano *et al.* (2008, p. 56) apontam para o facto de que “tudo o que a empresa mostra para o exterior é a imagem institucional, sendo que esta deve criar uma imagem benéfica e melhorar as que não são tão benignas”.

Os elementos visuais que de seguida apresento, e voltando a recorrer a conhecimentos fornecidos em aulas, são o logótipo, o *slogan* e o nome.

5.1.Nome

Segundo Lindon *et al.* (1997, pp. 176-177), o nome da marca tem também qualidades a ter em conta sendo que este deve ser curto, sem conotações indesejáveis, internacional, disponível e defensável juridicamente e que não seja restritivo.

Este elemento é o mais importante dos três e existem seis tipos de nomes, sendo eles:

- **Sigla** – através de esforços de comunicação criam-se designações de empresas metamorfoseadas para siglas (BIC);
- **Patronímico** – empresas com o nome do fundador (*Sacoor Brothers*);
- **Evocativo** – quando o nome da marca nos remete à categoria do produto (*Head & Soulders*);
- **Marca de família** – o resultado é composto por um sufixo ou prefixo da marca original (Nescafé);
- **Marca de fantasia** – nome de uma marca com um significado antecipado (Olá);
- **Somatório de nomes** – designação provisória que evita suscetibilidades (Império Bonança).

5.1.1. Nome do Grupo Visabeira

Esta empresa tem de seu nome Visabeira, que a meu ver é um somatório de nomes: Visa remetendo ao nome da cidade – Viseu, e beira remetendo à localização da mesma ser na beira alta do país.

5.1.2. Nome do Grupo Montebelo *Hotels*

O nome da cadeia de hotéis do Grupo Visabeira, Montebelo *Hotels*, remete mais uma vez à localização dos mesmos, visto que Viseu é uma cidade do Norte-Centro, da beira alta, podendo então ser um belo monte, daí o nome Montebelo. É assim outro somatório de nomes.

5.1.3. Nome do Palácio Dos Melos

Por sua vez, o nome do local onde estagiei é Palácio dos Melos, sendo que é um nome patronímico, devido ao facto de ter ligações à história antiga da cidade e de toda a história do edifício.

Posto isto, o nome de uma marca exprime o domínio de atividade e atributos da marca, facilitando o seu posicionamento, podendo prejudicar a mesma, limitando-a à extensão para outros mercados (Lindon *et al.*, 1997, p. 177).

5.2. Logótipo

Um dos elementos fulcrais para uma rápida identificação e fácil memorização é o logótipo, sendo que muito se deve ao facto de ser ou não simples e original.

Um logótipo tem quatro elementos base, sendo eles o nome, as cores, o tipo de letra e o símbolo.

Segundo Strunck (2001), todas as marcas têm sempre um logótipo e este tem sempre letras, porém nem todas as marcas possuem símbolo.

Representa uma empresa/marca facilmente, de modo a reforçar a sua imagem, acabando por atrair e fidelizar os consumidores.

Ao analisar o logótipo do Grupo Visabeira (figura 12), verificamos que é constituído pelo próprio nome, “Grupo Visabeira”, com um tipo de letra simples e por um símbolo. Esse símbolo é composto por um círculo com uma “fatia” a sair, formando o V a branco, que nos remete à palavra Visabeira, sendo uma imagem ambígua, de duplo sentido. O que eu analiso deste símbolo é que a “fatia” é uma subparte do grupo total, sendo que o mesmo é gigantesco.



Figura 12 - Logótipo Grupo Visabeira
Fonte: <https://grupovisabeira.com/pt/home>

A nível de cor, este tem uma paleta monocromática de preto e branco, dando um toque subtil e ao mesmo tempo de seriedade, que nos remete também a luxo e excelência.

5.2.1. Logótipo da cadeia de Hotéis Montebelo

Aqui acontece o mesmo processo do logótipo anterior – tipo de letra básico e simples e um símbolo. O símbolo (figura 13) é composto novamente por um círculo, formando um M com três barras, uma silhueta, sendo uma imagem ambígua, de duplo sentido.



Figura 13 - Logótipo da cadeia Montebelo

Fonte: <https://montebelohotels.com/pt/home>

Relativamente às cores, mantém-se o preto, branco, juntando agora o dourado, que nos remete ao requinte, confiança e vigor.

5.2.2. Logótipo do Hotel Palácio dos Melos

No logótipo do local onde estagiei (figura 14) verifica-se que existe um maior cuidado a nível de escolha de letra do nome do hotel, sendo mais elegante, requintada e cuidada do que a palavra “HOTEL” que surge em baixo do mesmo, que já é básica, para dar mais ênfase ao “Palácio dos Melos”. O símbolo é um brasão, o da família do primeiro visconde da casa de Santa Eulália, António Augusto de Mello e Castro Abreu, que vivia aqui tal como está referido na história do Hotel (anexo IV).



Figura 14 - Logótipo do HPM

Fonte: Documento interno do Hotel

As cores são o dourado, que novamente transmite requinte e confiança, o vermelho que nos transmite determinação, paixão, o que combina bem com um hotel na realidade, sendo uma cor que é um subtil toque de “chamar a atenção”. Temos ainda o azul, que transmite tranquilidade, calma e lealdade. Tudo o que um hotel deseja, portanto transmitir ao seu cliente.

5.2.Slogan do Grupo Visabeira

O *slogan* deste grupo é “*Performing Dreams*” (realizando sonhos), um *slogan* curto, impactante e que fica na memória.

Segundo Lampreia (2003), um *slogan* era um grito de guerra celta que estimulava os guerreiros a atacar e saírem vitoriosos. Com o passar dos anos, tornou-se um texto de decoração fácil, com o objetivo de incentivar o consumidor a comprar por meios de publicidade comercial, ou reforçando a mensagem do logótipo da empresa. Posto isto, o *slogan* “deve seguir a lei publicitária da simplificação, de forma a facilitar a memorização, deve ser rápido, claro e sempre positivo” (Lampreia, 2003, pp. 49-50).

Este *slogan* não acompanha o logótipo expressamente, sendo que só o verificamos na missão do Grupo.

5.2.1. Slogan do Hotel Palácio dos Melos

Relativamente ao Hotel Palácio dos Melos, não existe um *slogan* a seguir o logótipo, ou seja, a sua identidade visual.

6. Comunicação

Aprendemos em várias unidades curriculares do curso de CRP que o ato de comunicar está evidenciado em tudo à nossa volta, quer seja a nível de vida pessoal, profissional ou social. Os seres humanos necessitam de comunicar, mesmo que não seja nada relevante. Existem assim várias formas de comunicação, sendo elas a fala, a escrita, os gestos, olhares, as expressões faciais e até a própria postura.

Segundo Caetano e Rasquilha (2004, pp. 20-21), “comunicar é pôr em comum informação, é partilhar uma opinião, um sentimento, uma atitude, um comportamento. Tudo isto com o objetivo de convencer ou persuadir”.

Para a empresa obter uma boa imagem, esta tem de possuir um bom sistema de comunicação interno e externo, criando um bom ambiente entre os trabalhadores e com os públicos exteriores à empresa.

6.1. Comunicação Interna

Dentro das empresas existem dois tipos de comunicação, a comunicação formal e a comunicação informal.

A comunicação formal está relacionada com a hierarquia da empresa, obedecendo à sua respetiva ordem. É realizada de forma escrita e assegurando o funcionamento da empresa. Relativamente ao canal formal, esta comunicação está ligada à hierarquia do município, organização ou empresa, obedecendo à respetiva ordem hierarquizada.

A nível de comunicação informal, esta é realizada oralmente, sendo formas de expressão e manifestação dos colaboradores da empresa efetuadas por telefone ou conversas pessoais, tornando-se um método mais flexível.

Segundo Beirão *et. al* (2008, p. 45), “colaboradores satisfeitos são a melhor imagem de uma empresa”. Posto isto, tem de existir um equilíbrio entre estes dois tipos de comunicação, de forma a que leve ao desenvolvimento de um ambiente agradável a nível interior da empresa, para que se mostre para o exterior de forma credível.

É então importante que exista um bom ambiente entre os colaboradores e administradores da empresa para que exista um bom sucesso da mesma.

6.1.1. Host10i

O Host10i é um dos vários programas da gama *host* Hotel Systems e é uma plataforma que permite a integração direta de reservas do *site* do Hotel para o sistema de reservas do mesmo, sem precisar da intervenção de um operador.

Dentro deste programa existe a possibilidade de criar, editar, confirmar ou cancelar as reservas; criar, aceder ou editar o *cardex* do cliente; verificar as chegadas, partidas e hóspedes ainda no Hotel; realizar ou não o *check-in*; efetuar pagamentos acedendo ao histórico do cliente; e realizar o *check-out*. Podemos também verificar a ocupação do Hotel; as condições dos quartos, os seus históricos; fechar as vendas do hotel; e entre outras coisas, sendo estas as mais importantes e as que utilizei.

Para se utilizar esta ferramenta de comunicação, todos os colaboradores do Hotel têm de cada um criar a sua conta de utilizador.

6.1.2. VingCard

O programa *VingCard* é um programa interno, utilizado para fazer as chaves-cartão, tanto as dos clientes como as do *staff* e direção; para verificar se ainda estão ativas ou quanto tempo sobra para expirarem; de que quarto são e até quando fica o hóspede alojado.

Confesso que este método é inovador, porém não é assim tão prático quanto parece, pois quando uma porta fica, por exemplo, sem pilhas, a chave deixa de funcionar como era suposto, ou quando desmagnetiza com muita facilidade torna-se motivo para que os clientes fiquem um pouco insatisfeitos por terem de estar sempre a ir à receção pedir ajuda.

6.1.3. E-mail

Uma das principais formas de divulgação de informação interna neste hotel é via *e-mail*. É por aqui que se trata das encomendas, reservas, *etc.*

Quem tem acesso à conta de *e-mail* é apenas a receção e a direção, sendo que, para a informação chegar aos outros departamentos, é impressa e colocada num placar situado no refeitório, que é um local comum a todos os colaboradores.

6.1.4. Chamadas Telefónicas Internas

As chamadas internas efetuadas por telefone são também uma forma de do HPM comunicar, quer seja internamente com os colaboradores para clarificar qualquer informação, quer seja com outro hotel pertencente ao grupo ou outro departamento do Grupo Visabeira.

Neste caso, o telefone e o telemóvel deste hotel estão na receção.

6.1.5. Reuniões Internas

Todos os meses existe uma reunião convocada pela direção do HPM, para que o *staff* compareça na sala de reuniões, que normalmente se realiza a uma quarta-feira.

Nestas reuniões são discutidos e abordados diversos temas, entre eles o balanço do mês passado, novas propostas, novas ideias, pontos negativos e positivos a serem ponderados por todos em conjunto e depois pela direção em particular.

6.2. Comunicação Externa

A comunicação externa é por sua vez toda a informação divulgada ao público-alvo da empresa, e é este que avalia o sucesso da mesma, logo é ao público-alvo que se deve a melhoria da imagem da empresa.

Segundo a Empresa Ágil (2014, p. 31), a comunicação externa “tem a finalidade de mostrar, de divulgar a empresa, suas ações, seus produtos e serviços junto ao público externo (consumidores, clientes, concorrentes, sindicatos, imprensa, poderes públicos, governo, bancos). É um instrumento fundamental para construir e solidificar a imagem empresarial.”

O HPM não possui redes sociais próprias geridas pelo mesmo, sendo que esta comunicação é realizada pelo *Facebook*, pelo *Instagram* e pelo *site* do Grupo Montebelo Hotels e Resorts, gerida pelo Grupo Visabeira.

7. Análise SWOT

Uma análise *SWOT* é “uma ferramenta de suporte importante para a tomada de decisão e é frequentemente usada como forma de sistematicamente analisar os ambientes interno e externo da organização” (Kotler, 2000, p. 28).

Segundo Markus Hofrichter (2017), os *SWOT*'s são os pontos fortes (*Strengths*), os pontos fracos (*Weaknesses*), as oportunidades (*Opportunities*) e as ameaças (*Threats*) que a análise poderá detetar.

- Pontos fortes – “atributos úteis da organização para alcançar o objetivo”;

- Pontos fracos – “atributos prejudiciais da organização para alcançar o objetivo”;
- Oportunidades – “condições externas que serão úteis para que se alcance o objetivo”;
- Ameaças - “condições externas que prejudicarão o alcance do objetivo”.

Em seguida segue uma tabela padrão do que é uma análise *SWOT*.

Tabela 1 - Análise SWOT padrão

Fonte: Hofrichter. M. (2017). *Análise SWOT: quando usar e como fazer*. Porto Alegre: Simplíssimo Livros Ltda.

| | | | |
|-----------|---------------|---------------|---------------------------------------|
| | Internas | | |
| Positivas | Pontos Fortes | Pontos Fracos | Negativas ou potencialmente negativas |
| | Oportunidades | Ameaças | |
| | Externas | | |

A análise SWOT que realizei para o Hotel Palácio dos Melos foi a seguinte:

Tabela 2 - Análise SWOT HPM

Fonte: Elaboração Própria

| Pontos Fortes | Pontos Fracos | Oportunidades | Ameaças |
|---------------------------------------|---|--|---|
| Ótima localização no centro histórico | Não ter redes sociais próprias | Vários eventos realizados na cidade de Viseu | Concorrência de outros hotéis 4 estrelas |
| Boa imagem dos colaboradores | Parque de estacionamento condicionado a 6 lugares | Boas referências de restauração na área | Concorrência de hotéis com mais quartos |
| <i>Staff</i> competente | Acesso ao hotel dificultado a automóveis e autocarros | Centros comerciais e comércio local a 5 minutos a pé | Concorrência com hotéis com restaurante |
| Fácil acesso a transportes públicos | Hotel pequeno e sem restaurante | Crescimento turístico na cidade | Encerramento das estradas do centro histórico |

Nesta tabela verificamos que os pontos fortes do hotel são a boa localização no centro histórico da cidade, ficando perto das principais atrações turísticas; uma boa imagem dos colaboradores; o *staff* competente e o fácil acesso a transportes públicos, sendo tudo uma mais valia para o HPM.

Os pontos fracos são não ter redes sociais próprias geridas pelo Hotel, sendo estas geridas por uma rede social comum a todos os hotéis do grupo; o parque de estacionamento ser

constituído apenas por seis lugares, levando a que apenas os primeiros clientes do dia a chegar consigam lugar mesmo à porta; o acesso ao hotel via automóvel e autocarro ser condicionada devido à localização do Hotel, visto que, como tem a Porta do Soar, as viaturas mais altas não conseguem passar por ali. O Hotel ser pequeno e não ter restaurante, sendo que tem apenas 27 quartos e só fornece alojamento e pequeno almoço.

As oportunidades são os vários eventos realizados na cidade de Viseu, visto que muitas delas são no centro da cidade; boas referências de restauração na área envolvente ao hotel, havendo várias hipóteses de escolha; a existência de centros comerciais e comércio local a 5 minutos a pé e o crescimento turístico que a cidade tem vindo a demonstrar.

A nível de ameaças existe a concorrência de outros hotéis de 4 estrelas; concorrência com hotéis com mais quartos; concorrência com hotéis com regime de almoço e jantar e o encerramento das estradas do centro histórico, impossibilitando ainda mais o acesso ao hotel por automóvel ou autocarro, tendo, por exemplo, o mês de agosto e setembro um evento em que o acesso ao centro histórico aos fins de semana é livre de trânsito, o que condicionou e complicou o acesso ao HPM.

Em conclusão, apesar dos pontos fracos e das ameaças, o Hotel está muito bem localizado, e, apesar de pequeno, tem bastante procura por parte dos clientes.



CAPÍTULO II – Estágio Curricular



Segue-se então, neste segundo capítulo, o esclarecimento das atividades exercidas durante o período de estágio no HPM, depois de as ter enquadrado no primeiro capítulo.

Em primeiro lugar, irei expor o meu plano de estágio, a minha integração e as atividades realizadas ao longo destes últimos meses.

De seguida irei expor uma reflexão final de toda esta experiência dos três últimos meses.

1. Plano de Estágio

Durante o estágio no HPM realizei várias tarefas (anexo I). Propus a realização de um novo design para o *flyer* de meteorologia diário (apêndice I); fiz *check-in* e *check-out* dos clientes; realizei a gestão de reservas e de *e-mails*; tratei dos processos dos clientes e fazia o devido acompanhamento e acolhimento necessário e tentei dar a ideia de fazer um desdobrável sobre o Hotel, mas que nunca chegou a ser aprovado.

A nível de conhecimentos técnicos utilizei o *e-mail*, *Microsoft Office*, *Canva*, e dos que não conhecia mas que rapidamente aprendi, utilizei o *VingCard*, e o *Host10i*.

Digo, portanto, que os meus objetivos enquanto estagiária foram concretizados, cumprindo não só o plano de estágio, como também mais atividades ligadas à minha área.

2. Receção e Acolhimento

Uma semana antes de começar o estágio, combinei, com aquela que viria a ser a minha supervisora, uma pequena reunião no Hotel, para ajustarmos horários, para me mostrar o espaço e dar a conhecer o ambiente da minha “casa” durante três meses.

No dia 1 de julho de 2019, apresentei-me ao serviço no HPM. Estava nervosa, mas ao mesmo tempo expectante, porque sabia que ali iria obter ainda mais conhecimentos. Conheci toda a equipa nesse dia, menos o *night*, que vim a conhecer dois dias depois, isto porque, como é um hotel pequeno, assim era a sua equipa. Todos me acolheram bem, extremamente simpáticos e dispostos a ajudar no que eu precisasse, incluindo a minhas colegas estagiárias que já se encontravam no serviço há mais tempo.

A minha supervisora entrou de baixa um mês antes de eu entrar. Assim sendo, para a substituir, entrou no Hotel a nova diretora, Patrícia Loureiro, que curiosamente já a conhecia

da escola secundária onde ambas andámos, assim como outra estagiária, quase que parecia uma “família”.

E com a palavra “família” o Priberam descreve que, entre outras coisas, são as “pessoas de uma casa”. Que é como eu me senti durante os três meses que estive com esta equipa, em casa.

3. Atividades Desenvolvidas

Durante este período realizei várias atividades relacionadas com o curso. Concretizei o que estava descrito no plano de estágio e ainda mais, estando tudo descrito no cronograma que realizei (apêndice II), tentando ao máximo para que tudo correspondesse às expectativas.

3.1. Receção

É no *Front Office* que ocorre a maior parte da comunicação de um hotel e foi por isso mesmo o grande foco do meu estágio.

Nos meus três primeiros dias, aprendi a funcionar com o programa do Hotel, a maneira como eram dadas todas as informações aos clientes e como se processava toda a logística da equipa.

Comecei então por fazer *check-in* e *check-out*, tarefa que para mim era importantíssima e que se tinha de fazer de maneira responsável e correta, visto que era aqui o primeiro e o último contacto com o cliente, respetivamente. No *check-in* tinha de pedir ao cliente um documento de identificação e inserir os dados no respetivo *cardex* da reserva (apêndice III), entregar o cartão-chave e informar qual o seu quarto, horário do restaurante para o pequeno almoço, horário de *check-out*, perguntar se precisavam de um mapa da cidade, indicando sempre várias recomendações tanto a nível de restauração como lazer e comércio, informar o horário da receção e claro, desejar uma ótima estada.

Quando fazia o turno da manhã e entrava às 8h, tinha de fazer os cartões-chave e juntar o cartão com a informação de quarto e cliente respetivo, imprimia o *flyer* da meteorologia e, para auxiliar os meus colegas dos andares, distinguia, na folha de residentes que o *night* deixava impressa, quais eram os quartos que tinham *check-out* e *check-in* e os que ainda ficavam mais dias hospedados. Para auxiliar a minha colega da copa, verificava se para o dia

em questão havia reservas com algum pedido especial, como decoração romântica ou programa de noite de núpcias.

Ao longo da manhã estava sempre em contacto com a governanta para colocar no sistema de gestão de quartos, os quais já estavam limpos e inspecionados para os atribuir aos respetivos clientes, podendo fazer assim o *check-in* sem problemas (apêndice IV).

No fim da tarde, a governanta entregava uma ficha com os materiais que eram necessários para repor do quarto e eu passava para um documento de *Excel* no computador para contabilizar a roupa utilizada e para depois criar a guia para a lavandaria. O mesmo fazia com o boletim de encomenda para o pão e com os pedidos de intervenção – quando se registavam avarias do hotel para serem concertadas (apêndice V).

3.2. Reservas

A nível de reservas, atendia os clientes por meio telefónico, via *e-mail*, pelo *site* ou por *walk in*. Esta era outra grande tarefa, pois é aqui que vai a primeira informação ao cliente, e não podem existir erros.

Atendia imensos telefonemas a pedir informações, e, sendo que o telefone é uma das portas de entrada para o cliente, atender uma chamada é então uma ação de marketing, tendo de saber responder ao que me era pedido para obter um bom agrado do outro lado da linha.

As reservas podem ser feitas por chamada, pelo *site*, pela plataforma *Booking*, por agências, diretamente na receção ou por *e-mail*. Sempre que uma reserva era efetuada tinha de preencher o boletim de reserva no sistema (apêndice VI) e em papel para depois colocar na capa de reservas, isto para que o *night* no seu turno retirasse as reservas para o dia e atribuísse os quartos para que a pessoa que assumisse o turno seguinte comesse a fazer os cartões-chave. Por vezes as reservas não caíam automaticamente no sistema, sendo que também as tinha de inserir eu.

No final de realizar a reserva no sistema, enviava ao cliente um *e-mail* de confirmação de reserva com todos os dados em detalhe (apêndice VII).

Caso existisse um cancelamento, ia buscar o boletim de reserva à capa das reservas e escrevia com caneta vermelha “CLX” em cima, significando que estava cancelada e seguidamente ia ao *Host10i*, abria a reserva do cliente e cancelava.

3.3.Acompanhamento e Acolhimento do Cliente

Quando me pediam, tinha de mostrar o Hotel Palácio dos Melos ao cliente, indicar como tudo funcionava e, como o Hotel está localizado num sítio de “difícil” acesso, por vezes era preciso guiar os clientes até ao mesmo, quer por via telefónica, quer a ir buscá-los ao Rossio. Isto acontecia maioritariamente quando tínhamos grupos no Hotel, cenário onde eu também dava as indicações ao guia, etiquetava as malas e deixava-as à porta dos respetivos quartos, fornecendo toda a informação que me pediam eventualmente.

3.4.Gestão de *E-mails* e Processos de Clientes

O HPM tem uma caixa de entrada cujos *e-mails* são posteriormente respondidos ou pela receção ou pela diretora, dependendo da importância. Eu respondia aos que me competiam, ou seja, os que a receção podia responder, como reservas, pedidos de informação (apêndice VIII) e realização de encomendas.

Os clientes têm os seus processos no Hotel e, aquando da sua chegada, tinha de completar as informações pedidas no respetivo *cardex*, sendo elas:

- nome completo;
- número do cartão de cidadão ou do respetivo cartão de identificação;
- número de identificação fiscal caso o cliente peça;
- nacionalidade;
- género;
- morada, caso o cliente peça.

Por vezes acontecia haver nomes repetidos, então estávamos atentos também a esse pormenor.

3.5.Fotografia

Tirei algumas fotografias para ter material para realizar o meu relatório, para colocar em prática ensinamentos que adquiri na unidade curricular de Edição Eletrónica e Tratamento de Imagem.

Tentei utilizar as regras de composição e enquadramento de imagem fotográfica, porém utilizei apenas duas neste relatório e no *flyer* da meteorologia.

A fotografia seguinte está presente na capa dos capítulos do relatório (figura 15) e no *flyer* da meteorologia (apêndice I), sendo tirada no jardim do hotel.



Figura 15 – HPM
Fonte: própria

Aqui utilizei conhecimentos de unidades curriculares e apliquei a técnica dos terços, colocando os pontos de interesse nas interseções das quatro linhas que estão a dividir o enquadramento da fotografia. Utilizei também a técnica de menos céu – linha do horizonte: trata-se da capacidade de criar uma linha imaginária definindo o horizonte, sendo que pode estar a meio, na parte inferior ou na parte superior implicando mostrar menos céu, o que é o caso desta fotografia.

A segunda fotografia que utilizei está presente no primeiro capítulo do relatório (figura 11) e foi tirada na porta da receção do HPM, dando ênfase ao ponto de interesse que é o logótipo do hotel presente na porta, sendo que a modelo que aparece é uma colaboradora rececionista, a Andreia Saraiva, complementando assim o contexto da fotografia.

As técnicas que utilizei são baseadas em regras simples, mas que são importantes para uma boa fotografia.

3.6. Outras

Para além das atividades propostas no plano de estágio realizei, quando tinha tempo para tal, tarefas que não tinham muito relacionado com a minha área, mas que não me custou ajudar, sendo elas:

- **Mudar as pilhas das portas** – estas são magnéticas e, quando ficavam com as pilhas “gastas”, tinha de as ir trocar. Abria a porta com o passe geral que tinha, trocava as pilhas, fechava a porta e voltava a abrir para verificar se a luz verde já funcionava;
- **Ajuda nos andares** – Por vezes pediam-me se poderia ajudar nos andares, especialmente em dias em que um dos colaboradores dos andares estava no seu dia de folga. Retirava a roupa utilizada para fora do quarto, apontava na folha de gestão de quartos todos os amenities usados e peças para a lavandaria, retirava todo o lixo e repunha as águas de cortesia e os amenities que estavam em falta.

Reflexão Final

Este que foi o meu primeiro estágio curricular, dando-se então por concluído, e posso afirmar que consegui alcançar os objetivos desejados, quer a nível profissional quer a nível pessoal. Na minha opinião, um estágio tem uma grande importância na vida de um aluno e nunca deve ser desperdiçado, sendo que me sinto uma profissional mais competente e organizada e, sobretudo, capaz.

No que diz respeito à fase de integração, penso que se sucedeu muito bem, isto também devido ao facto que a diferença de idades de todos os colaboradores não variava muito. Toda a equipa me acolheu de braços abertos e positivamente, sendo simpáticos comigo, sempre prontos a ajudar.

Confesso que no primeiro impacto me senti um pouco “perdida”, pois estava a ser avaliada numa realidade à qual nunca tinha estado em contacto. Porém, tudo me passou e lembrando-me dos ensinamentos do Professor Handerson Engrácio nas suas unidades curriculares, não havia necessidade de ter medo, e logo me senti como se estivesse em casa, sem vergonhas aquando de trabalhar com pressão, e desenvolvendo mais as minhas capacidades a nível de comunicação oral e corporal.

Com este estágio sempre me mostrei pronta a ajudar e a aprender, sendo que apliquei conhecimentos do curso de licenciatura em Comunicação e Relações Públicas, organizei e geri *e-mails* e reservas, atendi o público, consegui adquirir conhecimentos novos a nível de programas informáticos, aspeto que me deixou muito mais à vontade a nível de contacto com imensa gente, coisa que até há dois anos me era muito difícil.

Consegui ainda verificar que trabalhar em hotelaria não é de todo fácil, pois são necessárias imensas competências e força de vontade e até abdicar de várias regalias. Assim como descobrir que quem trabalha na receção é a base de todo o hotel, sendo que é ali que começa e acaba o contacto com o cliente. Sem uma boa apresentação, simpatia e prestação de serviços é meio caminho andado para se perder um cliente.

No meio de tantos pontos positivos urgiram também algumas situações mais complicadas, como reclamações a nível de quartos, de reservas, de vários tipos de clientes, erros de encomendas, falhas que muitas delas consegui resolver e ultrapassar sozinha e outras que com a ajuda dos meus colegas e da Diretora Patrícia Loureiro ficaram resolvidas, o que me fez ser mais autónoma e responsável.

O Hotel usufrui de um acesso ao telhado onde se encontra uma vista panorâmica sobre a cidade de Viseu e a sua zona histórica, podendo ter uma área de convívio durante o verão, com uma vedação de vidro ao redor, mesas e cadeiras, o que iria gerar uma boa área para passar os fins de tarde e tirar umas fotografias.

Assim como o bar do Hotel, que não se encontra em funcionamento, e os rececionistas é que têm de atender lá os clientes. Na minha opinião poderiam abrir o bar, pois iria fazer com que os clientes passassem mais tempo no hotel.

Outro ponto que quero frisar é que o Hotel utiliza papel em demasia e desnecessariamente. Se as reservas são efetuadas no *Host10i*, penso que não é necessário preencher também a reserva em papel.

A nível de fotografia e atualização das mesmas no *site* e na *Booking*, penso que, com a evolução das tecnologias, poderiam utilizar o método de fotografia 360°, sendo que se destacavam de todos os outros hotéis, uma vez que o cliente gosta de ver quais são as acomodações do hotel em que vai ficar, e por vezes uma fotografia normal engana muito, mostrando assim a real beleza do HPM.

Por último, penso que se existisse a criação de um programa de fidelidade os clientes voltariam mais vezes ao HPM. Por exemplo, para manter o cliente (sem ser cliente de negócios que esse costuma ser fiel) fidelizado ao Hotel, poderiam criar uma estada gratuita à 6ª vez que o cliente visitasse o Hotel, lembrando-o na confirmação da reserva anterior que só lhe faltaria mais uma visita para alcançar a oferta, conseguindo mais visibilidade, sendo também uma estratégia de marketing, chamando à atenção e mantendo a lealdade do cliente.

Em conclusão, é com grande orgulho em mim própria que dou por terminada esta etapa da minha vida. Não foi de todo o meu primeiro contacto a nível profissional, mas acabou por se demonstrar um dos melhores momentos destes últimos três anos. Passei três meses em família, a trabalhar num misto de diversão e cansaço, levando a que crescesse mentalmente, pessoalmente e profissionalmente. Foi uma honra ter trabalhado num hotel ótimo e num grupo da magnitude do Grupo Visabeira, conhecer pessoas novas, que ficaram agora amigas.

Mais uma vez, agradeço a toda a gente que passou na minha vida e que continua a vivê-la comigo.

Referências Bibliográficas

Ágil, E. (2014). *Comunicação Empresarial – Conceito, importância e aplicação* (1ª ed.). (s.l.): Empresa Ágil Comunicação e Negócios.

Alcoforado F. (1997). *Globalização*. São Paulo: Nobel.

Ashoka E. S., McKinsey & C. (2001). *Empreendimentos Sociais Sustentáveis: Como elaborar planos de negócio para organizações sociais*. São Paulo: Fundação Peirópolis.

Beirão, I., et al. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial* (1ª ed.). Corroios: Plátano Editora, S.A.

Caetano, J., Fernandes, A., Rasquilha, L., Nunes, M. I., Vasconcelos, P., Beirão, I., & Vasconcelos, M. (2008). *Manual de Comunicação Empresarial*. Coimbra: Plátano Editora.

Caetano, J. & Rasquilha, L. (2004). *Gestão da Comunicação*. Lisboa: Quimera

Hofrichter. M. (2017). *Análise SWOT: quando usar e como fazer*. Porto Alegre: Simplíssimo Livros Ltda.

Lampreia, J. M. (2003). *Comunicação Empresarial - As Relações Públicas na Gestão* (2ª ed.). Lisboa: Texto Editora.

Lindon, D. et al. (1997). *Mercator XXI – Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Rezende, A. (1979). *Identidade visual: conceitos e prática*. São Paulo: Revista Marketing, Nº.65

Strunck, G. L. (2001). *Como criar identidades visuais para marcas de sucesso*. Rio de Janeiro: Rio Books

Tamayo, A. (1998). *Valores Organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo*. São Paulo: Revista de Administração.

Terence, A. C. & Filho, E. (2015). *As Particularidades das Pequenas Empresas no Planejamento Estratégico: A Elaboração de um Roteiro Prático*. Londrina: EGEPE.

Scott et al. (1998). *Visão, Valores e Missão Organizacional*. Rio de Janeiro: Qualitymark

<https://visabeiraglobal.com/pt/areas-de-negocio/energia>

<https://visabeiraglobal.com/pt/areas-de-negocio/construcao>

<https://visabeiraglobal.com/pt/areas-de-negocio/tecnologia>

<https://visabeiraglobal.com/pt/areas-de-negocio/telecomunicacoes>

<https://grupovisabeira.com/pt/home>

<https://grupovisabeira.com/pt/o-grupo>

<https://www.portugaldenorteesul.pt/4926/distrito-de-viseu-freguesias-e-municipios>

<https://www.hostpms.com/sobre/>

<https://designculture.com.br/branding-marca-e-identidade-visual>

https://www.google.com/maps?q=rua+chao+mestre+n4+viseu&um=1&ie=UTF-8&sa=X&ved=2ahUKEwjJn6a_lfrlAhX16OAKHciJA5sQ_AUoAXoECBEQAw

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/rh-gestao-pessoas/definicao-exemplos-missao-empresa/>

<http://www.cm-viseu.pt/index.php/2014-11-20-14-27-22/janeiro2019/82-noticia/5229-viseu-2019-destino-nacional-de-gastronomia-ja-tem-mais-de-30-realizacoes-previstas>

<https://administradores.com.br/artigos/o-que-sao-valores-para-uma-empresa>

<http://www.centerofportugal.com/pt/viseu/>

<https://www.cm-viseu.pt/index.php/diretorio/2018-viseu-cidade-europeia-do-folclore>

<https://www.mundoportugues.pt/dia-de-viriato-comemorado-em-viseu-com-17-horas-de-programacao/>

<http://viseupt.blogspot.com/2013/11/viseu.html>

<https://gotoportugal.eu/pt/visitar-viseu-portugal/>

<https://escapadinhas.org/viseu/porta-do-soar-e-dos-cavaleiros/>

<https://www.deco.proteste.pt/familia-consumo/ferias-lazer/noticias/melhores-cidades-para-viver#>

<http://www.cm-viseu.pt/index.php/diretorio/cultura/projectos-municipais-2/im/2-viseu-naturalmente/detail/145-24-5-festival-de-msica-da-primavera-concerto-pedaggico-18-04-2012?tmpl=component>

<https://dicionario.priberam.org/familia>

<https://blog.egestor.com.br/missao-visao-e-valores-de-uma-empresa/>

<https://grupovisabeira.com/pt/empresas#/4>

<https://pt.bordallopinheiro.com/>

<https://mob.pt/sobre-a-mob/empresa>

<https://pinewells.com/pt/a-empresa>

<https://www.granbeira.pt/Empresa.aspx?lang=PT>

<https://grupovisabeira.com/pt/industria/celmoque>

<https://www.ambitermo.com/empresa/>

<https://grupovisabeira.com/pt/industria/agrovisa>

<https://pt.bordallopinheiro.com/bordallo-pinheiro?fullview=true>

<https://pt.cerutil.com/about-us#!>

<https://grupovisabeira.com/pt/industria/ria-stone>

https://vistaalegre.com/pt/t/vaa_AMarca_Historia-1

<https://grupovisabeira.com/pt/empresas#/5/>

<https://montebelohotels.com/pt/home>

<https://montebelohotels.com/hotel-palacio-dos-melos/pt/home>

<https://montebelohotels.com/hotel-principe-perfeito/pt/home>

<https://montebelohotels.com/parador-casa-insua/pt/home>

<https://montebelohotels.com/montebelo-aguieira-lake-resort-spa/pt/home>

<https://montebelohotels.com/montebelo-viseu-congress-hotel/pt/home>

<https://montebelohotels.com/montebelo-vista-alegre-ilhavo-hotel/pt/home>

<https://montebelohotels.com/pt/home#MZ>

<https://grupovisabeira.com/pt/o-grupo#/historia>

<https://montebelohotels.com/licinga-hotel-by-montebelo/pt/home>

<https://montebelohotels.com/nampula-hotel-by-montebelo/pt/home>

<https://montebelohotels.com/songo-hotel-by-montebelo/pt/home>

<https://montebelohotels.com/montebelo-gorongosa-lodge-safari/pt/home>

<https://montebelohotels.com/montebelo-girassol-maputo-hotel/pt/home>

<https://montebelohotels.com/montebelo-indy-maputo-congress-hotel/pt/home>

<https://comunicareinformar.blogs.sapo.pt/1625.html>

ANEXOS

Lista de Anexos

Anexo I – Plano de Estágio

Anexo II – Organograma do Grupo Visabeira





Anexo III – Estrutura Organizacional do RGPD

Anexo IV – História do Hotel Palácio dos Melos

ANEXO I – PLANO DE ESTÁGIO

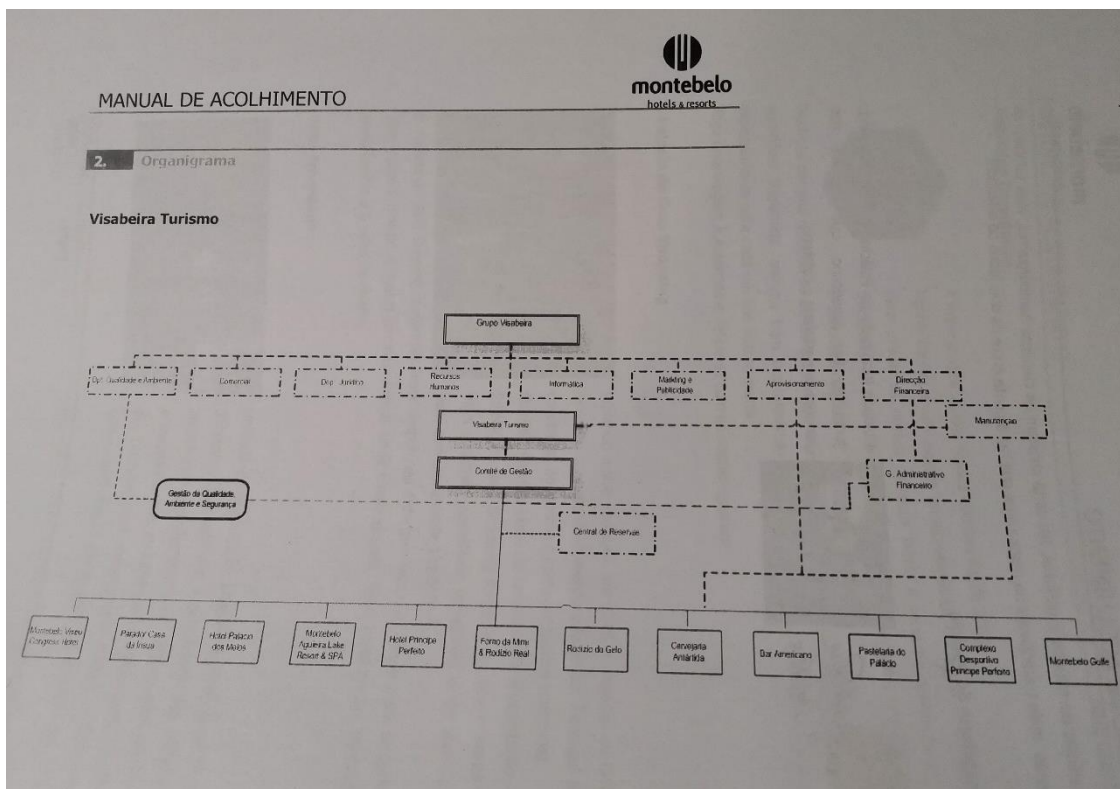
Anexo I – Plano de Estágio

1080

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|--|--|---------------------------------------|--|--|--|--|---|--|-------------------------------------|--|--|--|--|-------------|-------|--|--|--|-----------------|-------|-----------|-------|---|
|  | PLANO DE TRABALHO Ensino Clínico Estágio Cursos Técnicos Superiores Profissionais (CTeSP) Licenciaturas Mestrados | MODELO GESP.004.05 Ano Letivo ____/____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Este documento é um complemento do formulário GESP.003 - CONVENÇÃO. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">Escola:</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> ESECD</td> <td><input type="checkbox"/> ESS</td> <td><input type="checkbox"/> ESTG</td> <td><input type="checkbox"/> ESTH</td> </tr> <tr> <td>Tipologia:</td> <td><input checked="" type="checkbox"/> Curricular</td> <td><input type="checkbox"/> Extracurricular</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/> Outro: _____</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa?</td> <td colspan="2"><input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____</td> </tr> <tr> <td colspan="5">Informação adicional (se aplicável)</td> </tr> <tr> <td>Designação:</td> <td colspan="4">_____</td> </tr> <tr> <td>Ano curricular:</td> <td>_____</td> <td>Semestre:</td> <td>_____</td> <td> <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período </td> </tr> </table> | | | Escola: | <input checked="" type="checkbox"/> ESECD | <input type="checkbox"/> ESS | <input type="checkbox"/> ESTG | <input type="checkbox"/> ESTH | Tipologia: | <input checked="" type="checkbox"/> Curricular | <input type="checkbox"/> Extracurricular | <input type="checkbox"/> Outro: _____ | | Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? | | | <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____ | | Informação adicional (se aplicável) | | | | | Designação: | _____ | | | | Ano curricular: | _____ | Semestre: | _____ | <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período |
| Escola: | <input checked="" type="checkbox"/> ESECD | <input type="checkbox"/> ESS | <input type="checkbox"/> ESTG | <input type="checkbox"/> ESTH | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Tipologia: | <input checked="" type="checkbox"/> Curricular | <input type="checkbox"/> Extracurricular | <input type="checkbox"/> Outro: _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ao abrigo de protocolo ou especificidade formativa? | | | <input type="checkbox"/> Sim. Qual? _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Informação adicional (se aplicável) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Designação: | _____ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ano curricular: | _____ | Semestre: | _____ | <input type="radio"/> 1.º período <input type="radio"/> 2.º período <input type="radio"/> 3.º período | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1. IDENTIFICAÇÃO DOS INTERVENIENTES | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Estudante: <u>Ara Rafaela Almeida Carado</u> | | N.º de estudante: <u>15009032</u> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Docente orientador(a): <u>Carlos Canelas</u> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Supervisor(a)/Tutor(a): <u>Patrícia Laureiro</u> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. PLANO DE TRABALHO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Recepção; - Auxílio no processo de gestão e tratamento de reservas; - Gestão e controlo de e-mails; - Front office; - Gestão e tratamento dos processos ^{processos} de clientes; - check-in / check-out; - Apoio no acompanhamento / acolhimento dos clientes; - Flyer de meteorologia; - Descobrir sobre o hotel. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3. ASSINATURAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| O(A) Estudante <u>251082019</u> D D M M A A A A  (assinatura) | O(A) Docente Orientador(a) <u>110042018</u> D D M M A A A A  (assinatura) | O(A) Supervisor(a)/Tutor(a): <u>251082019</u> D D M M A A A A  (assinatura e carimbo) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

**ANEXO II – ORGANOGRAMA DO
GRUPO VISABEIRA**

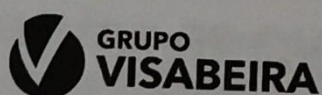
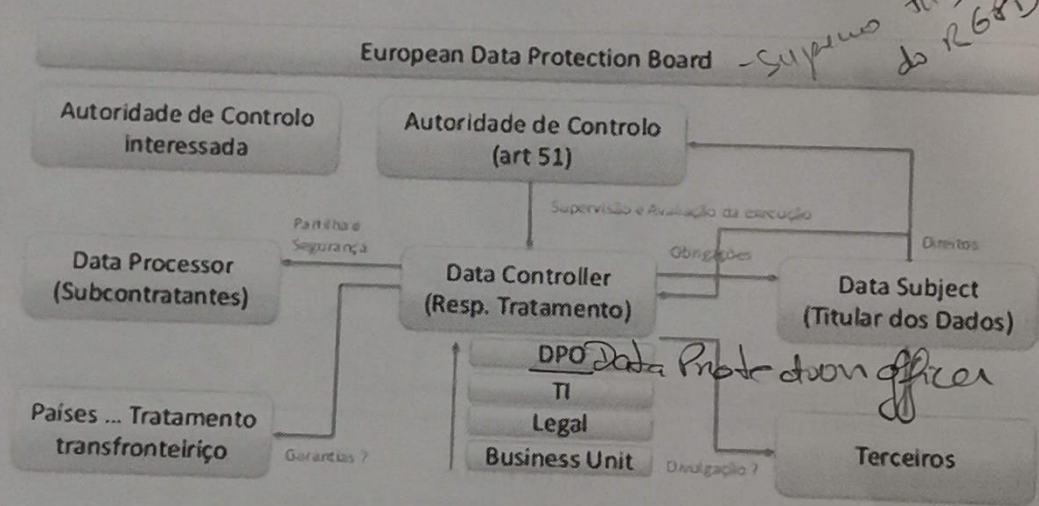
Anexo II – Organograma do Grupo Visabeira



**ANEXO III – ESTRUTURA
ORGANIZACIONAL DO RGPD**

Anexo III – Estrutura Organizacional do RGPD

Estrutura Organizacional de acordo com o RGPD



Muitas vezes o data processor coincide
e/ou data controller.

**ANEXO IV – HISTÓRIA DO HOTEL
PALÁCIO DOS MELOS**

Anexo IV – História do Hotel Palácio dos Melos

HISTÓRIA DO PALÁCIO



As origens perdem-se na memória dos tempos...

As origens do edifício que hoje é a unidade hoteleira “Hotel Palácio do Melos”, na Rua Chão do Mestre, perdem-se nas memórias do tempo. Até porque, tal como agora, com as obras de remodelação e adaptação recentemente realizadas, o hotel terá sido alvo, ao longo da sua história secular, de várias outras intervenções de mais ou menos importância. No entanto, a sua génese será anterior à própria muralha em que se integra e que fechava a cidade de Viseu no século XV. A Porta do Soar (Monumento Nacional) está intimamente ligada ao edifício e serve a mesma de acesso ao jardim do lado oposto, onde se situa a Capela de Nossa Senhora dos Remédios, construção posterior, de meados do século XVIII.

Segundo o historiador Alexandre Alves, foi neste local que se situou o Paço do Infante D. Henrique, e em sua homenagem assim ficou o nome do arruamento que chegou até nós: Rua Chão do Mestre. A toponímia exalta o próprio D. Henrique, enquanto Mestre da Ordem de Cristo. Testemunho das ancestrais raízes do edifício estão também patentes em algumas das torças em pedra que ornamentam várias das diferentes janelas do Solar e que ostentam a traça deste período.

O Infante D. Henrique, nesse tempo senhor destas terras e primeiro Duque de Viseu, dirigia a partir deste Solar os seus domínios. O ducado de Viseu, iniciado com D. Henrique e o de Coimbra com o seu irmão D. Pedro, foram os primeiros ducados do país. O Infante tinha nessa altura, entre as suas diversificadas responsabilidades, a gestão da Feira de S. Mateus desses tempos. Esta feira anual foi posteriormente alterada para outra data e local, por D. Duarte: foi transferida para a Ribeira, hoje campo de Viriato, e para o dia 21 de Setembro, dia de S. Mateus, dando então origem à sua designação actual. Com a sua morte, em 1460, D. Henrique legou este seu Paço à Sé de Viseu.

Nos tempos de El-Rei D. João I, após a debandada dos exércitos castelhanos derrotados em Aljubarrota e que por aqui passaram, a cidade foi alvo de vários assaltos pelo que a população pediu então ao seu Rei que a murasse. D. João I determinou por isso que fosse construída uma muralha envolvendo toda a cidade. Os trabalhos, interrompidos várias vezes, foram continuados por seu filho D. Duarte, nascido em Viseu, e só viriam a ser concluídos em 1472, já no reinado de seu neto, D. Afonso V, daí a designação de muralha afonsina com que foi baptizada. A questão da construção da muralha tinha sido entretanto levada a três cortes: 1412, 1439 e 1465; ou seja, nos reinados de D. João I, na regência de D. Pedro e no reinado de D. Afonso V. A muralha de Viseu tinha então sete portas: Porta de S. Francisco (Porta do Soar ou Arco dos Melos), que confina com o Solar dos Melos; Porta da Senhora das Angústias (Porta da Traição); Porta dos Cavaleiros (Porta do Arco); Porta de S. Sebastião (Convento das Freiras); Porta de S. Miguel (Rua da Regueira); Porta do Senhor Crucificado (Rua da Árvore) e por último, Porta de S. José (Quatro esquinas).

Ao que parece, a muralha nunca terá sido definitivamente concluída pois em 1547, a câmara requereu à

Infanta D. Maria, última Senhora de Duquesa de Viseu, uma licença para “uma finta para os muros da cidade que estão em terra”. A muralha sobreviveria até meados do século XIX, altura em que a ânsia de desenvolvimento e o espírito inovador daquela época, indiferentes a estes testemunhos do passado, acabariam numa decisão camarária para, em 1844, se demolirem os velhos arcos porque “nenhuma utilidade causa a sua conservação e a demolição é mais cómoda para a contínua passagem dos carros, gentes e seges”. Valeu então a sensibilidade e perspicácia de dois dos pedreiros encarregados da demolição que, em lauda da vistoria exarada precisamente por estes dois anónimos artistas pedreiros, afirmam que, relativamente aos dois arcos que chegariam aos nossos dias, estes não ameaçavam ruína e para além disso “até aformoseiam a cidade”. A eles devemos o recuo na decisão e o facto de hoje podermos ainda usufruir deste dois testemunhos do passado, do Viseu quinhentista.

Junto às portas da muralha e associada a cada uma delas, existiram casas solarengas que se assumiram como guardiãs de cada uma das entradas. Papel que o Solar dos Mellos e as edificações que o antecederam assumiram no seu entrosamento com a Porta de S. Francisco, que ficou também conhecida por Arco dos Mellos, além de Porta do Soar ou Porta do Soar de Cima. Nas laterais deste arco existem, em dois nichos, as figuras de S. Francisco de Bórgia e de Santo António. A porta é encimada com as armas de D. João IV, numa passagem de tributo à Imaculada Conceição de Maria, em placa granítica ali colocada em 1646. Nesta porta esteve também uma imagem de N. Sr.^a dos Remédios, cujo culto era muito importante na época e a quem os moradores da zona imploravam auxílio nas suas aflições e necessidades, surgiu então um movimento de moradores da antiga Praça da Herva, hoje largo do Pintor Gata, que decidiram, em 1738, erigir uma capela para dignificar o culto a N. Sr.^a dos Remédios, e que albergaria a referida imagem que estava então colocada na face interior do muro da Porta do Soar. O cônego Bernardo Pereira de Melo, residente no Solar, doaria então umas casas mais antigas que possuía na rua das teias, junto àquela Porta, para que nesse lugar se edificasse o referido edifício de culto.

A capela de N. Sr.^a dos Remédios, viria a ser concluída em 1742, como indica a inscrição na pedra sob a entrada. Em contrapartida, os devotos e benfeitores que erigiram a capela, deixariam abrir, a partir do muro do Soar de Cima, uma tribuna a seu lado, para que se pudesse ouvir a missa a partir do Solar. Assim sendo, a família e doador, adquiriram direito de acesso directo da casa para a capela, assistindo assim às celebrações através de uma tribuna, ou coro alto. Ficou ainda registado como obrigação adicional do mesmo doador, a colocação de uma grade de ferro, “para que por ela não se possa passar directamente para o interior”, da dita capela.

O Palacete dos Mellos é também conhecido por Casa do Conde de Santa Eulália, por ter sido pertença de António Augusto de Mello e Castro Abreu, um ilustre da terra, que foi primeiro visconde e primeiro Conde de Santa Eulália, nascido na terra com o mesmo nome, em Penalva do Castelo. Esta nobre figura faleceu a 24 de Setembro de 1886 e durante a sua vida foi sempre bem visto na sociedade, contribuindo para isso o seu cargo de Governador Civil da Guarda, de Viseu e de Leiria, e Deputado às Cortes em várias legislaturas.

Para além de toda a riqueza histórica que tem este Palácio, tem a si associados diversos pontos de interesse do seu passado. Salientamos o encanto da ligação ao terraço, na zona superior do arco da Porta do Soar de Cima e ao jardim adjacente; o ancestral pavimento pétreo do hall de entrada; as imponentes paredes em cantaria; a inserção do edifício na muralha e na enorme rocha que lhe dá

sustentáculo; a traça das várias janelas e os tectos em caixotões de genuíno estilo português. Este motivos, entre muitos outros, aliados ao admirável panorama que dali se tem sobre a cidade e arredores, são apenas exemplos de muito que o edifício tem para oferecer numa visita mais atenta.

O Palácio como Hotel...

Primando pela sua localização central (centro histórico e centro da cidade de Viseu), o edifício que hoje é hotel, sofreu uma remodelação profunda que sempre respeitou os padrões arquitectónicos do edifício primário, para que assim pudesse chegar aos nossos dias em bom estado de conservação e utilização. Foi anexada uma nova ala ao edifício mais antigo, conjugando assim as duas linguagens que nos apresenta (histórica e modernista) e criando um contraste apelativo tanto pelos que gostam de se encontrar com o passado, como os que gostam de experimentar o melhor do presente. Num ambiente de charme e história, a qualidade está presente em cada pormenor do Palácio.

No edifício principal, estão localizadas as duas suites Deluxe e as duas suites de Categoria Superior, onde se encontra a sumptuosidade do autêntico estilo palaciano; o bar com o seu terraço e as várias salas de estar. Adjacente ao edifício principal, existe uma nova ala de 23 quartos standard que conjuga harmoniosamente o antigo com o moderno, através da subtileza do design e de uma simplicidade estética que valoriza o conforto e o prazer de estar.

APÊNDICES

Lista de Apêndices

Apêndice I – *Flyer* de Meteorologia

Apêndice II – Cronograma das Atividades Desenvolvidas

Apêndice III – *Cardex* de um cliente

Apêndice IV – Gestão de quartos

Apêndice V – Pedidos de intervenção

Apêndice VI – Nova reserva

Apêndice VII – *E-mail* de confirmação de reserva

Apêndice VIII – Pedidos de informação acerca do estado do hotel

**APÊNDICE I – *FLYER* DE
METEOROLOGIA**

Apêndice I – Flyer de meteorologia



Real Feel: 30°



Real Feel: 30°

www.accuweather.com



MONTEBELO
HOTELS & RESORTS

GRUPO
VISABEIRA

**APÊNDICE II – CRONOGRAMA DAS
ATIVIDADES DESENVOLVIDAS**

Apêndice II – Cronograma das Atividades Desenvolvidas

| MÊS | SEMANA | CHECK-IN / CHECK-OUT | ACOMPANHAMENTO DE CLIENTES | GESTÃO DE RESERVAS E EMAIL-S | GESTÃO DE QUARTOS / PEDIDOS DE INTERVENÇÃO / CONTROLO LAVANDARIA | INFORMAÇÃO METEOROLÓGICA | ANDARES |
|----------|--------|----------------------|----------------------------|------------------------------|--|--------------------------|---------|
| Julho | 1 | X | | | | | |
| | 2 | X | X | | X | | |
| | 3 | X | | X | X | | |
| | 4 | | | | | | X |
| Agosto | 1 | X | | X | X | X | |
| | 2 | X | X | X | X | X | |
| | 3 | | | | | X | X |
| | 4 | X | X | X | X | X | |
| Setembro | 1 | X | | X | X | X | |
| | 2 | | | | | X | X |
| | 3 | X | X | X | X | X | |
| | 4 | X | | X | X | X | |

**APÊNDICE III – *CARDEX* DE UM
CLIENTE**

Apêndice III – Cardex de um cliente

101host Reserva · Front Desk · Contas · Gestão de Canais · Marketing · Reporting · Utilitários · Host EMS · | Qui 18 Jul 2019 |

Reser Entidades

Hotel: Nova entidade

Perfil

Nr. cliente: 0 Id Interno: 0 Unique Id: 00000000-0000-0000-0000-000000000000

Tipo de entidade: Hóspede Sincronizar

Título: - Outro - Prefixo: - Outro -

Tít. longo: - Outro - Língua: Portuguesa (pt-PT)

Título curto: - Outro - Língua mailing: Portuguesa (pt-PT)

Apelido: _____

Nome: _____

Outros nomes: _____

Morada principal Morada de faturação

Morada 1: _____

Morada 2: _____

Morada 3: _____

Cod. Postal: _____

Cidade: _____

País: Portugal Região: (nenhum)

Cor para planning: _____

Gravar Fechar

101host Reserva · Front Desk · Contas · Gestão de Canais · Marketing · Reporting · Utilitários · Host EMS · | Qui 18 Jul 2019 |

Reser Entidades

Hotel: Nova entidade

Dados de identificação

Data de nasc.: _____ Tipo de doc.: (nenhum)

Local de nasc.: _____ Nr. de identif.: _____

Nacionalidade: Portugal Data emissão: _____

Gênero: (nenhum) Validade: _____

Local emissão: _____

Emitido por: _____

Outra informação

Número: 0 Status interno: (nenhum)

IATA: _____ Matrícula: _____

Nr. contrib.: _____ Marca: _____

Nº de conta: _____ Cargos: _____

Password: _____

Foto

Adicionar Apagar

Por favor evitar imagens com [fundo branco](#)

Gravar Fechar

**APÊNDICE IV – GESTÃO DE
QUARTOS**

Apêndice IV – Gestão de quartos

The screenshot displays a web-based hotel management system interface. The browser tabs include 'Tickets', 'Hotel Palacio dos Melos', and 'Host PMS 10i'. The application header shows the logo '10i host MELOS_LOCAL' and a 'Fechar' button. A sidebar on the left contains navigation options: 'Gestão de Quartos', 'Governantas', and 'Manutenção'. The main content area features a filter panel with dropdown menus for 'Compl...', 'Andar', 'Catego...', 'Ocupa...', 'Secção', and 'Recurso'. Below the filters are tabs for 'Limpo/Sujo', 'Inspeção', and 'Manutenção', along with a '(Todos)' dropdown and view options 'Normal' and 'Detalhado'. The room status is presented in a grid format for three floors: 'Andar 0', 'Andar 1', and 'Andar 2'. Each room number is in a colored box: green for clean/available, brown for occupied, and brown with a person icon for occupied with a guest. The status for 'Andar 0' shows rooms 1 and 2 as green. 'Andar 1' shows rooms 101-125 with various statuses. 'Andar 2' shows rooms 201-224 with various statuses. The bottom of the screen shows the system tray with the date 'Qui 18 Jul 2019 14:36' and the time '14:37 18-07-2019'.

| Floresta | Quarto | Status |
|----------|---------|---------|
| Andar 0 | 1 | Limpo |
| | 2 | Limpo |
| Andar 1 | 101 | Limpo |
| | 102 | Limpo |
| | 111 | Ocupado |
| | 112 | Ocupado |
| | 114 | Limpo |
| | 115 | Limpo |
| | 116 | Limpo |
| | 117 | Ocupado |
| 118 | Ocupado | |
| 119 | Limpo | |
| 121 | Ocupado | |
| 122 | Ocupado | |
| 123 | Ocupado | |
| 124 | Ocupado | |
| 125 | Ocupado | |
| Andar 2 | 201 | Limpo |
| | 211 | Limpo |
| | 212 | Ocupado |
| | 214 | Ocupado |
| | 215 | Limpo |
| | 216 | Limpo |
| 221 | Limpo | |
| 222 | Ocupado | |
| 223 | Ocupado | |
| 224 | Limpo | |

**APÊNDICE V – PEDIDOS DE
INTERVENÇÃO**

Apêndice V – Pedidos de intervenção

MOD 5 60 00 - Controlo pedidos de intervencao .xls [Modo de Compatibilidade] - Microsoft Excel

Ficheiro Base Inserir Esquema de Página Fórmulas Dados Reverter Ver

Trebuchet MS 10

Colar Área de Transferência Tipo de Letra Alinhamento Número

Formatoção Condicional Estilos Estilos de Célula Estilos

Formatar como Tabela Inserir Eliminar Formatar Células

Ordenar e Filtrar Localizar e Selecionar Edição

H18

PEDIDO DE INTERVENCAO HPMELOS

| Secção | Equipamento | Quarto | Tipo de Avaria e/ou manutenção necessária | Manutenção já solicitada | | Desde | A aguardar orçament | | | (interna ou externa) | Interven |
|---------|---------------------|--------|---|--------------------------|-----|-------|---------------------|-----|-------|----------------------|----------|
| | | | | Não | Sim | | Não | Sim | Desde | | |
| Andares | Cofre | 118 | não tem cofre, Eng. Manuel lopes levou para ver se consegue abri-lo e retificá-lo | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | WC | 221 | Colocar Mangueira do Chuveiro | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Máquina de gelo | | máquina de gelo não funciona (Manuel Lopes) | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Manete | 117 | Manete do lavatorio estragada | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Suporte do chuveiro | 122 | Suporte solto | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Suporte de chuveiro | 222 | Suporte solto | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Candeiro | 122 | Candeiro do lado direito a cair | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Lampada do corredor | 117 | Fundida | | X | 2019 | | | | | |
| Andares | Minibar | 212 | Não refresca | X | | 2019 | | | | | |

montebelo

Pronto MOD 5.60 (3) 65%

14:56 18-07-2019

APÊNDICE VI – NOVA RESERVA

Apêndice VI – Nova reserva

Nova Reserva - MELOS_LOCAL

Datas e Estado

Check In: Qui 18
 Check Out: Sex 19
 Noites: 1
 Hora Chegada: 10:00
 Hora Saida: 12:00
 Tipo Reserva: Normal
 Estado Adicional: (nenhum)
 Tipo de oferta: (nenhum)

Entidades

Por favor adicione um hóspede ou grupo!

Adicionar Adicionar (como hóspede)

Pessoa de contacto:

Adicionar Apagar

Disponibilidade

Incluir Allotments: Não

Livres: 4
 Opção: 0
 Ocupado: 2
 Lista Espera: 0

Ocupação

Quartos: 1
 Upg. Cat: (nenhum)
 Categoria: DBL (Duplo)
 Allotment: (nenhum)
 Quarto: [dropdown]
 Não Mudar Qrt: Walk-in:

Package e Preço

Adultos: 2
 Package: 0
 Lista Preços: 0
 Desconto: (nenhum)
 Regra de Desc.: (nenhum)
 Preço Manual Preço fixo
 Preço: 0.00

Outros

Garantido: Todos
 Cor: (nenhum)
 Código VIP: (nenhum)
 Segmento: VIS (Visabeira)
 Sub-Segmento: DIR PKG (Programas Diretos)
 Canal de Dist: FACE (Facebook)
 Notas:

Reserva 17913 - MELOS_LOCAL

| ID | Família | Hóspede | Quarto | Categoria | Quartos | Pax | Estado | Check In | Check Out | Instruções de Fatur | Encargos Fixos | Fólio |
|------------|------------|------------|------------|-----------|---------|-----|----------|------------|------------|---------------------|----------------|-------|
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | 111 | Twin | 1 | 1 | Check In | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | 93908 |
| [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | Twin | 1 | 1 | Normal | [redacted] | [redacted] | [redacted] | [redacted] | 93909 |

Nº registos a visualizar: 25 | Página 1 de 1

Detalhe selecionado

Perfil

Família: [redacted]
 Seg: 10:00
 4 Noites
 Check In
 Twin #111
 52.00
 Pax: 1

Data Criação: ID: 38971
 Package: APA (Apa) Corporate
 Lista Preços Eur
 tem tf em anexo aguardamos ok da contabilidade
 enviar fatura para: [redacted]

Entidades

Empresa: [redacted]

Instruções de Faturação

All Packages: [redacted]

Depósitos

Qu: [redacted] Depos: [redacted] Transferênc.: 416.00 Não Lançado

Tarefas

Adicionar

Eventos

Novo Evento Associar Evento

**APÊNDICE VII – *E-MAIL* DE
CONFIRMAÇÃO DE RESERVA**

Apêndice VII – E-mail de confirmação de reserva


Confirmação de Reserva Hotel Palácio dos Melos - Mensagem (HTML)

Para... [Redacted]@gmail.com

Assunto: Confirmação de Reserva Hotel Palácio dos Melos

Exmo. (a). Sr. (a) XXXXXXX

É com enorme satisfação que confirmamos a reserva solicitada:



Reserva n.º: XXXXX
Nome: XXXX
Tipologia: XXX
N.º de pessoas: XXXXX
Check-in: XXXXXX
Check-out: XXXX
Número de noites: X
Tarifa: XXX€/noite
Serviços adicionais:
- Cama extra – XXXX€/noite
Valor total da reserva: XXXX€

Incluído na tarifa:
- Pequeno-almoço buffet, servido no Restaurante.
- Check-in a partir das 14h e check-out até às 12h;
- Internet **wifi** gratuita.

Política de pagamento - por favor escolha uma das seguintes opções:

- Reserva garantida através do **pagamento total efetivo até 24h antes da chegada** através de:
- Cartão de crédito (por favor envie-nos o número, validade, titular e código CVC);
- Transferência bancária (por favor envie-nos o comprovativo até 3 dias uteis antes da chegada)
- IBAN: PT50 0079 0000 2459 9450 1019 5
- BIC: BPNPPTPL

[Redacted]@gmail.com

Todos os Itens
Actividades
Correio
Anexos

Não existem itens para mostrar nesta vista.

15:28
18-07-2019

**APÊNDICE VIII – PEDIDOS DE
INFORMAÇÃO ACERCA DO ESTADO
DO HOTEL**

Apêndice VIII - Pedidos de informação acerca do estado do hotel

10i host Reserva - Front Desk - Contas - Gestão de Canais - Marketing - Reporting - Utilitários - Host EMS - | Qui 18 Jul 2019 |

Disponibilidade - MELOS_LOCAL

Categorias dos Hotéis

- MELOS_LOCAL
 - CAT. SUP.
 - Duplo
 - Suite Delux
 - Twin
 - TWIN COMUNICANTE
 - Twin defICIENTES

Modo

- Gráfico
- Lista
- Lista2
- Lista3

Plano Preços

- Plano Preços
- Prev. anual
- Recursos
- Painel Controlo

Crítérios

De: Qui 18 Jul 2019 08:00

Até: Seg 26 Jul 2019 08:00

Alotment: (Todos)

Incluir allotment

Apenas allotments garantidos

Anterior Próx. (Dias: 18)

Exportar para Excel

Lista2, Qui 18 Jul 2019 a Dom 04 Ago 2019

| Categoria | Qui 18 Jul | Sex 19 Jul | Sáb 20 Jul | Dom 21 Jul | Seg 22 Jul | Ter 23 Jul | Qua 24 Jul | Qui 25 Jul | Sex 26 Jul | Sáb 27 Jul | Dom 28 Jul | Seg 29 Jul | Ter 30 Jul | Qua 31 Jul | Qui 01 Ago | Sex 02 Ago | Sáb 03 Ago | Dom 04 Ago |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| CATSUP | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 0 | 2 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| DBL | 4 | 0 | 0 | 3 | 6 | 6 | 6 | 6 | 5 | 5 | 2 | 0 | 0 | 6 | 4 | 0 | 0 | 5 |
| SUITDELUX | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| SUITNUP | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TWIN | 6 | 3 | 3 | 10 | 6 | 8 | 9 | 4 | 6 | 3 | 5 | 0 | 1 | 10 | 11 | 0 | 2 | 4 |
| TWIN COMUN | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| Twin def. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| Total | 17 | 7 | 5 | 19 | 19 | 21 | 22 | 17 | 17 | 10 | 11 | 1 | 2 | 23 | 20 | 2 | 5 | 14 |

Atualizado em: [Redacted] Fechar

Estado Hotel | Reservas | MELOS_LOCAL

14:39 18-07-2019

Tickets Hotel Palacio dos Melos - c X Host PMS 10i Hotel Palacio dos Melos - C X

10i host Hotel Systems Reserva Front Desk Contas Gestão de Canais Marketing Reporting Utilitários Host EMS | Qui 18 Jul 2019

Quartos Livres

De: [Redacted] Categoria: (Todos) Atributos

Até: [Redacted] Pesquisar: [Redacted]

| Categoria | Quarto | Camas Extra | C.O. Esperado | Próxima Reserva | LIMPO | Inspecionado | Fumador | Alérgico | Mobilidade reduzida | Atributos |
|------------|--------|-------------|---------------|-----------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------|
| SUTDELUX | 1 | 0 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| CATSUP | 101 | 1 | | Sáb 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | VSER |
| CATSUP | 102 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | VSER, NENHU |
| TWIN | 112 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| DBL | 114 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| DBL | 116 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| TWIN | 118 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| TWIN | 121 | 0 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | VSER, NENHU |
| TWIN | 122 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | VSER, NENHU |
| TWIN | 123 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | VSER, NENHU |
| DBL | 125 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | VSER, NENHU |
| CATSUP | 2 | 1 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| TWIN | 211 | 1 | | Sáb 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| DBL | 215 | 2 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| Twin def. | 216 | 0 | | Sex 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | |
| TWIN COMUN | 222 | 0 | | Sáb 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | COM |
| TWIN COMUN | 223 | 0 | | Sáb 25/07/2019 | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | COM |

Nº registos a visualizar: 25 | Página 1 de 1

Nº registos a visualizar 1 - 17 de 17

Fechar

Estado Hotel Reservas Licenciado a Empr.Tur.Montebelo-Soc.Tur.e Recreio,SA(Palacio dos Melos) MELOS_LOCAL

PT 14:35 18-07-2019