



Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

Licenciatura em Marketing

Bruna de Fátima Araújo de Castro Ferreira
dezembro | 2012



Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Instituto Politécnico da Guarda

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

BRUNA DE FÁTIMA ARAÚJO DE CASTRO FERREIRA

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE LICENCIADO EM MARKETING

dezembro/2012

Ficha de Identificação

Apresentação da Estagiária

Nome: Bruna Fátima Araújo Castro Ferreira

Curso: Marketing

Número de aluno: 1009317

Morada: Rua António Fernandes Ferreira Gomes, N°76, 4° Esq.º Frente

Código Postal: 4705-157 Ferreiros - Braga

Telefone: +351 919645506/961426142

E-mail: brunafacfer6_@ hotmail.com

Apresentação da Empresa

Nome da empresa: Casino Estoril Sol (III) Turismo, Animação e Jogos S.A-
Casino Lisboa

Endereço: Alameda dos Oceanos, Lote 1.03.01,
Parque das Nações

Código Postal: 1990-204 Lisboa

Telefone:+351 218 929 000

Fax: +351 218 929 059

E-mail: Info.casinolisboa@estoril-sol.com

Website: www.casinolisboa.pt

Supervisora: Dr.ª Alexandra Fragoso

Apresentação da Instituição

Nome: Escola Superior de Tecnologia e Gestão- Instituto Politécnico da Guarda

Período de Estágio: De 29 de julho a 30 de outubro

Professora Orientadora: Dr.ª Teresa Felgueira

Agradecimentos

O relatório que hoje apresentado é fruto de quatro anos vividos com intensidade, por vezes sofridos mas acima de tudo os mais felizes da minha existência. Nem sempre foi fácil mas aprendi que é nos momentos duros que crescemos, ganhamos asas e aprendemos a voar.

Espero acima de tudo ter orgulhado os que me amam e que depositam diariamente esperança em mim com a sua Amizade, Amor e Sorriso.

Este percurso, e o meu crescimento não seriam possíveis sem algumas pessoas que trazem à minha vida uma Felicidade diária. Assim sendo, agradeço:

... aos meus pais pelo amor, a dedicação, a força e por me terem ensinado tantos valores que hoje me fazem ter orgulho na pessoa que sou. Obrigada por apostarem comigo neste sonho e em nenhum momento perderem a fé em mim ou duvidar das minhas escolhas. A vós devo tudo que sou.

... ao meu irmão porque apesar de ser o mais velho, obrigava-me a inverter os papéis muitas vezes e isso fez-me amadurecer.

... aos amigos que fiz ao longo da vida, uns fui perdendo, outros seguiram caminhos opostos sendo que os verdadeiros permaneceram firmes.

... à Sabrina Rondinelli por ser a minha melhor amiga, fiel de tantos anos. Mesmo longe um dos meus maiores apoios. Espero nunca te desiludir.

... à Sílvia Marques a minha maior apoiante do início ao fim. A força que tens é um exemplo que tento diariamente seguir.

... aos amigos que fiz nesta cidade que se tornaram a minha família e com quem partilhei os melhores momentos da minha vida.

... à Magda Santos porque é a minha alma gémea e a parte boa que existe em mim.

... à Andreia Seco por ser minha companheira e amiga das horas difíceis, dos melhores momentos e a única capaz de alinhar comigo nos projetos mais megalómanos.

... ao Diogo Seco por ser o meu cúmplice e melhor amigo.

... ao Hélio Ferreira porque hoje percebo que foi mesmo bom ter-te conhecido.

... agradeço ao Instituto Politécnico da Guarda, tenho muito orgulho na instituição que frequentei.

... aos professoras que me insinaram valores morais e muito daquilo que sei na Área que orgulhosamente escolhi e defendo.

... à minha orientadora e professora Teresa Felgueira por ser uma inspiração como pessoa, pela palavra amiga sempre disponível, por ser a professora que mais me ensinou, pela paciência comigo, pela ajuda e pelo entusiasmo com que passa os seus conhecimentos aos seus alunos. Obrigada pela ajuda e apoio.

... agradeço ainda ao Estoril Sol (III) – Casino Lisboa pela oportunidade e à Dr.^a Alexandra Fragoso como minha orientadora na empresa.

Por fim, agradeço aos que nunca acreditaram em mim, foi de vocês que tirei a força para continuar sempre e chegar aqui.

Obrigada a todos, muitos outros fariam parte deste percurso mas levo cada um no meu coração pela vida fora.

“Quando a qualidade vem de dentro, ser o melhor é só uma questão de tempo.”

(Anúncio da Renault, 2012)

Plano de Estágio

Integrado no plano curricular do Curso de Marketing, o aluno no terceiro e último ano da sua conclusão passa por este processo. Assim, foi por iniciativa própria que decidi concorrer a um possível estágio curricular no Casino Lisboa. Fui aceite e logo me foi estabelecido um plano de atividades que com o decorrer do estágio foi aumentando e tornando a finalidade do meu trabalho mais interessante e extensa.

Desde logo o trabalho que me foi proposto consistiu em desenvolver atividades em várias áreas da organização. Assim,

- Na Direção de Relações Públicas, desenvolver a função de Assistente de Relações Públicas;
- Na Direção Geral de Operações, desenvolver a função de Assistente de Direção Geral de Operações nas seguintes áreas: Galeria de Arte e Auditório dos Oceanos; e abordar a função de *Duty Manager*¹.
- No Departamento Comercial, organizar e acompanhar Eventos.

Considero que o plano estava de acordo com aquilo que pretendia quando concorri para o estágio no Casino Lisboa. Dentro destas atividades desenvolvi muitas outras que aumentaram em muito as minhas expectativas. A nível pessoal foi um crescimento intenso que considero essencial para o meu futuro quer pessoal, quer profissional.

Palavras-chaves: Marketing; Comunicação; Relações Públicas; Eventos.

JEL Classification: M3 - Marketing and Advertising

M30 - General

M31 - Marketing

M37 - Advertising

¹ *Duty Manager* é a função atribuída aos responsáveis de direção que na ausência do Diretor Geral de Operações assumem as decisões de maior responsabilidade do Casino.

Resumo do Estágio

O Estágio curricular que realizei na Estoril Sol (III) - Turismo, Animação e Jogo S.A - Casino Lisboa, entre 29 de julho e 30 de outubro, foi concretizado conforme o definido no plano de estágio mencionado. No entanto, no decorrer da sua realização foi-me proposto a realização de outras atividades que iam de encontro ao já inicialmente planeadas. Todas elas se interligaram proporcionando-me um maior conhecimento profissional.

Assim sendo, as atividades que desenvolvi foram:

Departamento de Relações Públicas (função de Assistente de Relações Públicas);

- Receção e acompanhamento do público em geral e a clientes de Jogo;
- Participação e análise de inquéritos de satisfação de clientes de jogo;
- Angariação e fidelização de membros Clube In; Gestão da base de Dados; Trocas diárias de pontos Casino Lisboa e inter-Casinos (Lisboa-Estoril);
- Cooperação na elaboração do *Malling* mensal para entidades (Turismo de Portugal, Hotéis) e particulares;
- Acompanhamento de visitas guiadas a jornalistas e/ou outros profissionais e estudantes;
- Receção e gestão da publicidade no interior do Casino;
- Gestão de reservas dos *seating* para os espetáculos diários;
- *Seating* para as estreias/ Receção e acolhimento dos convidados de estreia da peça de teatro “Lar Doce Lar”;
- Gestão de stock de Brindes/*merchandising*;
- Cooperação e acompanhamento na ação promocional “Roleta ao Vivo 2012”;
- Elaboração e entrega dos sacos institucionais, com brindes Casino Lisboa e outras brochuras informativas, nomeadamente aos artistas que atuaram durante Animação de Verão 2012 (Aldo Lima, Eduardo Madeira e Francisco Menezes, artistas de Novo Circo e artistas da performance Dream Bodies).

Direção Geral de Operações- Assessoria de Direção (AD) (Galeria de Arte (GA) e Auditório dos Oceanos (AO)/ Duty Manager(DM):

- Apoio na montagem e logística da exposição “Royal Flush by ARTinPARK” (AD/GA);

- Reorganização das imagens da Galeria de Arte, captadas ao longo de seis anos e meio de atividade do Casino Lisboa (AD/GA);
- Desenvolvimento de um documento comparativo entre os espetáculos que decorreram no Auditório dos Oceanos e os que na mesma data estiveram em cena nas outras salas de espetáculos da cidade de Lisboa. O documento em causa abrangeu o ano de 2012 (AD/AO);
- Apresentação de um plano de divulgação da publicidade dos parceiros da UAU Produções, empresa concessionária das salas dos espetáculos do Casino Lisboa (AD/AO);
- Acompanhamento da monitorização do estado de limpeza e de conservação das áreas sociais do Casino (AD/DM);
- Acompanhamento da articulação com as diversas Direções/Departamentos e Concessionários na resolução de quaisquer problemas (AD/DM).

Departamento Comercial (área de Eventos):

- Receção e encaminhamento de consultas externas e internas para concretização de eventos;
- Reencaminhamento e controlo/coordenação dessas consultas junto dos parceiros (UAU Produções, Ticket Line, F4Fun, Placegar, Grupo Lágrimas) e dos serviços (Multimédia, Manutenção e Informática) do Casino Lisboa;
- Reuniões com clientes – Planificação dos eventos;
- Preparação e acompanhamento dos 13 eventos que decorreram no Casino Lisboa, durante o mês de outubro;
- Manipulação do mapa de Eventos.

Índice Geral

<i>Índice de Esquemas</i>	<i>ix</i>
<i>Índice de Ilustrações</i>	<i>x</i>
<i>Índice de Tabelas</i>	<i>xi</i>
<i>Índice de Anexos</i>	<i>xii</i>
Introdução	1
Capítulo I – O Casino Lisboa	2
1.1. História do Casino Lisboa.....	2
1.2. Estrutura Organizacional da Empresa.....	7
1.3. Visão, Missão, Valores e Objetivos da Empresa	8
Capítulo II – O Estágio	9
2.1. Atividades Desenvolvidas no Casino Lisboa.....	9
2.1.1. Direção de Relações Públicas: Assistente de Relações Públicas.....	9
2.1.1.1. Roleta ao Vivo	9
2.1.1.2. Cartão Clube In	11
2.1.1.3. Outras Funções como Assistente de Relações Públicas.....	13
2.1.1.4. Apreciação Final das Atividades Desenvolvidas	14
2.1.2. Direção Geral de Operações: Assessoria de Direção/Duty Manager.....	15
2.1.2.1. Galeria de Arte	15
2.1.2.1.1. Apreciação Final	24
2.1.2.2. Auditório dos Oceanos.....	25
2.1.2.2.1. Estudo Comparativo entre o Auditório dos Oceanos e Outras Salas de Espetáculos	26
2.1.2.2.2. Plano de Divulgação:Publicidade dos Parceiros da UAU Produções... ..	28
2.1.2.2.3. Apreciação Final	30
2.1.3. Departamento Comercial: Área de Eventos.....	30
2.1.3.1. A Minha Função no Departamento Comercial: Eventos.....	33
Conclusão	36
Bibliografia	38
Anexos	39

Índice de Esquemas

Esquema 1 - Organigrama do Casino Lisboa	20
--	----

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 - Casino Lisboa	2
Ilustração 2 - Auditório dos Oceanos	3
Ilustração 3 - Galeria de Arte, Casino Lisboa	3
Ilustração 4 - Bar Arena Lounge	4
Ilustração 5 - Restaurante <i>MoMo</i>	5
Ilustração 6 - Restaurante/Discoteca <i>Suite</i>	5
Ilustração 7 - Utilização de Pontos Inter-Casinos	12
Ilustração 8 - Troca de Pontos Buffet.....	12
Ilustração 9 - Rueffa "I love you"	17
Ilustração 10 - Exemplos de Cartoons da Exposição "World press cartoon"	17
Ilustração 11 - Logo Spazio Dual	19
Ilustração 12 - Interior do Spazio Dual	19
Ilustração 13 - Esculturas de Valentim Quaresma.....	20
Ilustração 14 - “Olho Biónico” de Daniela Ribeiro.....	20
Ilustração 15 - Ateliê de trabalho de Daniela Ribeiro	20
Ilustração 16 - Ricardo Quaresma Vieira, <i>Modamorfose</i>	21
Ilustração 17 - Gonzalo Bénard, <i>Ardentes</i>	21
Ilustração 18 - Gonzalo Bénard, <i>Mas</i>	22
Ilustração 19 - Cláudia Conduto, <i>Série III</i>	22
Ilustração 20 - Cláudia Conduto, <i>Chaminé atrás da cama</i>	22
Ilustração 21 - Ricardo Campo	23
Ilustração 22 - Mariana Mizarela, <i>Woman on Wives</i>	23
Ilustração 23 - Mariana Mizarela, <i>A Lança Quebrada 2012</i>	23
Ilustração 24 - Cartaz da Peça de Teatro "É como diz o Outro"	25
Ilustração 25 - Slava´s Snowshow.....	26
Ilustração 26 - Tango Pasión.....	26

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Grelha Comparativa: Auditório dos Oceanos/Outras Salas de Espetáculos de Lisboa em 2012.....	28
Tabela 2 - Plano Trabalho Criativo	43

Índice de Anexos

Anexo 1 – Flyer das “Noites de Verão”

Anexo 2 – Dream Bodies

Anexo 3 – Bejamim e Élodie

Anexo 4 – Francisco Menezes

Anexo 5 – “Roleta ao Vivo”

Anexo 6 – Flyer Peça “Lar doce Lar”

Anexo 7 – Grelhas Comparativas entre o Auditório dos Oceanos e as outras Salas de Espetáculos de Lisboa em 2012

Anexo 8 – Plano de Divulgação da Publicidade dos Parceiros da UAU 3 Teatro, Lda., nos espetáculos Casino Lisboa, na entrada do Auditório dos Oceanos

Anexo 9 – Comunicação Interna

Anexo 10 – Mapa de Eventos

Introdução

O relatório que aqui apresento surge como resultado da aplicação prática dos conhecimentos teóricos obtidos na parte curricular do Curso de Marketing no Instituto Politécnico da Guarda. Tentei nestes três meses de estágio pôr em prática os ensinamentos que me foram transmitidos. O meu estágio no Casino Lisboa, parte integrante da empresa Estoril Sol – Turismo, Animação e Jogo, S.A., decorreu do dia 29 de julho a 30 de outubro, perfazendo as 400 horas obrigatórias.

Pretendo com este relatório expor o trabalho que realizei durante o período de estágio, e com este enquadrar os conteúdos apreendidos ao longo do percurso académico.

Este relatório encontra-se dividido em dois capítulos, sendo que no primeiro irei fazer uma breve apresentação da empresa acolhedora do estágio, o Casino Lisboa, e no segundo capítulo irei descrever as atividades desenvolvidas. Este relatório é uma pequena amostra daquilo que pude experienciar e viver nestes três meses. Foi uma experiência que me enriqueceu a nível pessoal e profissional. Pude com esta oportunidade vivenciar aquilo que será mais próximo do mundo do trabalho, ter horários, responsabilidades e tomadas de decisão. Fez-me perceber muitas coisas outrora desconhecidas.

Espero que este relatório transmita aquilo que aprendi neste estágio, como cresci como pessoa e a experiência maravilhosa que me foi proporcionada.

Capítulo I – O Casino Lisboa

1.1. História do Casino Lisboa²

O Grupo Estoril Sol III – Turismo, Jogos e Animação S.A, constituído em 1958, é o concessionário responsável por três Casinos do território nacional, tais como, Casino Estoril, Casino da Póvoa de Varzim e, de há seis anos e meio a esta data, Casino Lisboa.

O Casino Lisboa foi inaugurado a 19 de Abril de 2006 e fica situado junto ao Rio Tejo, no Parque das Nações.

O edifício onde atualmente está implementado o Casino Lisboa foi outrora o Pavilhão do Futuro (ilustração 1). Pela altura da exposição mediática denominada “Expo 98”, ergueu-se este edifício onde o minimalismo de uma arquitetura depurada, que privilegia alturas e potencia espaços, contrasta com a luminosidade opalina dos pisos e paredes de vidros que se fundem numa mutação cromática com soluções de multimédia de última geração.



Ilustração 1 - Casino Lisboa
Fonte: própria

² Fonte: Estoril-Sol

O Casino Lisboa é uma infraestrutura de lazer e entretenimento, que se caracteriza pela diversidade de oferta de espetáculos e animação, jogo, gastronomia e cultura, que o tornam num lugar ímpar. Com um terço do espaço dedicado ao Jogo, o Casino Lisboa dispõem ainda de uma grande sala de espetáculos, o ***Auditório dos Oceanos*** (ilustração 2), com 643 lugares, além de 4 bares, três restaurantes, espaço de animação e dois parques de estacionamento, com capacidade para 600 lugares. O Auditório é dirigido pela *duty manager* Emília Santana.



Ilustração 2 - Auditório dos Oceanos
Fonte: Casino Lisboa

O Casino Lisboa conta ainda com uma ***Galeria de Arte*** que se encontra na entrada principal do Casino (ilustração 3). Uma Galeria que conta habitualmente com obras de arte de artistas de renome. No ano da sua abertura, e durante os três anos que se seguiram, o Casino teve exposto na parte exterior do edifício, um busto masculino de Fernando Botero, o que catapultou a Galeria para um reconhecimento nacional alargado. A Galeria de Arte está a cargo da *duty manager* Ana Maria Catarino.



Ilustração 3 - Galeria de Arte, Casino Lisboa
Fonte: Casino Lisboa

Em 2009 foi alargada a oferta de espaços, através da abertura ao público de mais um piso, aumentando assim a oferta, quer de jogo bancado com 25 mesas disponíveis, quer do parque das máquinas automáticas, que passou a disponibilizar de 1.100 *slot machines*.

Todos os espaços, à exceção das áreas de jogo, estão concessionados a empresas externas à Estoril Sol. Tais como:

- *F4Fun* - 3 bares de jogo (**Play Bar**, **Joker Bar** e **Baccarat Bar**) que se encontram dentro das áreas de jogo e o bar central e panorâmico **Arena Lounge** (ilustração 4) que se encontra à entrada do Casino. Este último é um bar que possibilita uma vista pelas várias áreas do Casino, onde ao mesmo tempo é possível assistir a vários espetáculos, tendo a particularidade que é composto por três anéis giratórios que rodam em diferentes direções;



Ilustração 4 - Bar Arena Lounge
Fonte: Casino Lisboa

- *Grupo Lágrimas (Thema Hotels)* - 3 restaurantes (**Átrio Casino**; o **MoMo**, um restaurante de comida pan-asiática onde a própria decoração denuncia o estilo, conforme se pode visualizar na ilustração 5; e o **Suite – Food & Dance**, um restaurante/discoteca onde se pretende um estilo sofisticado onde as festas e os eventos são o propósito do espaço, conforme ilustração 6) e o refeitório para os colaboradores (**In Casino**);



Ilustração 5 - Restaurante *MoMo*
Fonte: Casino Lisboa



Ilustração 6 - Restaurante/Discoteca *Suite*
Fonte: Casino Lisboa

- *UAU Produções* - Responsável pela animação e espetáculos: **Palco Multiusos e Auditório dos Oceanos; Bilheteira** (empresa outsourcing *Ticketline*) e *Frentes de Sala Auditório* (empresa outsourcing *CHIC*);
- *Placegar* - Parques de estacionamento: **Parque Casino e Parque da Doca**;
- *Arroyo & Teixeira* - **Tabacaria, Bengaleiro e Bar dos Colaboradores (Casino's Bar)**;
- *Iberlim* - Serviços de limpeza;
- *Siemens* - Serviços de manutenção;

- *Charon* - Serviços de segurança;
- *Speedy* - Serviços de Rouparia/Lavandaria (fardamento colaboradores).

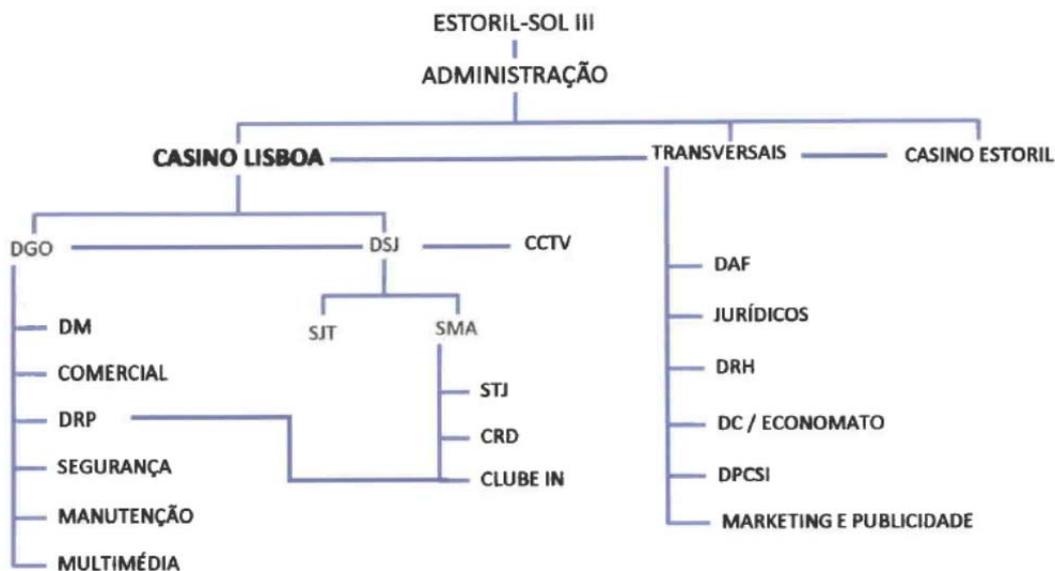
A Estoril Sol/Casino Lisboa nomeou colaboradores do seu quadro de pessoal, cujas funções, para além das inerentes às suas categorias profissionais, é serem responsáveis por estabelecer o contacto entre o Casino Lisboa e as demais empresas concessionadas supramencionadas.

O Casino Lisboa, de domingo a quinta-feira, abre às 15h00 e encerra às 3h00, e à sexta-feira, sábado e vésperas de feriado abre às 14h00 e encerra às 4h00. Apenas encerra um dia no ano, dia 25 de Dezembro.

1.2. Estrutura Organizacional da Empresa

A estrutura organizacional do Casino Lisboa, apresentada no esquema seguinte, como já anteriormente referido está inserida no Grupo Estoril-Sol III, sendo que atualmente se encontram no ativo 269 efetivos.

Este é um organigrama clássico e simplificado e procura deixar bem claros os níveis de hierarquia. É utilizado em instituições tradicionais como a Estoril Sol (III).



LEGENDA:

DGO	Direção Geral de Operações
DM	Duty Managers
DRP	Departamento de Relações Públicas
DSJ	Direção do Serviço de Jogo
CCTV	<i>Closed Circuit Television</i> (Circuito Interno de Vídeo Vigilância)
SJT	Sala de Jogo Tradicional
SMA	Sala de Máquinas Automáticas
STJ	Serviço Técnico de Jogo
CRD	Centro de Recolha de Dados
DAF	Direção Administrativa e Financeira
DRH	Direção de Recursos Humanos
DC	Direção de Compras / Economato
DPCSI	Direção de Planeamento, Controlo e Serviços de Informação

Esquema 1 - Organigrama do Casino Lisboa
Fonte: Casino Lisboa

1.3. Visão, Missão, Valores e Objetivos da Empresa³

Missão

A Missão da empresa é proporcionar uma experiência única a cada cliente que a visitam a nível do jogo, gastronomia, entretenimento e lazer numa atmosfera sofisticada e inovadora.

Visão

Ser conhecido como o polo de referência de entretenimento e lazer da Cidade de Lisboa.

Valores

Responsabilidade, dedicação, espírito de equipa, alinhamento com os objetivos de equipa, competência, melhoria contínua e excelência no atendimento.

Objetivos

Tornar cada visita memorável, na perspectiva de fidelização do cliente.

Uma das ideias essenciais que o Casino Lisboa pretende é que o cliente não veja só um espaço de jogo, mas um espaço de divertimento e lazer.

Desde sempre os consumidores em geral veem os Casinos como um espaço de jogo e de vício. É a forma dos consumidores olharem para os Casinos que se pretende mudar, dando-lhe uma nova razão para visitar o Casino, criando fidelização aliado à satisfação dos clientes.

³ Fonte: Estoril-Sol

Capítulo II – O Estágio

2.1. Atividades Desenvolvidas no Casino Lisboa

“O único lugar onde o sucesso vem antes do trabalho é no dicionário” (Albert Einstein⁴).

As atividades que seguidamente irei apresentar demonstram aquilo que aprendi no terreno, sendo que a nível pessoal foi uma aprendizagem muito mais enriquecedora. Foi com entusiasmo, atitude, curiosidade e ambição que encarei o desafio a que me propus. Penso que o superei.

2.1.1. Direção de Relações Públicas: Assistente de Relações Públicas

A minha primeira atividade no Casino Lisboa foi na área das Relações Públicas, aqui aprendi muito tendo sido um começo bastante gratificante que me ajudou nas etapas seguintes. A partir deste momento descrevo todas as atividades que desenvolvi como Assistente de Relações Públicas.

2.1.1.1. Roleta ao Vivo

No dia 29 de julho o Casino Lisboa inicia as atividades de verão, intituladas “Noites de Verão” (ver o flyer no anexo 1), diariamente a partir das 22h até 2 de setembro.

O programa é definido previamente, sendo criado como forma de impulsionar a época de Verão, que é por norma no Casino Lisboa a altura de menor afluência de clientes.

Este ano, os espetáculos em cena passaram por uma dança sensual com os *Dream Bodies* (Anexo 2) e um número de Novo Circo com *Benjamim e Élodie* (Anexo 3). Às sextas e aos sábados, onde o movimento de clientes é maior, para além destes espetáculos era possível assistir a uma performance de *Stand Up Comedy* com Francisco Menezes, Eduardo Madeira ou Aldo Lima (Anexo 4). No intervalo das performances decorria um passatempo que tinha por nome “Roleta ao vivo” (Anexo 5).

⁴ Fonte: Citações do Autor, www.google.com

Toda esta ação decorre no Bar Arena Lounge que para além dos anéis giratórios que dispõe, em ocasiões de espetáculo faz descer uma plataforma denominada “bolacha”, devido ao seu formato, que encaixa no bar central do Arena dando lugar a um palco. É neste palco que decorre a performance.

- ***Como se processa a “Roleta ao Vivo”***

Todas as noites, entre as performances decorria como já referido o passatempo “Roleta ao Vivo”. Cada mesa confere um número, do número um ao trinta e três (números de uma roleta normal), com as respetivas cores vermelho e preto. Os números estão aleatoriamente dispostos nas mesas, sendo que pode haver várias mesas com o mesmo número.

A bola era lançada por uma apagadora profissional do Casino, que dá o término da jogada com a frase “Jogo feito, nada mais!”. O número que sai está distribuído pelos tampos das mesas e o(s) cliente(s) sentado(s) nessa(s) mesa(s) ganham o prémio. Se o número sorteado não tiver premiado, a aposta é anulada e há uma nova jogada.

- ***Qual o Prémio***

A(s) mesa(s) premiada(s) recebe(m) um voucher para a peça “Lar doce Lar” (em cena a partir de setembro no Auditório dos Oceanos, também no Casino Lisboa), tickets individuais de cinco euros para os respetivos vencedores e acompanhantes, válido para aquela noite e jogável apenas nas máquinas espalhadas pelos quatro pisos do Casino, e ainda um porta-chaves do Clube In.

- ***Função da Estagiária***

O meu trabalho enquanto assistente de Relações Públicas consistia neste caso específico, na entrega do prémio ao(s) vencedor(es) no decorrer da ação, assim como na explicação de como deveriam proceder para usufruir do mesmo (*follow-up*). Eram informatizados os dados pessoais cedidos pelo vencedor(s) através de uma base de dados criada para o efeito. Posteriormente, o cliente dirigia-se ao balcão Clube In para reservar entrada num dia disponível para ver a peça, o que era facilmente concretizável devido à correta informatização deste serviço. Diariamente efetuava a gestão das reservas e *seating* diários dos espetáculos.

Era ainda da minha responsabilidade, no final do passatempo, entregar sacos institucionais com brindes do Casino e outras brochuras informativas, aos artistas que durante o decorrer do passatempo participaram com a sua arte.

Segundo, Michael Bland “as Relações Públicas são uma função de gestão distintiva que ajuda a estabelecer e manter linhas mútuas de comunicação, compreensão, aceitação e cooperação entre as organizações e os seus públicos”⁵.

Era essencialmente através da mensagem transmitida pelas Relações Públicas, mesmo que muitas vezes seja através dos sentidos sensoriais visão, olfato ou tato, que os clientes definem uma imagem inicial. Neste caso os clientes lidam a maior parte das vezes com o balcão Clube In, estando-lhe destinado algumas das funções de maior importância no Casino. A atenção dada ao cliente é muitas vezes um ponto de partida para formar opiniões.

Ao trabalhar nesta área pude contactar com os clientes e contribuir para a construção de uma imagem favorável sobre o Casino Lisboa. Este tipo de ações de comunicação de marketing, de animação do espaço e promoções (prémios e brindes) são utilizados pelo Casino Lisboa como forma de combater o decréscimo sazonal de clientes que se verifica nesta altura do ano.

2.1.1.2. Cartão Clube In

O Clube IN foi criado em março de 2003, inicialmente com três colaboradoras. O seu objetivo era dar assistência direta aos clientes e às suas necessidades mais diretas, através do cartão cliente “Clube IN”.

É um cartão que associa o cliente à marca Estoril Sol e que permite ter acesso a várias ofertas e vantagens enquanto cliente associado.

Todas as vezes que o cliente joga nas máquinas e introduz o cartão, é-lhe atribuído um número de pontos consoante o valor jogado. Estes pontos acumulados dão a sócio a possibilidade de os trocar por dinheiro no Casino Lisboa ou Inter-Casinos Lisboa/ Estoril (ilustração 7 - cada quinhentos pontos são cinco euros), por refeições no restaurante Átrio (sendo que cada refeição do serviço buffet é quinze euros, cem pontos equivale a cinco euros e mil e quinhentos pontos a refeição completa – ilustração 8), por

⁵Fonte: Bland, M. (1987). Novo Manual de Relações públicas. Editorial Presença

compras El Corté Inglês (existe uma vitrine disponível com acessórios, material eletrónico e roupa no casino) ou pelo pagamento do parque de estacionamento.



Ilustração 7 - Utilização de Pontos Inter-Casinos
Fonte: Casino Lisboa



Ilustração 8 - Troca de Pontos Buffet
Fonte: Casino Lisboa

Outros passatempos criados pelo Clube In dão aos clientes a possibilidade de duplicarem os pontos, ganhar férias ou viagens e dinheiro.

O cliente sente-se recompensado e no fim é o Casino que tira maior partido disso, angariando clientes, fidelizando-os e fica ainda com muita informação sobre o cliente como o nome completo, faixa etária, localidade, e-mail e atividade profissional.

Quando o cliente preenche a ficha de cliente para obter o cartão, faculta um conjunto de dados que passam a ser muito úteis para o Marketing da empresa. Através desses dados a área comercial do Casino, assim como a área de jogo, consegue aceder a toda a atividade do cliente no Casino, a sua frequência e tipo de comportamento, podendo assim informá-lo sobre novas campanhas e passatempos.

Tanto os passatempos como as campanhas pretendem “amealhar” não só clientes, mas valorizá-los e mostrar o quanto são importantes, mostrando reconhecimento e apreço.

A base de dados constituída com todos os dados dos clientes associados ao Cartão In é uma ferramenta de Marketing denominada CRM (*Customer Relationship Management*). O CRM é uma técnica usada na gestão de clientes. É extremamente importante na fidelização de clientes, sendo uma forma mais prática de antecipação da perceção das necessidades dos clientes, o que potencia a área de negócio da empresa.

Os clientes recebem informação do Casino através de mensagem telefónica, correio ou email. Desta forma há sempre uma ligação constante entre ambos.

▪ **Função da Estagiária**

Durante todo mês de agosto e início de setembro acompanhei estas atividades de perto. Tive como função:

- Receber e acompanhar os clientes;
- Fazer vários cartões Clube In e introduzir os dados recolhidos na base de dados do Casino;
- Efetuar trocas de pontos do cartão por vales de refeições e tickets de jogo do Casino Lisboa ou Inter-Casinos (Lisboa e Estoril).

2.1.1.3. Outras Funções como Assistente de Relações Públicas

Para além das atividades mencionadas anteriormente fui desempenhando outras que me proporcionaram igual aprendizagem e consegui um crescimento muito mais abrangente:

- Tinha um contacto diário com o público geral e clientes de jogo. Era através de nós, assistentes de Relações Públicas, que havia uma maior interação entre os restantes elementos físicos do próprio Casino. Eramos uma primeira abordagem à chegada dos clientes;
- Participação na realização e análise de inquéritos que eram efetuados para garantir a satisfação do cliente. Como assistentes tínhamos a perceção de várias dificuldades ou queixas que os clientes tinham e que futuramente eram transmitidas à Direção Geral de Operações;
- Foi igualmente importante a minha função de enviar a entidades, como ao Turismo de Portugal, aos Hotéis, entre outras entidades, e a particulares, a informação mensal sobre os acontecimentos no Casino;
- Outra função a desempenhar pelas assistentes foi o acompanhamento de visitas de grupos ou jornalistas ao Casino, algo que implicava um conhecimento exemplar do espaço e do historial do Casino;

- Fui responsável pela receção e gestão da publicidade do Casino;
- Semanalmente havia a ronda, onde eram verificados todas as salas de jogo, assim como espaços de restauração para distribuir a publicidade sobre os eventos, agendas mensais e campanhas Clube In. Servia também como forma de interação com os restantes membros do Casino;
- Desenvolvi o meu nível linguístico, pois quase diariamente era necessário falar outras línguas, sendo o inglês e o espanhol o mais falado.
- Fiz a gestão de *seatings* para estreias e a receção dos convidados da peça de teatro que se iniciou ainda na altura em que era assistente de Relações Públicas, com o nome “Lar Doce Lar”;
- Fiz a gestão de stock de brindes e merchandising.

2.1.1.4. Apreciação Final das Atividades Desenvolvidas

Ter iniciado a minha atividade nas Relações Públicas, *front office* do Casino, permitiu-me perceber o tipo de clientes, identificar o público-alvo, que frequenta o espaço e as necessidades que estes procuram satisfazer. Permitiu ainda que na transição para o *back office* a “bagagem” que levei me desse capacidade para entender outros assuntos relacionados com os clientes.

Tive oportunidade de administrar a minha forma pessoal de lidar com o cliente, estudando a melhor forma de os abordar e de lhe transmitir a filosofia que o Casino nos apresenta, “Casino Lisboa...Surpreenda-se!

Considero o mais importante em tudo isto a minha postura, que foi determinante para o meu sucesso nesta área, que me ajudou e facilitou a minha próxima atividade.

Esforcei-me ao máximo para cumprir o que me foi solicitado e penso tê-lo feito com o sucesso desejado. Foram ainda fundamentais as responsabilidades que me depositaram, pois tive contacto com horários e prazos de entrega e tarefas de grande importância para o Casino. Tudo isto me permitiu destacar outros valores pessoais, fui capaz de me adaptar a uma equipa e com ela trabalhar de uma forma coesa e cúmplice.

Considero que esta experiência nesta área foi fundamental para as que se seguiram. Ensinou-me que para se obter o sucesso nas restantes áreas é essencial a interação e entajuda de todos os elementos do Casino Lisboa.

2.1.2. Direção Geral de Operações: Assessoria de Direção/Duty Manager

segunda parte do meu estágio deixei de estar ligada diretamente ao contacto com o público e assim passei a estar no *back office*, onde as ações são planeadas pensando sempre no cliente que procura o Casino.

No *back office*, as funções que desempenhei dividiram-se em dois segmentos que se interligavam: A Galeria de Arte e o Auditório dos Oceanos. Ambas são espaços de arte mas geridas de diferentes formas. Ambas fazem parte do mesmo gabinete mas são da responsabilidade de diferentes *Duty*, a Dr.^a Ana Maria Catarino *Duty* da Galeria de Arte e a D. Emília Santana do Auditório dos Oceanos.

Faz parte ainda das funções que desempenham, substituírem o Director Geral de Operações quando este se encontra ausente. Neste caso nenhuma decisão é tomada sem o consentimento das mesmas. Diariamente a função da *Duty* é verificar todas as áreas sociais do Casino, antes do mesmo abrir certificando se está tudo limpo e organizado, assim como a articulação entre os vários departamentos e concessionários na resolução de problemas de maior dificuldade de resolução.

Fui facilmente integrada em ambas as áreas pois despertaram o interesse e me adaptei ao trabalho exigido. Nas páginas que se seguem relato as atividades que desenvolvi na Galeria de Arte e no Auditório dos Oceanos.

2.1.2.1. Galeria de Arte

A Galeria de Arte foi inaugurada no dia da abertura do Casino Lisboa, dia 19 de Abril de 2006. Podemos encontrá-la junto à entrada principal do Casino sendo uma área aberta onde passam diariamente a maioria das pessoas que entra no espaço Casino.

Foi criada na base de um conceito inovador que pretendia criar uma área que pudesse aliviar o ar pesado que era estereótipo dos casinos.

No ano da abertura do Casino e durante os três anos seguintes, duas obras magníficas e com dimensões enormes trouxeram ao Casino outra visibilidade e a imagem pretendida de grande valor cultural. Das exposições e artistas destacam-se Fernando Botero, Alexander Calder e Antony Garmley; em exposições as Esculturas Chinesas em madeira policromada do século XIII, peças de coleção de Joe Berardo, a

exposição do Canto da Sereia e o concurso de Azulejaria. Estas obras e autores de grande visibilidade trouxeram ao espaço uma expansão cultural maior. Os clientes de obras de arte passaram a visitar a Galeria e os autores a querer expor neste espaço as suas obras.

É habitual a Galeria de Arte do Casino presar por ter obras de autores de renome e outras atrações. Por exemplo, em algumas das exposições podemos observar carros no espaço interior e houve um projeto futuro para 2013 com um helicóptero dentro do casino.

Foi-me proposto que organizasse e visualizasse a documentação de exposições que durante seis anos haviam passado pelo Casino Lisboa. Foi mais fácil através desta tarefa inteirar-me do objetivo desta Galeria e do seu conceito. Aprendi a observar uma obra de arte com outra sensibilidade, reconhecendo um artista assim como obras de grande nível artístico.

A Galeria de Arte do Casino Lisboa tem como objetivo surpreender e trazer ao mundo cultural obras que demonstrem o grande carisma nacional e internacional. Pretende ser uma sala de obras com bom gosto e de sensibilidade artística.

Poderei referir como exemplo algumas obras e exposições que foram um sucesso tendo projetado a Galeria:

Exposição de Rueffa “I love you” - Rueffa é uma artista em ascensão com apenas vinte e seis anos e a sua primeira exposição individual foi no Casino Lisboa em 2012. A arte e a decoração fazem parte da sua forma de arte criativa. O nome da exposição que manteve no Casino Lisboa foi “I love you”, é “um projecto versátil, que se reveste por uma vertente publicitária, e que, através das técnicas utilizadas (aplicação de resina poliéster e pintura em aerógrafo), concebe uma tridimensional e profundidade intencional e estruturalmente prática”⁶ (exemplo do trabalho da artista na ilustração 9).

⁶ Fonte www.casinolisboa.pt



Ilustração 9 - Rueffa "I love you"
Fonte: Casino Lisboa

World press cartoon foi a exposição que decorreu na Galeria de Arte do Casino Lisboa, de 31 de Agosto a 16 de Setembro de 2012. Expunha os vencedores do 8º Edição do “World press cartoon Sintra 2012”, cujo objetivo é premiar, distinguir e divulgar os melhores desenhos publicados na imprensa mundial ao longo do ano (exemplos na ilustração 10). É uma procura pela qualidade das melhores produções anuais no mundo da imprensa. Pelo 6º ano consecutivo o Casino Lisboa acolhe esta exposição trazendo à Galeria uma visibilidade mundial. Nesta exposição tive contacto com a parte final, tendo ajudado na sua desmontagem, percebendo o cuidado extremo que deveria ter com as obras e pude contactar diretamente com os artistas.

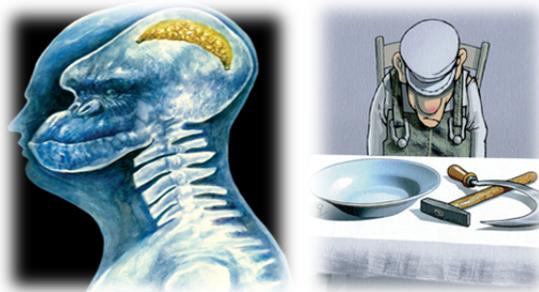


Ilustração 10 - Exemplos de Cartoons da Exposição "World press cartoon"
Fonte: Casino Lisboa

Funções da Estagiária

A minha função na Galeria de Arte consistiu na preparação de uma exposição do início ao fim. Tive a oportunidade de trabalhar diretamente com os artistas e perceber a complexidade de uma função que nos liga à arte.

A arte é como *Theodor Adorno* dizia “a grandeza de uma obra de arte está fundamentalmente no seu carácter ambíguo, qua deixa ao espectador decidir sobre o seu significado”⁷.

A exposição que trabalhei estava totalmente de acordo com esta citação. Vários artistas expõem a sua arte através de estilos diferentes e somos transportados para uma outra visão, sendo que são todos artistas mas tão distintos. A arte é muito mais que o valor material é essencialmente um valor sentimental que transcende o ser humano comum e provoca ao artista uma forma para além do real de sentir e ver a sua obra.

As obras são escolhidas dentro dos parâmetros que a Galeria de Arte já habituou os seus visitantes. Assim sendo, preza pela inovação, criatividade e excentricidade. É feito um plano de exposição e parte-se à procura dos elementos necessários como multimédia, segurança e manutenção. Há um cuidado para que tudo seja programado ao pormenor, sempre com a supervisão da diretora da Galeria de Arte, Dr.^a Ana Maria Catarino. É fundamental dar ao artista uma segurança quanto ao tratamento das suas obras.

A exposição que vos apresento dá pelo nome de *“Art In Park”*.

A ARTinPARK é uma associação cultural sem fins lucrativos apoiada pelo Motor Village, sediada no Spazio Dual na Avenida da República (ver ilustrações 11 e 12), em Lisboa. Foi construída com o objetivo de promover atividades para a valorização profissional de artistas e profissionais das indústrias criativas, sensibilizando a sociedade civil. A Associação disponibiliza os seus espaços para que os seus associados das áreas da pintura, fotografia, joalheria, moda, instalação, web design, videoarte, artes plásticas, escultura e cinema possam desenvolver as suas atividades e aos mesmo tempo criar sinergias úteis ao desenvolvimento.

⁷Fonte: Citações do Autor, www.google.com



Ilustração 11 - Logo Spazio Dual
Fonte: ArtinPark



Ilustração 12 - Interior do Spazio Dual
Fonte: ArtinPark

Foi neste conceito que a Galeria de Arte de baseou, transportando para o Casino Lisboa a disposição existente no Spazio Dual .

Os artistas que expuseram as suas obras na “*Art In Park*” no Casino Lisboa foram:

Valentim Quaresma que sobre a sua obra diz ser “um projeto que se foca na ideia de vírus como uma forma de propagação em cadeia de ideias e formas. A pesquisa feita com base em padrões pictóricos microscópicos combina com os diversos materiais selecionados e origina formas que vão sendo transpostas de uma peça para a outra. Recorre-se à tecnologia e à experimentação de diversas soluções, originando diferentes resultados na abordagem de um mesmo tema”⁸ (ver exemplos da sua obra na ilustração 13).

⁸ Fonte: www.valentimquaresma.pt



Ilustração 13 - Esculturas de Valentim Quaresma
Fonte: Página Oficial Valentim Quaresma

Daniela Ribeiro é a artista que pretende fundir tecnologia com a humanidade (exemplo nas ilustrações 14 e 15). Desta forma através de peças e chips, ecrãs e fios de telemóveis nasce a sua arte. Sobre o seu trabalho Daniela diz tratar-se de “pegar nas descobertas científicas e imaginar o futuro”⁹.

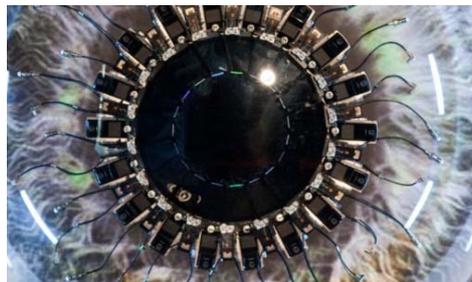


Ilustração 14 - “Olho Biónico” de Daniela Ribeiro
Fonte: ArtinPark



Ilustração 15 - Ateliê de trabalho de Daniela Ribeiro
Fonte: Jornal “O País”

⁹ Fonte: Entrevista do Jornal “O País”.

Ricardo Quaresma Vieira tem o seu trabalho exposto em várias formas, desde a fotografia ao cinema, ao vídeo e instalação, e continua determinado a continuar a investigar e a projetar as suas ideias nas Artes Visuais, na Arte Social e na Arte Trans-Contemporânea (exemplos da obra do artista na ilustração 16). Já viu o seu trabalho publicado na *Máxima*, *Vogue*, *ELLE*, *Público* entre outros¹⁰.



Ilustração 16 - Ricardo Quaresma Vieira, *Modamorfose*
Fonte: ArtinPark

Gonzalo Bénard é um artista motivado pelas pessoas e adora ficar a conhecê-las através de uma simples mas minuciosa observação e interpretação, para além daquilo que é óbvio (ver ilustrações 17 e 18). Sobre o seu trabalho diz “aprendemos muito sobre a forma como devemos respeitar os outros, olhando-os de perto e é isso que tento sempre captar com a câmara. Quando encontramos alguém que faz com que o nosso coração bata sem parar e a nossa cabeça começa a criar non-stop, temos de fazer algo acerca disso. Acordo sempre com as diferenças nos detalhes mais pequenos e no final, o que mais nos inspira e motiva é o comportamento, a vida e natureza humana”¹¹.



Ilustração 17 - Gonzalo Bénard, *Ardentes*
Fonte: Blog The Lisbon Stores

¹⁰Fonte: Thelisbonstores.blogspot.pt

¹¹Fonte: Thelisbonstores.blogspot.pt



Ilustração 18 - Gonzalo Bénard, *Mas*
 Fonte: Blog The Lisbon Stores

De *Cláudia Conduto* pouco se sabe, mas podemos dizer que a sua obra de maior sucesso é “Moradia 361_II” apoiada pela Galeria Luís Serpa (exemplos nas ilustrações 19 e 20). Recebeu em 2003 o prémio Winston oh Travel Award, em Singapura¹².



Ilustração 19 - Cláudia Conduto, *Série III*
 Fonte: Página Oficial de Cláudia Conduto



Ilustração 20 - Cláudia Conduto, *Chaminé atrás da cama*
 Fonte: Página Oficial de Cláudia Conduto

Ricardo Campos é ator, artista plástico/performer e desenvolve um trabalho simples mas que inquieta e remete para um outro universo que nos faz interrogar quem somos e de onde vivemos¹³ (exemplo do trabalho do artista na ilustração 21).

¹² Fonte: www.claudiaconduto.net

¹³ Fonte: www.artinpark.com



Ilustração 21 - Ricardo Campo
Fonte: Página oficial da ArtinPark

Mariana Mizarela sobre o seu trabalho diz: “atualmente o meu trabalho debruça-se sobre uma interpretação da obra “O físico Prodígio”, de Jorge Sena, tema da minha tese no mestrado em Ilustração Artística (exemplos nas ilustrações 22 e 23). Exploro também a auto representação e as questões de género, a partir da própria conceção e género, a qual carrega em si mesma um determinismo social e ideológico das condutas femininas”¹⁴.



Ilustração 22 - Mariana Mizarela, *Woman on Wives*
Fonte: Página Oficial de Mariana Mizarela

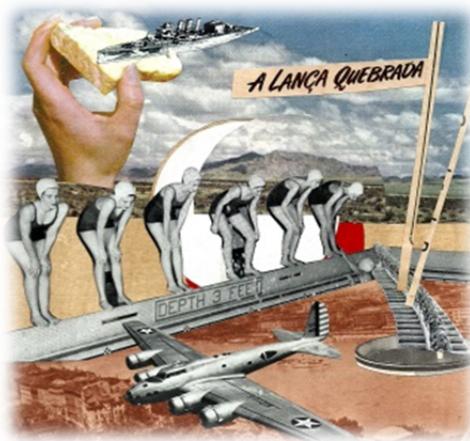


Ilustração 23 - Mariana Mizarela, *A Lança Quebrada 2012*
Fonte: Página Oficial de Mariana Mizarela

¹⁴ Fonte: marianamizarela.blogspot.pt

A minha função enquanto assistente de relações públicas na Galeria de Arte iniciou-se com a pesquisa sobre todos os artistas da exposição e em que consistia a “Art In Park”. Passou também pela montagem da exposição, e pelo contacto direto com os artistas. Deste modo cria-se uma interação entre o artista e a Galeria e há um cuidado entre as partes para que tudo corra harmoniosamente.

Há vários intervenientes que colaboram diretamente para que tudo saia como foi planeado anteriormente, por vezes é preciso a colaboração da manutenção e da multimédia que são partes igualmente importantes para o sucesso da exposição. A montagem da exposição tem de ser feita no dia em que é inaugurada e tem de estar pronta até às 15h\16h do dia de início, sendo que o Casino abre a essa hora e nada pode estar por fazer.

No Caso da exposição “Art In Park” foi necessária a colaboração da manutenção e da multimédia, pois havia luzes e vídeo para pôr a funcionar. A minha função era verificar se tudo corria bem e se tudo estava de acordo com o previsto.

A inauguração foi feita no mesmo dia, como é hábito, e os artistas intervenientes são os convidados principais. Nesta exposição houve ainda a participação de um dos artistas, o Ricardo Campos, numa performance pessoal. Como já referi anteriormente Ricardo Campos é não só artista como ator.

Foi minha função garantir que tudo o que estava planeado fosse cumprido, garantir que todos os artistas estivessem presentes a horas, receber os convidados e dar-lhes atenção. Foi também minha função acompanhar o performer Ricardo Campos ao camarim, mostrar-lhe o espaço, levá-lo à Galeria de Arte, mostrar-lhe o local onde iria atuar e auxiliá-lo nas suas necessidades.

Penso que a exposição foi um sucesso, a forma como estava agrupada e as suas características estavam inteiramente de acordo com o conceito das exposições do Casino e com a forma cultural de se impor na sociedade artística.

2.1.2.1.1. Apreciação Final

Considero que esta foi uma das atividades que mais me engradeceu durante todo o estágio. Adquiri conhecimentos que considero muitos úteis a nível pessoal. Fui capaz de perceber a arte nos olhos de quem a faz e senti a responsabilidade de ter em mãos um projeto que só poderia ser verdadeiramente perceptível se vivido. Hoje após esta tarefa

sinto-me mais culta, sensibilizada com a arte e capaz de conhecer uma obra-prima quando me vejo perante uma.

Como diria Andy Warhol, “um artista é alguém que produz coisas de que as pessoas não têm necessidade, mas que ele - por qualquer razão - pensa que seria uma boa ideia dá-las a elas”¹⁵. Penso que a Galeria de Arte está de acordo com a missão do Casino, ser um espaço não só de lazer como de entretenimento e cultura.

2.1.2.2. Auditório dos Oceanos

O Auditório dos Oceanos é um espaço com referência na cultura nacional do país. Alberga vários espetáculos, muitos deles de grande nome internacional. Dispondo de um teto escamoteável e equipado com tecnologia de última geração, este auditório, de características vanguardistas, tem capacidade para 638 espectadores e um fundo de palco amovível que permite a visão panorâmica dos demais espaços envolventes do Casino.

Este espaço permite ter várias funcionalidades desde espetáculos, a reuniões, congressos e seminários. É um espaço que permite o que a sua imaginação permitir.

O Auditório tem sido palco de espetáculos internacionais e nacionais de grande relevo. Durante os seis anos da sua abertura muitos foram os atores e espetáculos que podemos destacar. Entre eles:

- Peça de teatro “**É como diz o Outro!**”, com Bruno Nogueira e Miguel Guilherme.



Ilustração 24 - Cartaz da Peça de Teatro "É como diz o Outro"
Fonte: Casino Lisboa

¹⁵ Fonte: Citações do Autor

- Espetáculo Circense “Slava’s Snowshow”

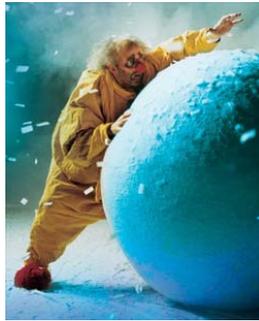


Ilustração 25 - Slava’s Snowshow
Fonte: Casino Lisboa

- E um dos mais importantes, a Companhia de Tango Internacional “Tango Pasión” que comemora os 20 anos de atividade e fará em Dezembro de 2012 um espetáculo no Auditório dos Oceanos, como já vem sendo hábito.



Ilustração 26 - Tango Pasión
Fonte: Casino Lisboa

2.1.2.2.1. Estudo Comparativo entre o Auditório dos Oceanos e Outras Salas de Espetáculos

A quando da minha participação, no Auditório dos Oceanos, estava já em cena uma peça de teatro “Lar doce Lar” (ver em anexo 6) com os atores Maria Rueff e Joaquim Monchique. Começou com sucesso e manteve-se assim dia aposto dia.

A minha função foi também estabelecer a comparação, do ano de 2012, entre salas de espetáculos do país que possam ser concorrentes com o Auditório dos Oceanos.

Assim sendo, através do site da *Ticketline*, que colabora com o Casino, e com os próprios sites das salas de espetáculos, pesquisei sobre espetáculos em cena da mesma categoria artística, nos meses de 2012.

Defini como critérios de distinção, a semelhante capacidade de lotação das salas e as que estivessem num raio próximo do Auditório.

Através da pesquisa que fiz conclui que as únicas salas de espetáculos que concorrem diretamente com o Auditório dos Oceanos são o Teatro Villaret e o Centro Cultural de Belém (CCB). Poderia incluir também o Teatro Tivoli sendo que ambos (Teatro Tivoli e Auditório dos Oceanos) são explorados pela UAU produções.

Perante a avaliação que fiz sobre a concorrência e o próprio Auditório dos Oceanos, não posso deixar de concluir que existe uma concorrência que não colide diretamente com o Auditório dos Oceanos. Há sem dúvida outras salas de espetáculos com espetáculos similares, mas há para públicos específicos por variados motivos. Muitas vezes aquilo que os clientes procuram é a prática de melhores preços, os artistas presentes ou o tema em si, e é neste campo que o Auditório se deve manter atualizado dando sempre prioridade ao que o cliente procura. É fundamental também a diversificação dos espetáculos e a qualidade, podendo concorrer em várias áreas e não apenas no teatro. Criar diversidade, qualidade e acolhimento são as estratégias que na minha opinião funcionam com os clientes deste tipo de serviço.

Um dos espetáculos que no mês de setembro de 2012 concorria diretamente com a peça “Lar Doce Lar”, poderia ser a peça de Teatro “Avé Comédia cheia de Graça!”, mas após a pesquisa que elaborei conclui que não haveria concorrência direta devido a fatores criteriosos como, o tipo de espetáculo, a distância entre as salas de espetáculos e a diferente capacidade de lotação, e mesmo os artistas que realizam o espetáculo.

Considerarei a possibilidade de avaliar a situação atual do país e perceber se a crise, que atualmente vivemos, poderia criar um problema na afluência ao teatro. Após uma avaliação do público-alvo¹⁶ conclui que essa variável ainda não se fez sentir nos espetáculos do Casino Lisboa. O público que frequenta o teatro é de classe média-alta ou alta, cliente que apreciam a vinda ao Teatro e que não prescindem esse dia¹⁷.

¹⁶ A variável de análise foi a prática de preços pouco acessíveis e espetáculos de grande caris cultural.

¹⁷ Perceção da estagiária pelo tempo que passou por esta área.

Na tabela seguinte apenas faço a avaliação comparativa para a peça em palco no Casino Lisboa em setembro de 2012, o trabalho anual é apresentado no anexo 7.

Setembro	De 12 a 30- Lar doce Lar - Comédia	<p><u>Teatro Villaret:</u> De 8 a 29- Villaret Comedy Club- Stand up Comedy Dia 7, 14, 21 e 28-Busilis-Teatro Comédia Dia 6 a 30-Avé Commedia Cheia de Graça-Teatro comédia *</p> <p><u>Teatro do Bairro:</u> Dia 4, 11, 18 e 25-Caveman, Mim Caçar Tu Colher-Teatro Comédia</p> <p><u>Teatro da Politécnica:</u> De 8 a 30-Feliz Aniversário-Teatro</p> <p><u>Teatro Independente de Oeiras:</u> De 14 a 30-H2M1-Teatro Comédia</p> <p><u>Teatro Tivoli BBVA:</u> De 26 a 30-Os Homens são de Marte é para lá que eu vou-Teatro Comédia</p> <p><u>Teatro Politeama:</u> Mês- Uma noite em casa de Amália-Musical</p> <p><u>Teatro D.Maria II:</u> De 20 a 30-Cenas da vida Conjugal-Teatro</p>	<p><u>Teatro Villaret:</u> Villaret Comedy Club- 10,00€ Busilis-10,00€ Avé Commedia Cheia de Graça-16,00€</p> <p><u>Teatro do Bairro:</u> Caverman, Mim Caçar tu Colher-Mesa 2 pax 40,00€ Plateia 15,00€</p> <p><u>Teatro Politécnica:</u> Feliz Aniversário-10,00€</p> <p><u>Teatro Independente de Oeiras:</u> H2M1-8,00€</p> <p><u>Teatro Tivoli BBVA:</u> Os Homens são de Marte é para lá que eu vou- 22,00€;18,00€</p> <p><u>Teatro Politeama:</u> Uma noite em casa de Amália:30,00€;15,00€</p> <p><u>Teatro D.Maria II:</u> Cenas da vida Conjugal- De 8,00€ a 45,00€</p>
----------	---	--	---

*Esta peça faz concorrência com a nossa que se encontra em cena, Lar doce Lar, é uma comédia com actores que estão actualmente a trabalhar em televisão também e que têm uma visibilidade grande. A prática dos preços é similar.

Tabela 1 - Grelha Comparativa: Auditório dos Oceanos/Outras Salas de Espetáculos de Lisboa em 2012

Fonte: Elaboração Própria

2.1.2.2.2. Plano de Divulgação: Publicidade dos Parceiros da UAU Produções

A segunda atividade que me foi proposta desenvolver no Auditório dos Oceanos passou pela avaliação da publicidade dos parceiros da *UAU Produções*, concessionária da área da animação e espetáculos do Casino. Dependendo dos espetáculos os parceiros variam, sendo estes os parceiros *Sapo, Destak, Sic e Caras*.

Após uma visita ao Auditório, pude observar que o suporte utilizado na publicidade dos parceiros era já antiquado, sendo ainda em forma de *mupies* (indoors). Foi-me então proposto que sugerisse uma nova forma de publicitá-los.

Através dos conhecimentos que adquiri ao longo de três anos letivos no Curso de Marketing, através de conhecimentos adquiridos em formações e palestras, fui capaz de avaliar os prós e contras das diferentes opções e as melhores formas de captar a atenção dos espectadores.

Na minha opinião penso que o método utilizado é arcaico não valorizando os parceiros divulgados. Propus então uma solução que a meu ver, traria uma maior projeção: a conceção de um vídeo de curta duração (30 segundos) que passaria enquanto os espectadores, já em sala, aguardam pelo início dos espetáculos. Era uma forma de garantir a sua visualização e mostrar aos parceiros que são valorizados.

Essa proposta teve por base o seguinte plano de trabalho criativo (tabela 2):

Qual o Objetivo desta Publicidade?

Os objetivos pretendidos com esta divulgação é a visibilidade das marcas parceiras, não como forma de dar as conhecer, mas como meio de manter a sua presença constante na mente do consumidor. Pretende-se que visualmente tenham em mente sempre essas marcas (notoriedade espontânea e *top of mind*). A utilização dos cinco sentidos é um facto importante a ter em conta, aquando da promoção de um Produto/Serviço. Os patrocinadores da UAU Produções pretendem o reconhecimento da sua marca pelo público-alvo.

Identificar o Público-Alvo

Público com algum poder de compra, de classe económica média ou alta, com média/alto nível cultural, pessoas por norma informadas.

Determinar os recursos necessários

Os recursos necessários são disponibilizados pela UAU. É necessário um CD em que agrupe toda a mensagem áudio e visual dos parceiros, uma tela reversível no Auditório e um projetor.

Determinar o Canal de Comunicação

O método a utilizar é *Media Communication*, focaliza-se nas pessoas e vai mais particularmente à atenção de cada um. Sendo que o sentido visual é provocado e a pessoa observa naturalmente o que se passa ao seu redor. Este é um meio de comunicação massivo de carácter audiovisual, destinado a servir de informação e entretenimento através dos espetáculos realizados. Ainda que os espetáculos sirvam para divertimento, é a própria concentração numerosa de público existente nas salas que constitui um meio de comunicação interessante. A sua força enquanto meio publicitário vem principalmente como já havia referido, da sua natureza audiovisual pois a utilização de imagens, cores e sons proporciona uma grande versatilidade para poder mostrar todo tipo de produtos ou situações. O auditório possui todas as condições técnicas necessárias. As características envolventes da sala faz focarem mais facilmente a atenção do espetador.

O orçamento

Necessidade de investir numa tela automática que pode ser usada em várias ocasiões, que possa ter um sistema automático de recolher e que fique colocada de modo a não interferir com os cenários e que permita ser visualizada de qualquer lugar da sala.

Tabela 2 - Plano Trabalho Criativo
Fonte: Elaboração Própria

Considero como conclusão, que a proposta que apresentei neste plano irá ao encontro do que a UAU Produções pretende: a satisfação total dos seus patrocinadores (ver o Plano Final no anexo 8). Para o Casino Lisboa, mais propriamente para o Auditório dos Oceanos, será também uma mais-valia, pois o equipamento a adquirir pode ser utilizado para inúmeros fins, nomeadamente para a utilização de outros espetáculos que possam querer utilizar o equipamento. Desta forma o Casino Lisboa criará boas relações não só com a produtora como com os parceiros da produtora.

A minha sugestão baseou-se naquilo que aprendi enquanto aluna, penso que apostar cada vez mais nos *cinco sentidos* como já havia referido, tornou-se essencial na escolha deste tipo de divulgação.

Até ao momento do fim do meu estágio ainda não havia sido concretizada a minha proposta, mas a ideia foi aceite.

2.1.2.2.3. Apreciação Final

Este trabalho foi, dentro de todos os que realizei, aquele em que senti estar mais preparada com os conhecimentos adquiridos no meu percurso académico. Senti alguma dificuldade inicial, mas através de uma pesquisa consegui terminar as tarefas com sucesso. Cresci profissionalmente e pessoalmente. Foi enriquecedor trabalhar no Auditório dos Oceanos, pois para além das tarefas que desempenhei pude contactar diretamente com alguns artistas, fui capaz de me adaptar a diferentes situações e manter-me atenta a tudo que podia possibilitar-me um crescimento profissional e pessoal.

2.1.3. Departamento Comercial: Área de Eventos

O Departamento Comercial do Casino Lisboa foi outrora Departamento de Marketing, mas como as funções desempenhadas aumentaram, o departamento passou a denominar-se o que é atualmente, Comercial.

Os responsáveis deste departamento são o Sr. Vitor Carvalho e Dr. Jaime Luiz.

As funções desempenhadas por este gabinete ultrapassam em muito a área comercial, e são da sua competência:

- A receção e acompanhamento de consultas internas e externas para a concretização de eventos;
- Reencaminhamento das consultas para os respetivos parceiros (UAU Produções; Grupo Lágrimas; Ticketline; F4Fun; Placegar);
- Concretização dos Eventos;
- Contabilidades mensais atualizadas para a Direção Geral de Operações.

O número de tarefas que aqui apresento são apenas simplificadoras comparadas com aquilo que na verdade é feito neste departamento. O trabalho desempenhado exige uma capacidade de articulação de todos os outros departamentos. Faz parte das suas funções articular as várias áreas para que tudo chegue ao cliente concretizado, mas apenas gerido por um departamento.

Como já havia dito em outros pontos deste relatório, muitas das coisas que aqui vivi só seria perceptível se efetivamente vivido. A grandeza de um trabalho destes é vivida com intensidade e perseverança inigualáveis.

Durante o período de estágio neste departamento estive essencialmente afeta à área dos eventos, área que desenvolverei nos pontos seguintes.

- **Tipos de Eventos no Casino Lisboa**

Existem vários espaços disponíveis no Casino Lisboa para a realização de eventos, destinados a pequenos e grandes eventos, de escala empresarial ou organizacional, de baixa ou alta cobertura mediática, com ou sem patrocinadores, de baixos ou altos custos e de envolvimento de diferentes públicos (Ex: Festas de Natal, Reuniões, feiras, congressos, palestras, eventos sociais e eventos culturais, eventos para apresentação de novos produtos, eventos que reúnem profissionais e estudiosos, eventos informais, entrega de prémios e homenagens).

É nesta base que chegam diariamente várias candidaturas ao Departamento Comercial para organização de eventos. Seguidamente todas as solicitações são avaliadas e todos os possíveis clientes são convidados a visitar as instalações e os diferentes espaços que o Casino pode oferecer.

- **A Visita ao Casino**

O cliente é o primeiro a contactar o Casino através de um e-mail para Info@estoril-sol.com, ou dirigindo-se ao balcão das relações públicas do Casino Lisboa ou mesmo pelo telefone. Depois é concretizada a troca de contactos, sendo que o e-mail é o único meio viável nesta empresa. Tudo que se diz, faz e se acerta é feito por e-mail, para que haja sempre um documento efetivo que possa comprovar e autenticar o que foi dito ao cliente e o que o cliente disse. Quando os eventos a realizar são no espaço do Casino, por norma é feita uma marcação de uma visita guiada ao cliente, quer este já conheça ou não o Casino. Por vezes os clientes conhecem o Casino, mas desconhecem as possibilidades que este tem.

Durante a visita é explicado ao cliente que o Casino tem todo o gosto em receber os clientes que procuram o espaço para realizar os seus eventos. Todo este acompanhamento é feito num ambiente muito informal, trazendo ao cliente uma ligação logo instantânea com o espaço. São esclarecidas as dúvidas dos clientes e há uma reunião final para alinhar os pormenores e as possibilidades existentes. É-lhes enviado previamente as ementas através do grupo que explora a restauração, se for o caso do cliente pretender o serviço de *catering*. O cliente pode pedir entre outros serviços como dj's, bandas, serviços de *team building*¹⁸, ou *promo tickets*¹⁹. Tudo isto pode ficar a cargo do cliente ou do Casino. O cliente pode decidir na hora ou contactar mais tarde o departamento.

A maioria dos eventos a realizar, envolvem outros departamentos do Casino, como por exemplo a multimedia, as relações públicas e a direção de jogo. É assim necessário que haja uma boa capacidade de diálogo entre todos os departamentos a fim de facilitar o trabalho de todos.

É facultado ao cliente os diferentes orçamentos pelos concessionários dos diferentes espaços do Casino, dentro daquilo que este pretende (Ex: jantar, *after hours* ou discoteca, e bilhetes para espetáculos). Existe ainda a possibilidade do cliente oferecer aos seus clientes *Promo tickets*. Neste caso é solicitado à Direcção de Jogo do

¹⁸ Consiste em atividades de lazer em grupo que têm por objetivo a interação dos vários elementos.

¹⁹ São *tickets* com o valor mínimo de 5€ para jogar nas máquinas do Casino.

Casino que providencie os *promo tickets*. Existe a particularidade que podem ser personalizados com o nome do Evento, dando um toque de classe à vista do cliente.

Se o cliente decidir que pretende realizar o evento no Casino Lisboa, inicia-se o processo.

- **A Realização do Evento**

A realização do evento pode, como já referi, incluir vários departamentos, e nesse caso um dos elementos de cada departamento específico tem de estar presente para garantir que tudo corra como previsto. Para isso é ainda enviado a todos os setores do Casino uma comunicação interna (ver exemplo no anexo 9) que informa todos os colaboradores do Casino do que vai acontecer, a que horas, onde decorre e quantas pessoas irão estar presentes. Serve a presente comunicação para garantir que elementos como a segurança, as salas de jogo entre outras, tenham conhecimento da entrada daquelas pessoas.

Inicia-se o evento posicionando devidamente a informação para que o convidado saiba onde se dirigir. Muitas vezes os convidados dos clientes não têm contacto com o Casino, não tendo por isso noção de como se movimentar no espaço. Tendo em conta este fato, há sempre um elemento do departamento na receção dos convidados e respectivo cliente à entrada do Casino. Tem como função informar, cumprimentar e disponibilizar ajuda para o que for necessário. O passo seguinte é manter a atenção deixando os convidados desfrutar do espaço.

O evento termina e é feito um balanço, e a conclusão desse balanço é refletido numa posterior vinda dos clientes ao Casino, o que felizmente na maioria das vezes acontece, pela simpatia, conforto, elegância, disponibilidade ou acolhimento recebido.

Afinal, Casino Lisboa....Venha Surpreender-se connosco!

2.1.3.1. A Minha Função no Departamento Comercial: Eventos

Através dos gestores deste departamento, segui todos os eventos que se realizaram durante o período em que permaneci neste Gabinete. Apesar de estar limitada quanto à tomada de decisões, pude acompanhar a receção e troca de e-mails entre o departamento e os clientes, e entre o departamento e os nossos parceiros internos

(concessionários), participar nas reuniões com os clientes, participar na preparação e acompanhamento dos eventos realizados e na gestão do mapa de eventos (ver anexo 10).

De todos os eventos o mais importante e do qual fui parte integrante do início ao fim, foi realizado no dia 23 de outubro e estava reservado à Marinha Portuguesa - *84th JEC HARPOON Meeting*. É um encontro internacional que junta vários elementos das marinhas de vários países para congressos (que acontece extra Casino) e que termina com o Jantar convívio, realizado no Casino Lisboa.

O objetivo do cliente, que procurou o Casino Lisboa era divertir os seus convidados proporcionando-lhe um momento de agradável convívio.

Foi-nos informado que haveria fotos de eventos anteriores que o cliente queria passar à chegada dos convidados, por isso foi necessário a montagem de uma televisão, que ficou a cargo da Multimédia. Durante o decorrer dessa apresentação estive sempre presente um elemento dessa área, garantido o bom funcionamento da sua área de responsabilidade.

Foi colocado à entrada um acrílico com a informação que dirigia os convidados para o *Welcome Drink*. À chegada, eu e o Sr. Vitor Carvalho, que foi quem me acompanhou neste Evento, estávamos presentes para falar com o cliente e receber os seus convidados. Acompanhamo-los ao restaurante MoMo onde decorreu o jantar. Iniciou-se a passagem das fotos.

Terminada a passagem de fotos no *Welcome Drink*, passou-se para a sala de jantar. Os convidados jantaram e no final foi-lhes oferecido, pelo cliente (Marinha Portuguesa, responsável pela organização do encontro), *promo tickets* no valor de 5€ que lhes possibilitou jogar em qualquer máquina dos 3 pisos do Casino. A nossa função estava concluída.

Como já havia dito, este foi o departamento que mais me suscitou entusiasmo e que superou em muito as minhas expectativas. Apesar de estar mais restringida, sendo que muitas vezes as decisões não podiam ser tomadas por mim e em muitas tarefas não haver a possibilidade de me darem autonomia, foi um trabalho aliciante que me possibilitou um conhecimento muito abrangente.

O ambiente que vivi neste departamento foi extremamente gratificante, fazendo-me perceber que também a descontração, a alegria e a informalidade faz o sucesso das decisões.

Foi uma enorme aprendizagem profissional, mas pessoalmente sinto que cresci imenso e tenho hoje uma visão diferente de um ambiente profissional.

Conclusão

No final destes três meses considero que conclui com sucesso as tarefas que me foram propostas. Fui capaz de pôr em prática muitos dos conhecimentos adquiridos ao longo de três anos.

Desde o primeiro dia que me senti parte integrante da Família Casino Lisboa e fui tratada não como uma estagiária, mas sim como alguém que deu um contributo e algum do seu conhecimento. Penso no final, ter satisfeito aqueles que me proporcionaram esta experiência e que enaltecem os meus valores mais preservados no mundo profissional como educação, pro-atividade e empreendedorismo.

A área que pude experienciar foi de certa forma nova para mim, mas trabalhar como Relações Públicas e Eventos fez-me perceber a área em que pretendo concentrar-me.

O fato de ter vivido durante esse período numa nova cidade que não conhecia e que me foi difícil adaptar inicialmente, mostrou-me que sou mais forte e mais capaz do que pensava. Ultrapassei diariamente vários obstáculos mas orgulho-me da minha decisão de ter escolhido o Casino Lisboa e ter embarcado nesta aventura.

Muito teria a dizer desta experiência mas por mais palavras que possa acrescentar nunca dirão o quanto foi aliciante, engrandecedor, profundo, intenso e enriquecedor ter vivido este percurso. Hoje sinto-me capaz de investir em qualquer desafio, conheço-me melhor e sei que termino esta licenciatura com mais conhecimento e com mais capacidades profissionais.

Bibliografia

Publicações

- Bland, M. (1987). Novo Manual de Relações públicas. Editorial Presença
- Póvoas, R. (2009). Relações públicas sem croquetes. Edições Gestão plus

Pesquisa na Internet

Esta pesquisa foi realizada entre setembro de 2012 e novembro de 2012.

- Anúncio televisivo sobre a Renault
- www.casinolisboa.pt
- www.artinpark.com
- www.valentimquaresma.pt
- www.opais.net
- thelisbonstorespot.pt
- www.claudiaconduto.net
- marianamizarela.blog.pt

Anexos

Anexo 1 – Flyer das “Noites de Verão”

Noites de Verão

**27 Julho a 2 Setembro
TODAS AS NOITES
a partir das 22h**

**ENTRADA
LIVRE**



Aldo Lima
4, 11 e 24 Agosto
1 Setembro
às 00h00



Eduardo Madeira
27 Julho
3, 17 e 25 Agosto
às 00h00



Francisco Menezes
28 Julho
10, 18 e 31 Agosto
às 00h00



Diariamente
Roleta ao Vivo
Dream Bodies
Novo Circo
Música ao Vivo
DJs e Ws



Arena Lounge
Promoção de Verão
O 2º Cocktail
só custa 1€



Aldo Lima
4, 11 e 24 Agosto e 1 Setembro às 00h00
Tem actualmente 180m mas já teve 180m. É solteiro e tem cinco filhos. Além de tudo o que fez, e já fez muita coisa, estreou-se em Abril no teatro em *As Mulheres Não Percebem...* ao voltar sempre que volta a participar no Clube de Comédia.



Eduardo Madeira
27 Julho e 3, 17, 25 Agosto às 00h00
O Humorista-Chefe Eduardo, apresenta no Casino Lisboa um menu de stand-up comedy e música com redução de tarifas servido numa cama de fofo graças a boa disposição. Um espectáculo para apreciadores da comédia Gourmet.



Francisco Menezes
28 Julho e 10, 18, 31 Agosto às 00h00
Há quem o adore, há quem o odeie. Cada uma das suas atuações é um momento absolutamente único, até à esgotar. Brilha, canta e passa factura. É o artista total!

Diariamente a partir das 23h*
A roleta vai rodar, escolhe a mesa certa para ganhar. Bilhetes para o Auditório dos Coelhos e Créditos para Jogar. *exceto nos dias 2, 8, 21 e 28 de Agosto.



Roleta ao Vivo



Dream Bodies
Todos os dias
A sedução tem um som muito doce com temas como Candy Shop (Madonna) e 50 Cent), Fergalicious (Rings) ou Lollipop (Miley). Em palco a inocência brilha com a promessa do prazer corrigida em movimentos plenos de erotismo.

Diariamente
Um número do Farsa Combinada de Benjamin e Eloise, aliá uma aperfeiçoada técnica com a elegância de movimentos onde o equilíbrio é essencial.



Novo Circo



Arena Lounge
Promoção de Verão
O 2º Cocktail
só custa 2€

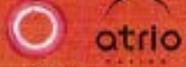
**TODOS OS DIAS
MÚSICA AO VIVO E
JUEGOS COM DJ'S E W'S**



www.casino-lisboa.pt

Visite a página Casino Red Carpet no e acesse a passarelas exclusivas, bilhetes para espectáculos e muitos outros prémios.






WWW.CASINO-LISBOA.PT
Toda a vida do Casino ao longo do dia e noite.
Entretimento e eventos de todos os tipos ao longo do dia.
T: +351 21 361 91 00 - info@casinolisboa.com

Programa sujeito a alterações.



Anexo 2 – Dream Bodies



Anexo 3 – Bejamim e Élodie



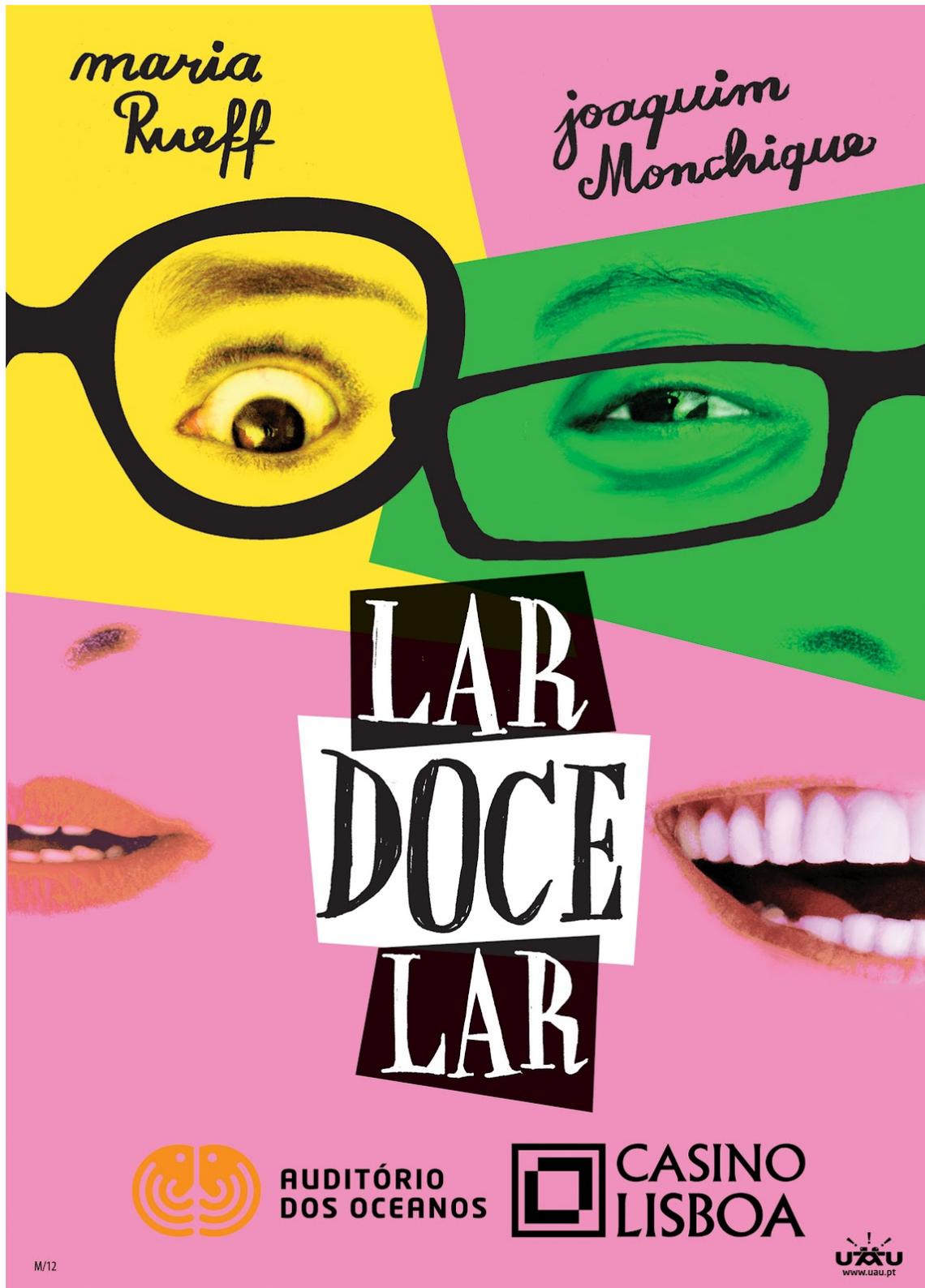
Anexo 4 – Francisco Menezes



Anexo 5 – “Roleta ao Vivo”



Anexo 6- Flyer Peça “Lar doce Lar”



Anexo 7 – Grelhas Comparativas entre o Auditório dos Oceanos e as outras Salas de Espetáculos de Lisboa em 2012.

Grelhas comparativas entre o Auditório dos Oceanos e as outras salas de espetáculos em Lisboa no ano de 2012

Meses	Auditório dos Oceanos	Outros palcos em Lisboa	Preços de Outros palcos
Janeiro	Celtic legends- De17 a 29	Teatro Tivoli BBVA: De 1 a 22- A Fuga-Comédia CCB: Dia 7-Pedro Tochas, 20 anos- Comédia	Teatro Tivoli BBVA: A Fuga-Entre 15,00€ e 22,00€ CCB: Pedro Tochas, 20 anos-De 10,00€ a 15,00€
Fevereiro	The phantom of the opera- De 1 a 12 Cirque Machanics-De 14 a26	CCB: Dia 16 e 17-As quatro estações de The Gift-Concerto Dia 11-Luís Represas e João Gil- Concerto	CCB: As quatro Estações de The Gift-De 5,00€ a 20,00€ Luís Represas e João Gil- De 5,00€ a 25,00€
Março	Mario Daniel, Fora do Baralho- Dia 2 Shaolin- De 6 a 18 Rock the ballet- De 20 a 31	Não foi encontrada informação	
Abril	Rock the Ballet- Dia 1 Rouxinol Faduncho-Dias 12 e 13 Slava's Snowshow-De 17 a 30	Teatro Tivoli BBVA: Dias 10 e 11- Gant's True Tales- Comédia CCB: Dia 29- Um ensaio de Fado- Musica	Teatro Tivoli BBVA: Gant's True Tales-10,00€ CCB: Um Ensaio de Fado-7,00€
Maio	Slava's Snowshow-De 1 a 20 Mario Daniel, Fora do baralho- Dia 26 É como diz o outro- Dia 30	Não foi encontrada informação	
Junho	É como diz o outro- Mês	Não foi encontrada informação	
Julho	É como diz o outro-Dia 1 The Tiger Lillies Freakshow-De 5 a 14	Teatro Villaret: Dia 26-Diz-me dEÇAS-Comédia Dias 27, 28 e 29-Um Espetaculo do baralho-Comédia	Teatro Villaret: Diz dEÇAS-12,00€ Um Espetaculo do baralho-15,00€

<p>Agosto</p>	<p>Não decorreu nenhum espectáculo</p>	<p>Teatro-Estúdio Mário Viegas: Dia 1 a 31-Broadway Baby- Musical</p> <p>Teatro Villaret: De 23 a 25-Comédia de Improviso:Portugal vs Espanha- Comédia Dias 9, 10, 11, 15, 16 e 17- Homens vs Mulheres-Comédia</p>	<p>Teatro Villaret: Comédia de Improviso:Portugal vs Espanha-12,00€ Homens vs Mulheres-12,00€</p>
<p>Setembro</p>	<p>De 12 a 30-Lar doce Lar- Comédia</p>	<p>Teatro Villaret: De 8 a 29- Villaret Comedy Club- Stand up Comedy Dia 7, 14, 21 e 28-Busilis- Teatro Comédia Dia 6 a 30-Avé Commedia Cheia de Graça-Teatro comédia *</p> <p>Teatro do Bairro: Dia 4, 11, 18 e 25-Caveman, Mim Caçar Tu Colher-Teatro Comédia</p> <p>Teatro da politécnica: De 8 a 30-Feliz Aniversário- Teatro</p> <p>Teatro Independente de Oeiras: De 14 a 30-H2M1-Teatro Comédia</p> <p>Teatro Tivoli BBVA: De 26 a 30-Os Homens são de Marte é para lá que eu vou- Teatro Comédia</p> <p>Teatro Politeama: Mês- Uma noite em casa de Amália-Musical</p> <p>Teatro D.Maria II: De 20 a 30-Cenas da vida Conjugal-Teatro</p>	<p>Teatro Villaret:. Villaret Comedy Club-10,00€ Busilis-10,00€ Avé Commedia Cheia de Graça-16,00€</p> <p>Teatro do Bairro: Caverman, Mim Caçar tu Colher-Mesa 2 pax 40,00€ Plateia 15,00€</p> <p>Teatro Politécnica: Feliz Aniversário-10,00€</p> <p>Teatro Independente de Oeiras: H2M1-8,00€</p> <p>Teatro Tivoli BBVA: Os Homens são de Marte é para lá que eu vou-22,00€;18,00€</p> <p>Teatro Politeama: Uma noite em casa de Amália:30,00€;15,00€</p> <p>Teatro D.Maria II: Cenas da vida Conjugal-De 8,00€ a 45,00€</p>
<p>Outubro</p>	<p>Lar Doce Lar- De 1 a 31- Comédia</p>	<p>Teatro do Bairro: Dia 2-Caveman, Mim Caçar Tu Colher-Teatro Comédia</p> <p>Teatro Villaret: Mês-Avé Commedia Cheia de Graça-Teatro comédia *</p> <p>C.C.B: Dia 17-ECM,Tord Gustavsen- Concerto</p> <p>Teatro da politécnica: De 1 a 27-Feliz Aniversário- Teatro</p>	<p>Teatro do Bairro: Caverman, Mim Caçar tu Colher-Mesa 2 pax 40,00€ Plateia 15,00€</p> <p>Teatro Villaret:. Avé Commedia Cheia de Graça-16,00€</p> <p>C.C.B: ECM, Tord Gustavsen-14,00€</p> <p>Teatro Politécnica: Feliz Aniversário-10,00€</p> <p>Teatro Tivoli BBVA: Jorge Palma, Com todo o</p>

		<p>Teatro Tivoli BBVA: Dia 25-Jorge Palma, Com todo respeito-Concerto Dia 26-Filipe Pinto "Cerne"- Concerto Dia 1 a 21-Os Homens são de Marte é para lá que eu vou- Teatro Comédia</p> <p>Teatro D.Maria II: De 1 a 28-Cenas da vida Conjugal-Teatro</p> <p>Teatro Independente de Oeiras: De 1 a 30-H2M1-Teatro Comédia</p>	<p>respeito-Entre 10,00€ e 22,50€ Filipe Pinto "Cerne"-Entre 7,50€ e 15,00€ Os Homens são de Marte é para lá que eu vou-18,00€;22,00€</p> <p>Teatro D.Maria II: Cenas da vida Conjugal-De 8,00€ a 45,00€</p> <p><u>Teatro Independente de Oeiras:</u> H2M1-8,00€</p>
Novembro	<p>Lar Doce Lar- De 1 a 25- Comédia</p> <p>Chaos, Luis de Matos-Dia 28 a 30-Ilusionismo, magia</p>	<p>Teatro Villaret: De 1 a 4-Avé Commedia Cheia de Graça-Teatro comédia</p> <p>Teatro Independente de Oeiras: De 1 a 10-H2M1-Teatro Comédia</p> <p>Teatro Tivoli BBVA: Dia 2-One (Her) Man Show, Herman José-Concerto</p> <p>Teatro D.Maria II: Dia 10 e 11-Hell-Teatro</p>	<p><u>Teatro Villaret:</u> Avé Commedia Cheia de Graça-16,00€</p> <p><u>Teatro Independente de Oeiras:</u> H2M1-8,00€</p> <p><u>Teatro Tivoli BBVA:</u> One (Her) Man Show, Herman José-18,00€</p> <p>Teatro D.Mariall: Hell-De 8,00€ a 30,00€</p>
Dezembro	<p>Chaos, Luis de Matos-Dia 1 a 9-Ilusionismo, magia</p> <p>Tango Pasión-Dia 11 a 16- Dança</p>	<p>C.C.B: Dia 7, 8, 9 e 10- Os Pássaros- Teatro</p>	<p>C.C.B: Os Pássaros- 11,00€ e 13,50€</p>

*Esta peça faz concorrência com a nossa que se encontra em cena, Lar doce Lar, é uma comédia com atores que estão atualmente a trabalhar em televisão também e que têm uma visibilidade grande. A prática dos preços é similar.

Nota:

Os que estão destacados a cinzento são os principais concorrentes do Auditório dos Oceanos, a meu ver, os critérios dessa distinção foram:

- São o mesmo género de espetáculo.
- São as salas que competem diretamente com o Auditório dos Oceanos, pela mesma capacidade de telespectadores.
- São apelativos pelas figuras conhecidas que integram.

Conclusão:

Perante a avaliação que fiz sobre a concorrência e o próprio Auditório dos Oceanos, não posso deixar de concluir que existe uma minoritária concorrência. Essa é essencialmente praticada pelos teatros que como o Auditório têm espetáculos similares. Muitas vezes aquilo que os clientes procuram é a prática de melhores preços, os artistas presentes ou o tema em si, é nesta campo que o Auditório se deve manter atualizado dando sempre prioridade ao que o cliente procura. É fundamental também a diversificação dos espetáculos e a qualidade podendo concorrer em várias áreas não apenas no teatro. Criar diversidade, qualidade e acolhimento são as estratégias que na minha opinião funcionam com os clientes deste serviço.

Anexo 8 – Plano de Divulgação da publicidade dos parceiros da UAU 3 Teatro, Lda nos espetáculos Casino Lisboa na entrada do Auditório dos Oceanos.

Plano de Divulgação da publicidade dos parceiros da UAU 3 Teatro Lda nos espetáculos Casino Lisboa na entrada do Auditório dos Oceanos.

A UAU 3 Teatro Lda, é a produtora responsável pelos espetáculos do Auditório dos Oceanos. Nessa medida para além do próprio Casino, existem marcas que se associam e estabelecem parcerias com a produtora, esta pretende a divulgação das suas marcas e dos seus produtos\serviços. No Caso da peça Lar doce Lar é a Sapo, Destak, Sic e a Caras contribuem também com a divulgação da peça enquanto também eles meio de comunicação, por sua vez a produtora retribui pedindo ao Casino Lisboa que ceda um espaço, que fica junto as portas de entrada do Auditório, para colocação de um rolap.

O trabalho que foi proposto pela D. Emília Santana, pretende que eu expresse a minha opinião, na área do Marketing, quanto a forma como se apresenta atualmente a divulgação das mesmas. Nesta medida desenvolvi um sucinto plano de comunicação, que a meu ver é o mais adequado.

Plano de comunicação das marcas

Na minha opinião pessoal, a forma como se apresenta atualmente a divulgação das marcas parece pouco apelativa e de visibilidade é reduzida. O consumidor olha mas não se mostra interessado pois não é “forçado” a prestar atenção. Assim sendo pretendo aqui apresentar uma proposta pessoal de divulgação das marcas, que na minha opinião funcionaram de melhor forma e mais criativa.

- **A minha proposta:**

O que pretendo propor é um vídeo de curta duração (30 segundos aproximadamente) no início do espetáculo onde apresentaria as marcas parceiras e os habituais avisos antes do espetáculo começar.

1º Determinar o objetivos desta publicidade.

A divulgação destas parcerias em que a UAU 3 Teatro Lda se associa, tem como objetivo para as empresas aumentar a visibilidade do produto\serviço. No caso aqui avaliado a peça em cena é Lar doce Lar, que neste caso pouco importa para o que é discutido mas não deixa de ter a sua importância na medida em que pode trazer mais espectadores, este por sua vez aplicam o passa-a-palavra.

Os objetivos pretendidos com esta divulgação é a visibilidade das marcas, não como forma de dar a conhecer mas como meio de manter a sua presença constante na mente do consumidor. Pretende-se que visualmente tenham em mente sempre essa marca. A utilização dos cinco sentidos é um facto importante a ter em conta a quando da promoção de um Produto/Serviço.

2º Identificar o público-alvo.

O público-alvo deste género de espetáculos, na sua maioria, é público geral. Público com algum poder de compra de classe média ou alta, com cultura geral e pessoas por norma informadas.

3º Determinar os Recursos necessários.

O único recurso necessário para realização da proposta, é feito pela produtora em forma de CD de maneira a que a mesma mensagem seja repetida sempre que houver espetáculo. Tecnicamente não exige muito esforço pois o que se pretende é um vídeo claro e sucinto.

4º Determinar o canal de comunicação.

Atualmente a forma de comunicação utilizada é Non-Media Communication que para público muito amplo pode não resultar.

Assim sendo o método a utilizar é Media Communication que para públicos mais amplos é a melhor solução, focaliza pessoas e vai mais particularmente a atenção de cada um. Sendo que o sentido visual e provocado e a pessoa observa naturalmente o que se passa ao seu redor.

Este é um meio de comunicação massivo de carácter audiovisual, destinado a servir de informação e entretenimento através dos espetáculos realizados. Ainda que os espetáculos sirvam para divertimento, é a própria concentração numerosa de público existente nas salas é que constitui um meio de comunicação interessante. A sua força enquanto meio publicitário vem principalmente como já havia referido, da sua natureza audiovisual pois a utilização de imagens, cores e sons proporciona uma grande versatilidade para poder mostrar todo tipo de produtos ou situações, o que por si só o auditório já possui quase todas as condições necessárias. As características envolventes da sala faz focarem mais facilmente a atenção do espectador.

5º O orçamento

No orçamento apenas é pedido a colocação da tela automática que pode ser usada em varias ocasiões, que possa ter um sistema automático de recolher e que fique colocada de modo a não interferir com os cenários e que dê a toda a sala forma de visualizar.

7º A avaliação final

Penso que em conclusão, a proposta que apresentei neste plano nesta divulgação dos parceiros associados à UAU 3 Teatro Lda, trará as visibilidades que pretendem. Ao Casino Lisboa, mais propriamente ao Auditório dos Oceanos, contribuirá como uma mais-valia. O equipamento adquirido pode ser utilizado para inúmeros fins, sendo até que contribuirá para outros espetáculos que possam querer utilizar o equipamento. E criará boas relações não só com a produtora como com os parceiros da produtora. As relações de cordialidade entre parceiros é uma vantagem a todos níveis quando este são media e têm forma de divulgação mais rápida. A minha opinião baseia-se apenas naquilo que aprendi enquanto aluna, penso que apostar cada vez mais nos cinco sentidos como já havia referido, tornou-se essencial na escolha de divulgação.

Anexo 9 – Comunicação Interna

Comunicação nº

48/2012



Identificação do cliente				
Data	23 OUTUBRO	Nome Reserva	Marinha Portuguesa - 84th JEC HARPOON Meeting	
Cliente	Marinha Portuguesa -			
Contacto	ALEXANDRA CONCEIÇÃO	Telemóvel		
Morada				
Telefone		Fax	Contribuinte	
Entidade Factorar				
E-mail				

Identificação do Serviço

Nº de Pessoas	21
---------------	----

Grupo Lagrimas	Átrio		F4Fun	Galeria	
	Momo	X		Arena	
	Suite				

UAU	Espectáculo		Placeger	Parque Doca	
	Auditório				
	Arena			Parque Casino	
	Animação				

Programa	<p>- das 19H15 às 20h00 - Chegada dos convidados e welcome drink no hall de entrada do restaurante Momo, com projecção de fotos;</p> <p>- das 20h00 às 22h00 - Jantar no restaurante Momo.</p> <p>- Após o jantar, os convidados utilizarão Promo Tickets na SMA</p>
----------	--

Observações	
-------------	--

