



**Svetlana Ponosova**

Organização e Gestão Hoteleira

**Relatório do Estágio Curricular**

**“GRAND HOLIDAYS TOURS UNIPessoal, LDA”**

FUNCHAL

2020



**INSTITUTO SUPERIOR DE ADMINISTRAÇÃO E LÍNGUAS**

**Relatório do Estágio Curricular**

**"GRAND HOLIDAY TOURS UNIPESSOAL, LDA"**

**Por**

**Svetlana Ponosova**

Relatório de Estágio Curricular do Curso Superior de Organização e Gestão Hoteleira

Docente orientador do estágio: Prof<sup>o</sup> Doutor Sérgio de Jesus Teixeira

Coordenador do estágio: Victor Ponosov

FUNCHAL

2020

## **Agradecimentos**

Com a finalização deste Relatório de Estágio queria de agradecer várias pessoas que, direta ou indiretamente, prestaram apoio e ajudaram-me a continuar, a me desenvolver e evoluir, as quais inspiram-me continuar a trabalhar não só para a minha vida profissional, como também para a minha vida pessoal ao longo da situação da pandemia mundial do Covid-19 especialmente.

Desta forma, não posso deixar de agradecer, em primeiro lugar, a todo o corpo docente do Instituto Superior de Administração e Línguas pela transmissão de conhecimentos teóricos e práticos, partilha da experiência, compreensão, disponibilidade, oportunidade de estudar em instituto estrangeiro com incentivo e apoio ao longo destes três anos.

A toda a equipa das empresas “Gestifisco - Contabilidade e Informática, Lda.” e “Abreu advogados”, pela transmissão de conhecimentos, oportunidade a ver como funcionaram as relações entre as empresas, disponibilidade, *feedback*, conselhos, colaboração, apoio e atenção. Em particular gostaria de fazer um agradecimento sincero Sr. Manuel Vieira de Sousa que sempre se mostrou disponível, compreensivo e motivador.

Um agradecimento muito especial ao meu Pai e a minha família toda pela inspiração, o apoio, garra e força que me deram para a realização deste estudo e para fazendo-me sentir uma pessoa melhor.

## Índice

AGRADECIMENTOS.....	ii
INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO I - CARACTERIZAÇÃO DA ORGANIZAÇÃO .....	4
<b>1. “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA” .....</b>	<b>4</b>
<b>HISTÓRIA.....</b>	<b>5</b>
<b>MISSÃO, VISÃO E VALORES .....</b>	<b>8</b>
<b>SERVIÇOS PRESTADOS .....</b>	<b>9</b>
<b>CARACTERIZAÇÃO DOS RECURSOS.....</b>	<b>10</b>
CAPÍTULO II – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	14
<b>2. ATIVIDADES DESENVOLVIDAS DURANTE O ESTÁGIO NA EMPRESA “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA”. .....</b>	<b>14</b>
CAPÍTULO III – REFLEXÃO CRÍTICA E SUGESTÕES .....	22
<b>3. REFLEXÃO CRÍTICA SOBRE AS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS E SUGESTÕES DA MELHORIA. ....</b>	<b>22</b>
CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO .....	27
<b>WEBGRAFIA .....</b>	<b>29</b>

## Índice das Figuras

FIGURA 1; .....	6
FIGURA 2 .....	7
FIGURA 3 .....	8
FIGURA 4 .....	9
FIGURA 5 .....	9
FIGURA 6 .....	9

## Introdução

O turismo é um dos setores mais importantes para o desenvolvimento da economia portuguesa. Novos programas e variadíssimas atividades inovadoras estão sendo implementados, a infraestrutura - melhorada, os investimentos - ativamente atraídos.

O turismo e as viagens são parte integrante da indústria da hospitalidade. Viajar é o principal tema do turismo. As diferenças de tempo, distância, local de residência, finalidade e duração da estadia são apenas elementos distintivos do turismo. Em geral, o turismo é um fenómeno polivalente que combina simultaneamente elementos de aventura, o romance de perambulações distantes, um certo mistério, a visita a lugares exóticos e, ao mesmo tempo, as preocupações terrenas de empreendedorismo, saúde, segurança pessoal e segurança patrimonial.

Por sua vez a prática, neste caso particular o estágio, é uma parte essencial do processo educacional. Ajuda a consolidar e ampliar os conhecimentos adquiridos no processo de aprendizagem, permite adquirir competências profissionais para o trabalho autónomo nas divisões da empresa, proporciona familiarização com a organização da produção e do trabalho da empresa e familiaridade com o coletivo de trabalho.

O relatório apresentado refere-se a um estágio realizado no âmbito da licenciatura de Organização e Gestão Hoteleira, iniciada em Outubro de 2017 e com termo previsto para Julho de 2020, alterado devido à situação pandémica do Covid, sendo ministrado pelo Instituto Superior de Administração e Línguas (ISAL).

O estágio curricular constituiu uma parte considerável da licenciatura, tendo como total 480 horas, dos quais 440 horas são atribuídas ao contexto de trabalho em entidades da Região Autónoma da Madeira. Consiste numa unidade curricular do sexto e último semestre do curso, equivale a três unidades curriculares e representa 18 *European Credit Transfer and Accumulation System* (ECTS).

O estágio curricular é um processo de vivência prática de carácter pedagógico, que pode promover a aplicação dos conteúdos e conceitos teóricos da área de formação no ambiente de trabalho, de forma a que as competências possam ser integradas e desenvolvidas no ambiente social profissional e técnico, proporciona uma experiência enriquecedora aos discentes, o contacto com o mercado de trabalho, sendo um passo muito importante na vida profissional dos discentes e atua como ferramenta importante de qualificação e preparação para o mercado de trabalho. Toda a experiência adicional é definitivamente uma mais-valia para o desenvolvimento profissional.

Para os discentes, as práticas, dedicação e disciplina adquiridas durante o estágio curricular contribuem para o desenvolvimento pessoal e ajudam a obter mais conhecimento sobre sua área de formação.

Os objetivos gerais do estágio curricular são: o cumprimento de 440 horas na área associada à hotelaria e turismo; aprovação na unidade curricular; saber mobilizar os conhecimentos teóricos, científicos e técnicos adquiridos durante a formação; beneficiar do contato direto com o mercado de trabalho e atividades na área de atuação e beneficiar de contribuição para entrada no mercado do trabalho.

Tendo em conta o local de estágio os objetivos específicos foram os seguintes: colocar em prática os conhecimentos adquiridos durante o processo de formação através de troca de experiências, ideias e estratégias com os colaboradores e funcionários da entidade acolhedora; adquirir novos conhecimentos; desenvolver competências e autonomia no ambiente de trabalho; desempenhar as atividades propostas ao longo do estágio; contribuir com o trabalho desenvolvido e trazer valor acrescentado para a entidade acolhedora; aprofundar e ampliar os conhecimentos a nível de história, cultura, gastronomia local e locais de interesse turístico e, por além disso, informática, management, organização e gestão; praticar e aperfeiçoar as línguas estrangeiras; aperfeiçoar as técnicas e completar experiência em atendimento ao público e beneficiar de vantagens para o desenvolvimento pessoal em termos de criatividade, segurança, dinamismo e crescimento e profissional.

O estágio curricular descrito no presente relatório foi realizado na firma “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA.”. Teve o início a 05 de Julho de 2020 e termo a 05 de Setembro de 2020, tendo sido realizado em regime presencial e teletrabalho.

Neste relatório serão abordados e descritos todos os aspetos relevantes relativos às atividades previstas, as atividades desenvolvidas, tarefas executadas, procedimentos adotados, ferramentas aplicadas, sugestões proporcionadas à equipa da firma “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA” e projetos realizados.

Relativamente à metodologia utilizada na elaboração do presente relatório, as fontes mais recorridos foram *e-mails* trocados com os membros de equipa, documentos elaborados ao longo do estágio da autoria própria, documentos internos elaborados pela firma “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA”, disponibilizados em papel ou em formato digital via *e-mail*. Para a recolha de toda a informação relevante para este relatório, as principais fontes de informação foram os *websites* HTML Academy, fóruns de comparação de qualidade das plataformas, página oficial do Governo de Portugal, RNAAT, site do Parlamento e os *websites* de entidades do sector do turismo na Região Autónoma da Madeira e de Portugal.

## **Capítulo I - Caracterização da Organização**

### **1. “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA”**

“GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA” é a empresa relativamente nova, registada no Região Autonomia da Madeira, que tem por missão organizar, administrar e executar serviços turísticos em vista de satisfazer as necessidades dos clientes locais e internacionais. Visto que foi formada a pouco tempo, e contando com que toda a atividade turística foi suspensa, quase logo depois da sua formação devido à situação pandémica, é preciso mencionar que obteve como maior objetivo – estabelecimento de todas as condições possíveis para um funcionamento facilitado após quarentena.

O número de identificação da pessoa coletiva (NIPC) da firma “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA” é 515 905 194 e desenvolve a sua atividade com o Código da atividade económica (CAE) 93293-R3 - Organização de atividades de animação turística.

“GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA” foi constituída em 28 de Fevereiro de 2020 cm distrito Ilha da Madeira, conselho Funchal, freguesia São Martinho, código postal 9000-250 Funchal.

## **História**

Inicialmente, a referida empresa foi planeada somente para as atividades náuticas e marítimas, ideia principal era a pesca artesanal e desportiva em formas mais conhecidas da localidade. Tais como a pesca ao fundo e corrico (*Trolling*), efetuadas relativamente perto da costa, entre outras. Porém, após algum tempo de trabalho e várias recomendações dos clientes, surgiu a ideia de ampliar as atividades que conseguiria propor. Como as sugestões mais frequentes eram os passeios de barco, procedemos obter licença para esse ramo e também aprofundar os conhecimentos sobre outras atividades que poderiam ser prestadas. Assim, partindo do verão de 2019, começou a se originar lentamente a atual “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA”.

Figura 1; Fonte: *Website* da empresa “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA”, autor desconhecido, 2019,



<https://grandholidaystoursmadeira.com>

O dono e a equipa, tal como a empresa recém-formada, eram novos neste mercado, assim, foi necessário levar algum tempo para estudar profundamente as características específicas da área e estimar as futuras possibilidades. Infelizmente, a partir do Dezembro de 2019, a situação referente ao Covid-19 começou a agravar rapidamente e espalhar-se, dificultando quaisquer ações referentes ao turismo e atividades ligadas necessariamente com este.

Ao longo deste período complicado, a gerência da firma teve que tomar várias decisões que possibilitassem evitar danos e prejuízos que, de uma ou outra maneira, iam lidar para uma falência da empresa. Como, por exemplo, não sabendo a duração do período de tempo em que todas as atividades turísticas iam ser interrompidas, postergar todas as atividades financeiras e fiscais antes do início da quarentena.

Porem, tendo em conta que a empresa é nova, não faltou o trabalho para completar. Uns dos principais objetivos da equipa eram: criação do site; concretização das atividades que posteriormente podiam ser oferecidas aos clientes; estabilização de parcerias com outras entidades, caso empresa não possibilitava algumas atividades; obtenção e arquivamento de licenças referentes às atividades turísticas marítimas, náuticas, etc.; procura de vias de publicidade, não só em Portugal, para uma clientela mais vasta; análise de várias outras empresas e entidades para conclusão mais específica sobre relevância das certas atividades na Região Autónoma da Madeira e também possibilidade da realização das tais nesta



localidade.

Figura 2; Fonte: Website oficial da agência turística Luxiar,  
<https://www.luxair.lu/pt/destinos/funchal-madeira>

### **Missão, visão e valores**

Sendo uma instituição ainda em crescimento, há pouca informação para enunciar. Foi formada com uma verdadeira intensão de ajudar visitantes, da bela ilha da Madeira, deixar umas impressões e memórias inesquecíveis. Pois, foi exatamente isso que fez tantos, incluindo a equipa da empresa, ficar em Portugal. Assim, a missão principal é, tendo um contacto cauteloso com os clientes, entender as suas preferências e disponibilizar as mesmas nas melhores condições. Procurar evoluir sempre, não perdendo a noção de que o cliente é a fonte do interesse e ideias



potenciais. Crescer junto com a região autónoma em que se encontra e fazer com que se torne ainda mais conhecida mundialmente.

Fig. 3; Fonte: *Website* da empresa “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA”, autor desconhecido, 2019, <https://grandholidaystoursmadeira.com>

### Serviços prestados

A lista dos serviços que podemos disponibilizar ainda se encontra em revisão, devido às dificuldades referentes à situação pandêmica de Covid-19:

- a) planeamento, organização e hospedagem de e em passeios de barco;
- b) pesca desportiva;
- c) atividades relacionadas com o mar e a atividade náutica;
- d) aluguer de embarcação com ou sem condutor e organização de atividades marítimas;
- e) passeios individuais e em grupo;
- f) organização de serviços de transferes individuais e em grupo;
- g) serviços de mediação para reserva e acomodação de turistas individualmente e em grupo;
- h) serviços de mediação para reservar bilhetes de transporte, hotéis, aluguer de viaturas, restaurantes e qualquer tipo de atividade turística;



Fig. 4, 5, 6; Fonte: *Website* da empresa “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA”, autor desconhecido, 2019,



## **Caracterização dos Recursos**

A firma “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA” é uma empresa familiar com base no proprietário. Ele verifica a funcionalidade da empresa, gerência o objeto de negócio e também aconselha o gerente da empresa sobre todas as questões fundamentais relacionadas à empresa. Tendo em vista a larga experiência na gestão de empresas, eventuais problemas e soluções quanto ao direcionamento de suas atividades. As principais funções de um proprietário de empresa incluem:

- Desenvolve a política organizacional da empresa;
- Planeia a direção da atividade;
- Busca a execução precisa e rigorosa dos planos.
- Monitora o cumprimento da tecnologia e da política estabelecida pela empresa.
- Assegura o ótimo estado das instalações de trabalho, com a expansão da organização, as suas responsabilidades passam a aumentar a área da empresa.

A administração e gestão da empresa GHT é assegurada pela sociedade gestora, a quem compete a segurança e a utilização eficiente do património do empreendimento, as consequências das decisões tomadas e os resultados financeiros e económicos da atividade da empresa. As funções do CEO estão na gestão geral da produção e nas atividades económicas da empresa. É o diretor-geral que tem total responsabilidade por todas as decisões tomadas, pelos resultados do empreendimento e pela segurança de sua propriedade.

As principais funções e responsabilidades do gerente são:

- zelar pelo cumprimento da lei nas atividades da Empresa;
- gestão das atividades financeiras e económicas;
- organização do trabalho da firma de forma a alcançar uma interação efetiva de todas as unidades estruturais;
- execução de ordens do proprietário da empresa;
- organização da contabilidade, garantindo a elaboração de todas as formas de relato;
- aprovação do horário, descrições de cargos para funcionários;

- garantir a segurança da propriedade da Empresa;
- garantir a proteção de interesses em tribunal;
- fornecimento de informações, relatando as atividades ao proprietário e às autoridades competentes, se necessário.

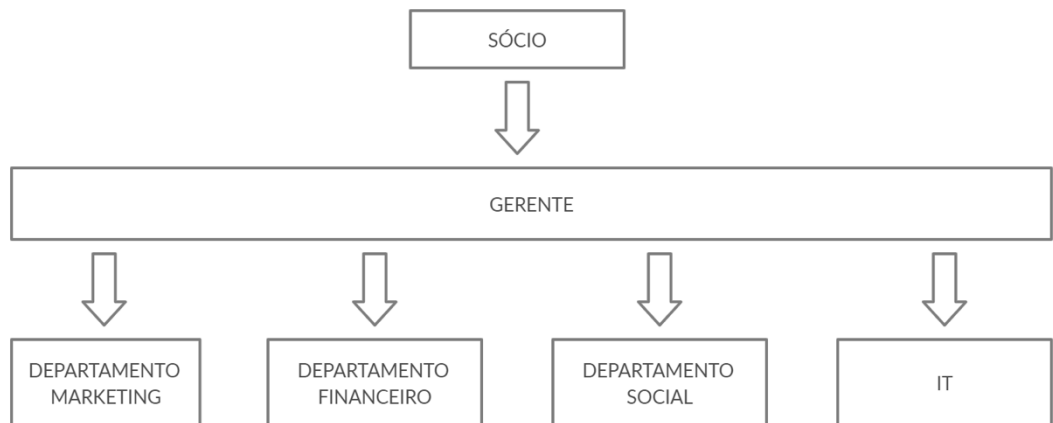


Fig. 7 – Organograma da estrutura da empresa “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA”; Fonte: Montagem efetuada por Svetlana Ponosova

### **Departamento de *Marketing***

O objetivo do departamento de *marketing* é aumentar os lucros. Bem como o desenvolvimento da empresa. Bem como o conhecimento da marca, entrar em um novo mercado, lançar um novo produto, etc. Os principais objetivos do departamento de marketing:

- Aumento da participação de mercado
- Desenvolvimento da imagem da empresa
- Aumento da renda
- Crescimento nas vendas

### **Funções:**

- Elaboração de um plano de marketing
- Planeamento estratégico das atividades de marketing

- Pesquisa de mercado
- Posicionar a marca da empresa no mercado
- Promoção da empresa
- Preços
- Política de sortimento da empresa
- Geração de novas ideias e formas de desenvolvimento
- Análise das atividades de *marketing*

### **Departamento financeiro da empresa.**

Tarefas:

1. Implementação de uma política empresarial unificada na área de finanças.
2. Organização das atividades financeiras da empresa com vista à utilização mais eficiente de todos os tipos de recursos no processo de produção e comercialização de produtos (obras, serviços) e obtenção de lucro máximo.
3. Controlo sobre a utilização do capital de giro da empresa, empréstimos.
4. Análise da situação financeira e econômica do empreendimento.
5. Desenvolvimento de políticas contábeis e fiscais.
6. Desenvolvimento da política de crédito do empreendimento.
7. Gestão do capital de giro, contas a pagar e a receber.
8. Gerenciamento de custos.
9. Garantir a pontualidade dos pagamentos de impostos, liquidações com credores e fornecedores.
10. Criação de condições para a efetiva utilização do ativo imobilizado, mão de obra e recursos financeiros da empresa.

As principais funções do departamento financeiro:

- Manutenção da contabilidade da gerência das atividades da empresa, formação de relatórios gerenciais regulares;
- Desenvolvimento e implementação de padrões corporativos, normas, regulamentos e disposições para contabilidade da gerência. Formação de políticas contábeis de acordo com as necessidades da empresa;

- Gestão do fluxo de caixa, regulação dos procedimentos de pagamento, controlo dos pagamentos à vista e não à vista na forma determinada pelos documentos internos da Empresa, gestão da carteira de crédito da empresa;
- Controlo operacional dos recursos financeiros da Empresa para fins de sua utilização eficiente;
- Controlo sobre a observância da disciplina financeira, cumprimento pontual e completo das obrigações contratuais, despesas e receitas
- Controlo sobre a implementação do investimento de capital e programa de investimentos;
- Fornecimento de informações financeiras operacionais, regulares e analíticas para usuários internos e externos;
- Implementação de sistemas avançados de informação para a gestão financeira de acordo com os requisitos da contabilidade, fiscalidade, estatística e contabilidade de gestão, controlo sobre a fiabilidade da informação.

### **Departamento social**

#### Funções:

- conduzir pesquisas de mercado para determinar o potencial do consumidor, baseando se em vários tipos de produtos turísticos;
- determinação dos tipos, formas e elementos do produto turístico, a frequência da sua oferta;
- análise dos custos reais de desenvolvimento e implementação do produto turístico proposto à venda;
- avaliação da eficiência econômica e da viabilidade de desenvolvimento de um produto turístico com base nos dados de receitas e despesas esperadas;
- pesquisa de mercado, oferta e demanda, desenvolvimento do programa turístico, seu estudo econômico e de preços;
- avaliação experimental do serviço e produto turístico desenvolvido, ou seja. a primeira rodada de testes, apresentação do produto e sua publicidade, análise da estimativa de demanda deste produto turístico;
- introdução de um produto turístico; desenvolvimento de documentação tecnológica; treinamento de pessoal, estimulação;
- formação de um sistema de gestão da produção e comercialização de um novo produto turístico, garantindo a sua implementação e melhoria contínua de acordo com as necessidades dos consumidores;
- organização e realização de eventos para clientes.

## Departamento IT

O departamento de programação realiza trabalhos de programação e resolução de problemas específicos nas máquinas; automação de processos de computação e desenvolvimento de programas padrão especializados e tradutores de programas de várias linguagens formalizadas para a linguagem da máquina; planeja o carregamento dos equipamentos principais e auxiliares existentes com base no número total de tarefas a serem resolvidas.

O departamento de TI da empresa realiza tarefas como:

- implementação de projetos de TI;
- garantir a operabilidade dos sistemas de informação;
- fornecer à administração da empresa informações sobre novos recursos e tecnologias de TI para sua gestão;
- trabalho de escritório do departamento, gestão do orçamento de TI, contabilidade de ativos de TI, disponibilização de pessoal de TI;
- análise dos requisitos do usuário;
- coordenação do processo de instalação e manutenção de equipamentos de rede;
- instalação de *software* e *n*;
- monitora e otimiza a operação de sistemas operacionais de computador;
- identificação do problema no *software*;
- definir os meandros da criação e manutenção do site corporativo da empresa;
- suporte e manutenção do *site* corporativo e todos os serviços relacionados;
- manutenção e desenho de publicidade para todos os serviços necessários.

## Capítulo II – Atividades desenvolvidas

### **2. Atividades desenvolvidas durante o estágio na empresa “GRAND HOLIODAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA”.**

As primeiras duas semanas de estágio deveriam ser uma introdução à política da empresa, estudo dos objetivos, métodos e documentação da empresa. Os primeiros dias foram dedicados à implementação dos trabalhos de apoio organizacional e técnico às atividades administrativas e administrativas; aceitação da correspondência recebida para apreciação pelo chefe, transferência, de acordo com a decisão tomada para divisões estruturais ou um executor específico para uso no processo de trabalho ou preparação de respostas; aceitação de documentos e pedidos pessoais; atende ligações, grava e transfere informações do serviço para o chefe; atender chamadas telefônicas, gravar e transferir informações de serviço para a gerência; cumprimento de atribuições de serviço individuais de seu supervisor imediato. Além da realização de tarefas corriqueiras, foram levantadas dúvidas sobre a elaboração de contratos, tradução de documentação, negociações com empresas consultoras e discussões para a tomada de decisões sobre a futura política da empresa.

Seguindo o curso previsto de promoção dos trabalhos da empresa, foram discutidos e redigidos os documentos que permitem à empresa utilizar o navio de comum acordo com o armador do navio. Foi realizado um estudo aprofundado e tradução de todas as subcláusulas e subtilezas do contrato, bem como foi reescrito de acordo com todos os desejos das partes.

## CONTRATO DE COMODATO

**ENTRE:** \_\_\_\_\_

**PRIMEIRO:** VICTOR PONOSOV, NIF 278 851 606, natural da Federação Russa, casados sob o regime da comunhão geral de bens com Tamara Ponosova, NIF 278 851 703, residente à Estrada Monumental, n.º 237, Apartamentos Quinta da Falésia, bloco 6, 4, 642, Funchal, portador do passaporte 72 n.º 3192254, emitido pelos competentes serviços da Federação Russa em 21/02/2013, válido até 21/02/2023, adiante designado por COMODANTE ou PRIMEIRO OUTORGANTE;

**E** \_\_\_\_\_

**SEGUNDO:** “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA.”, sociedade por quotas com o número único fiscal e de pessoa coletiva 515 905 194, com sede na Estrada Monumental, n.º 237, Apartamentos Quinta da Falésia, bloco 6, 4, 642, freguesia de São Martinho, concelho do Funchal, que gira com o capital social de €10.000,00 (dez mil euros), neste ato representada pela gerente SVETLANA PONOSOVA, NIF 290 695 317, natural da Federação Russa, casada, residente na Estrada Monumental, n.º 237, Apartamentos Quinta da Falésia, bloco 6, 4, 642, Funchal, titular do passaporte 75 número 3588490, emitido em 16.08.2016, expedido em Moscovo, Rússia, válido até 16.08.2026, adiante designada por COMODATÁRIA ou SEGUNDA OUTORGANTE. \_\_\_\_\_

**CONSIDERANDO QUE:** \_\_\_\_\_

**A)** O COMODANTE é dono e legítimo proprietário de uma embarcação de recreio, registada pela Capitania do Porto do Funchal com o livrete n.º 15073FN4, com a denominação “BZU”, Tipo e zona: 4 – Costeira Restrita, com o comprimento de 7,48, boca: 2,99, pontal: 1,82, arqueação: 5,180 e lotação de 8 passageiros. Tem o material do casco: PRFV. Cor (Casco) Branco (Superestrutura) Branco. \_\_\_\_\_

Fig. 8 – Iniciação de Contrato de Comodato; Fonte: Documentação da firma “GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPessoal, LDA.”

A próxima etapa do trabalho consistiu na interação com o departamento social. De acordo com as suas funções, a primeira prioridade foi conhecer os produtos e serviços prestados pela empresa. Ao longo da semana, foram realizadas todas as atividades que a empresa iria introduzir no seu programa permanente, bem como um relatório detalhado das impressões, conclusões e sugestões para melhorar as atividades. Este tipo de análise permitiu avaliar de fora todos os prós e contras deste ou daquele tour, comparar a qualidade do serviço prestado com a política de preços, e também apresentar ideias para o desenvolvimento ou adaptação de um determinado produto.

As tarefas primárias para a implementação foram visitar o passeio na parte oriental da ilha e na parte ocidental sem visitar as levadas, porém, com uma excursão de 6 horas, não incluindo almoço e uma paragem para a compra das lembranças. Depois de visitar excursões gerais, foram realizadas caminhadas em levadas como: Levada do Caldeirão Verde, Levada das 25 fontes, Levada do Moinho. Ao final dessas excursões, foram elaborados relatórios detalhados com a rota mais favorável, a duração, as recomendações para o aprimoramento do

programa, bem como as características que devem ser levadas em consideração, com base na idade, físico e preparação dos clientes para tal experiência.

A pesca foi o principal evento em torno do qual todas as atenções se concentraram inicialmente. A duração da viagem foi de 8 horas, durante as quais o capitão, com especial sensibilidade e atenção, contará sobre as diferentes espécies de peixes que vivem nestas águas, contará histórias de pescas, apresentará todos os equipamentos do navio e ensinará a utilizá-los. Lanches leves e bebidas também são oferecidos a bordo (mediante acordo, há possibilidade de opções adicionais). Como atividade principal, as primeiras quatro horas são a pesca de fundo, o que permite ao cliente desde as primeiras horas sentir-se um pescador de pleno direito com longa experiência. Todo o equipamento é verificado e colocado em ordem com antecedência, as instruções são dadas imediatamente antes da pesca. Em seguida, há uma pausa para lanches e refrigerantes, troca de equipamentos e tipo de pesca. Corrico (Trolling) é a pesca de alto mar de peixes grandes, que o cliente é convidado a pescar com a ajuda do capitão, mas ainda com as próprias mãos. No final da sétima hora, o barco dirige-se à marina, onde se oferece a confeção do peixe diretamente no restaurante da marina, ou o cliente pode levá-lo consigo (em caso de recusa o peixe não é obrigado a levar). Traslados de ida e volta também são fornecidos pela empresa. Dependendo da época dos peixes e das condições meteorológicas, o resultado pode ser bastante imprevisível, mas esta é uma experiência inestimável não só para os entusiastas da pesca, mas também para aqueles que gostam de caminhadas ao ar livre do mar e o desejo de nadar com equipamentos e explorar o mundo subaquático.

Após a conclusão da familiarização com os roteiros, foram executados relatórios e planos para trabalhos futuros com os dados recebidos. Além disso, foram elaborados programas para todos os serviços aceites para prestação. Um exemplo de tal programa são informações gerais sobre passeios de pesca.

Planeamento, organização e realização de atividades de pesca no mar com duração de 4 a 8 horas

### **Pesca desportiva no mar com duração de 4 a 8 horas**

**9:00 - apresentação de tripulantes, do barco, das regras gerais de segurança.  
As 9:00 saída da marina da Calheta.**

O barco. Livrete nº 15073FN4 entidade que procede ao Registo CAPITANIA DO PORTO DO FUNCHAL. Fica registada a embarcação de recreio denominada BZU da qual é proprietário: Victor Ponosov. Residente: Estrada Monumental,

237, 6 4º-642 Apartamentos Quinta da Falésia 9000-100 Funchal Portugal. Tipo e zona: 4 – Costeira Restrita. Comp.: 7,48 Boca: 2,99 Pontal: 1,82. Arqueação: 5,180 Lotação 8. Material do casco: PRFV. Cor (Casco) Branco (Superestrutura) Branco.

Motor

P/S	Marca	Número	Tipo	Potência		Combustível
P	Nanni Diesel	TYB10 040720	Inferior	200,00	149,20	Gasóleo
S	Suzuki	00601F - 210590	Fora de Borda	6,00	4,48	Gasolina

**9:00 – 9:30 – o passeio marítimo ate o primeiro lugar de pesca.**

O lugar para a pesca ao fundo pode ser nas zonas seguintes: território marítimo em frente de Jardim do Mar; Paul do Mar; Ponto do Sol; Madalena do Mar; Ribeira Brava.

**9:30 – 13:30 – Pesca ao fundo.**

Profundidade: 20 a 140 metros.

Equipamentos:

- cana de pesca – Shimano, Daiwa
- carretos de pesca – Shimano, Daiwa
- suporte para cana de pesca – Todd Battle Station
- telescópica pesca outrigger – Taco
- linhas de pesca – Shimano, Daiwa
- arnês de combate – Evia

**13:30 – 14:00 - Almoço com petiscas e bebidas.**

Inclui: água, coca-cola, cerveja comprando nas lojas do Pingo Doce e Continente; os pregos, bolo do caco preparados no restaurante Aqui Calheta.

**14:00 – 16:30 – Corrico (Trolling).**

Profundidade: 50 a 2000 metros.

Equipamentos:

- cana de pesca – Shimano

- linhas de pesca – Sufix
- iscas de pesca – Iland lures
- anzóis – Daiwa

**16:30 – 17:00 – retorno para marina da Calheta.**

O departamento de TI se tornou o próximo na cadeia de estágio. A introdução é um bloco de treinamento com introdução aos fundamentos de *web design* e *layout*, análise da capacidade de trabalho do site e sua agilidade, no qual o curso básico <https://htmlacademy.ru/> forneceu uma assistência inestimável. Treinamento e imersão na prática direta o mais rápido possível - análise do mercado de construtores de sites, comparação de características, características de preço, bem como outras formas de desenvolvimento e promoção. Em primeiro lugar, foi preciso definir o formato e o conteúdo do *site*, que papel e valor ele terá para a empresa e que recursos serão destinados para isso. Com base na análise e teste de vários dos construtores mais adequados, decidiu-se criar um *site* no portal <https://ukit.com/>, onde fosse possível, com a ajuda de uma grande variedade funcional, criar qualquer site adequado. Foi criado o website da empresa - <https://grandholidaystoursmadeira.com/>.

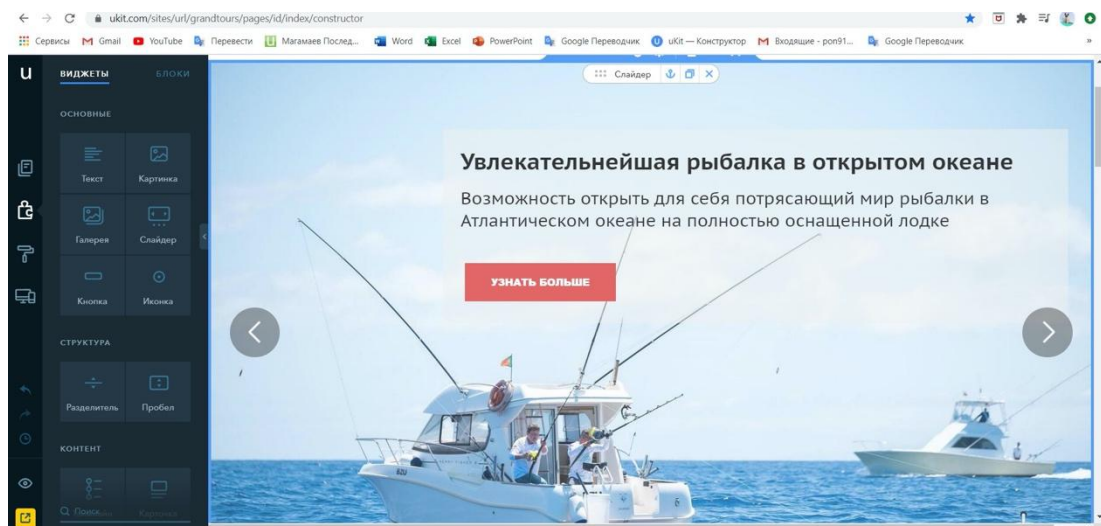


Fig. 9 – Construtor dos websites ukit.com; Fonte: <https://ukit.com/sites/>

Foi realizado um desenvolvimento ativo da estrutura do *site*, todas as chaves necessárias, bem como a busca e criação de fotos, o desenvolvimento de textos. A principal tarefa era fazer com que o *site* não fosse feito semelhante a outros

sites de agências de viagens, mas muito pelo contrário - o texto original, as fotos, o design e a acessibilidade para qualquer usuário. Além das fotos originais tiradas da *Internet*, foram tiradas fotos próprias para futura inclusão no site, brochuras ou souvenirs. Além disso, foi desenvolvida uma estratégia e cronograma de preenchimento e atualização do site da empresa, seu posterior trabalho e adequações no componente do site.

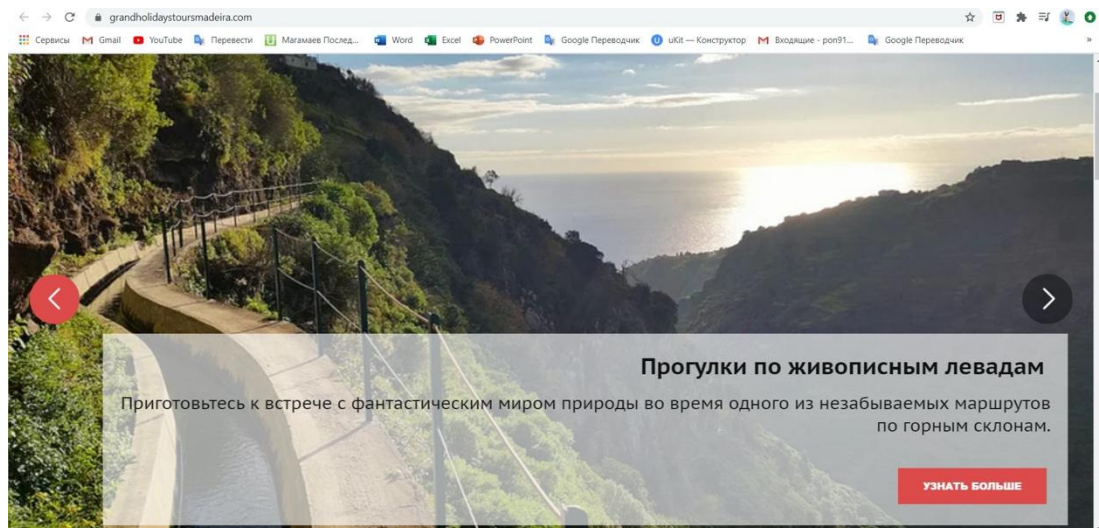


Fig. 10 – Primeira página do website; Fonte: <https://grandholidaystoursmadeira.com/>.

No departamento de marketing, procedeu-se a uma introdução preliminar à essência da posição do mercado turístico nas condições atuais, possíveis formas de desenvolvimento e uma análise da posição da empresa e oportunidades. A análise mostrou que em uma pandemia e na ausência de clientes, não faz sentido implantar uma campanha publicitária cara e em grande escala. Foram avaliados os sites e plataformas mais adequados para colocação de ofertas de passeios, sendo selecionados os mais adequados, tais como: <https://fishingbooker.com/>; <https://www.fishpal.com/>; <https://www.onlinetours.ru/>.

De acordo com o projeto planejado, a interação com outras agências de viagens também deveria ter o propósito de uma cooperação mutuamente benéfica. Foi assim que se estabeleceram a correspondência e as negociações posteriores por telefone com um representante da direção da pensão “Krinitsa”. Esta pensão é um moderno resort de saúde confortável com 423 camas, dispõe de salas médicas e de diagnóstico modernamente equipadas, dormitórios confortáveis e um restaurante, um complexo de centro de *fitness* e saúde e uma praia. O objetivo da cooperação com a administração do sanatório era considerar a possibilidade de intercâmbio mutuamente benéfico de clientes em ambas as direções. O sanatório

oferece não apenas a oportunidade de visitar inicialmente não apenas a capital da Bielorrússia, Minsk, e apreciar todas as belezas da natureza, mas também oferece programas de bem-estar em várias direções. Os principais fatores terapêuticos do sanatório são as águas minerais Zhdanovichi para uso interno e externo, a lama curativa de sapropel do Lago Sudobl. Como resultado das negociações, foi decidido realizar uma viagem de teste ao território do sanatório, discutindo as condições para uma maior cooperação e testando os serviços prestados no fim das dificuldades de viagem em uma pandemia.



Fig. 11 – O edifício principal da pensão “Krynitsa”; Fonte: <https://krynitsa.by/o-sanatorii/foto-i-video/fotogalereya>



Fig. 12 – O equipamento da pensão “Krynitsa”; Fonte: <https://krynitsa.by/o-sanatorii/foto-i-video/fotogalereya>

Além das fotos, o site do sanatório também tem a possibilidade de um tour virtual *online* e a opção do idioma inglês - <https://krynitsa.by/>.

Os últimos dias de estágio recaíram no período de reemissão de documentos, obtenção de seguros para roteiros marítimos-turísticos, negociações com contabilistas, advogados e preparação da documentação necessária para relatórios de atividades mensais da empresa.

## Capítulo III – Reflexão crítica e sugestões

### **3. Reflexão crítica sobre as atividades desenvolvidas e sugestões da melhoria.**

Uma empresa sem uma estratégia de desenvolvimento clara e eficaz não é um negócio, mas um conjunto de ativos sobrecarregados de obrigações. Para não apenas sobreviver, mas também fortalecer sua posição competitiva no mercado, é necessário realizar um planejamento estratégico em nível profissional. O planejamento estratégico é o desenvolvimento de uma estratégia a partir de um conjunto de procedimentos formalizados que visam a construção de um modelo de futuro da empresa ("como desejado") e um programa de transição do estado atual para esse modelo.

Uma moderna ferramenta de gestão do desenvolvimento de uma organização face às crescentes mudanças no ambiente externo e às incertezas associadas é a metodologia de gestão estratégica. A prática mostra que as organizações que realizam planejamento e gestão estratégica complexos são mais bem-sucedidas e recebem lucros significativamente maiores do que a média do setor. Muitos diretores executivos com experiência em planejamento, ou apenas pessoas enérgicas, não alcançam o sucesso desejado espalhando suas energias para cobrir o maior número possível de mercados, produzir tantos produtos diferentes quanto possível e satisfazer as necessidades de vários grupos de clientes. Para ter sucesso, você precisa de uma concentração de forças intencional e de uma estratégia escolhida corretamente.

Considerando que a empresa ainda é bastante nova e tem muito trabalho a fazer para se desenvolver ativamente e se tornar mais estável e harmoniosa, a empresa tem um grande potencial. Em quase todos os ramos de atividade, são muitas as ideias e estratégias que, com a devida atenção, criatividade, vontade e força, podem proporcionar as vantagens necessárias a uma pequena agência de viagens em comparação com as empresas de redes internacionais.

O objetivo do estudo de gestão estratégica “GRAND HOLIDAY TOURS - UNIPESSOAL, LDA” é aumentar o interesse do consumidor nos serviços de viagens vendidos, os serviços da empresa, criar uma imagem empresarial da organização e aumentar as vendas.

Objetivos de pesquisa:

- Avaliar a gestão estratégica da agência de viagens;
- identificar possíveis formas de aumentar as vendas;
- desenvolver medidas de gestão estratégica da empresa analisada.

Para resolver os problemas identificados para o desenvolvimento de medidas para a gestão estratégica de uma agência de viagens, foram propostas as seguintes, apresentadas na Figura 12.

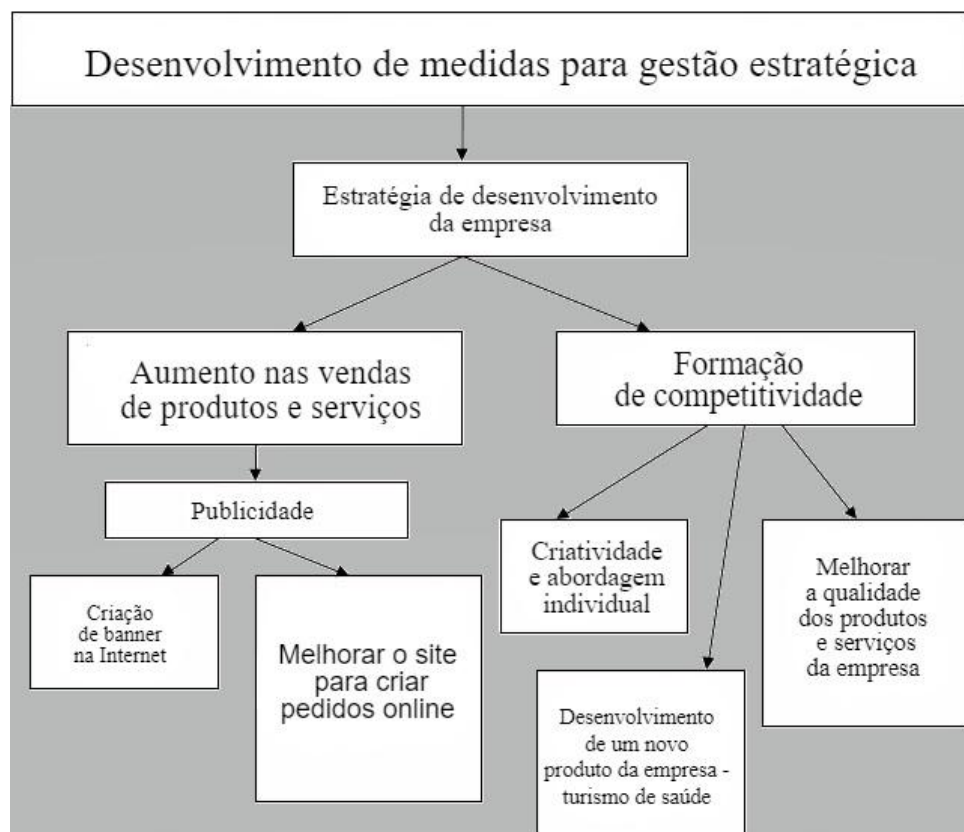


Fig. 12 – As sugestões de aumentação das vendas; Fonte: Montagem efetuada por Svetlana Ponosova.

1. Colocar informações sobre suas ofertas na Internet em forma de banner.

A empresa, aproveitando a oportunidade para atrair clientes adicionais, coloca informações sobre si mesma na *Internet*. A empresa planeia usar essa direção de publicidade colocando informações sobre suas ofertas na *Internet* na forma de um *banner* colocado na página do editor da *web* e com um *hiperlink* para o *site* do anunciante, e também planeia se conectar à rede de *banners*.

Ao usar redes de *banner*, uma agência de viagens poderá gerenciar impressões por parâmetros como a geografia do usuário, o tema dos sites para impressões, tempo de exibição e alguns outros, dependendo do mecanismo e política da rede de *banner*. Ao variar essas configurações para uma agência de viagens, será possível maximizar a eficácia da campanha publicitária e economizar muito dinheiro, porque As redes de troca de *banners* são a ferramenta de *marketing* na *Internet* com o menor orçamento para promoção de mercado.

2. Desenvolvimento de um novo destino turístico - turismo de saúde.

Ao desenvolver um novo destino turístico, a empresa atuará como agente de viagens, ou seja, poderá fornecer apenas um tipo de serviço - a execução de transações de compra e venda em seu próprio nome, mas às custas do operador turístico. Do início ao fim do cumprimento das suas obrigações, o agente de viagens irá dispor dos vouchers turísticos, mas não será seu titular, e prestará também serviços ao operador turístico mediante pagamento de uma taxa. No departamento administrativo e financeiro, é necessária atenção constante para simplificar o processo de processamento de documentação e correspondência comercial, criando formas automáticas de preenchimento de documentos e cartas. Assim como seria apropriado criar bancos de dados da *web* e digitais separados. Além disso, negociei com várias

empresas que também se dedicam não só à prestação de serviços de viagens, mas também à saúde e prevenção.

Uma dessas empresas é o sanatório e centro de saúde da Bielorrússia “Krinitsa”, com o gerente geral do qual se chegou a um acordo verbal sobre uma próxima reunião no território da Bielorrússia para discutir mais cooperação após a estabilização do mercado turístico. Outra empresa é uma agência de viagens alemã, que oferece seus serviços principalmente a turistas de língua russa e à população local. Também foram realizadas negociações com eles e um acordo verbal de encontro presencial, assim que for possível e justificado.

### 3. Melhorar o site da empresa com a capacidade de fazer pedidos online.

O Departamento de Informática e *Marketing* necessita de apoio técnico constante do site e da procura de novas plataformas para o desenvolvimento de publicidade para os serviços prestados, mantendo e aquecendo o interesse dos clientes. Não se pode descartar que a plataforma de melhor funcionamento pode ser uma das plataformas constantemente emergentes para a criação de sites, o que requer testes constantes. Por exemplo, no futuro, o site deverá processar automaticamente as solicitações e dar *feedback*, trabalhar com calendário e processamento automático de solicitações, como, por exemplo, o serviço *Booking.com*. Entre outras coisas, é preciso pensar em uma campanha publicitária quando a situação do turista voltar ao normal. Estudos têm demonstrado que neste momento o mercado está instável, mas deve estar sempre atento às plataformas e serviços mais relevantes para a prestação de serviços de publicidade.

### 4. Criatividade e abordagem individual

A área social, como responsável primordialmente pela criação, planeamento e realização de eventos, promoções, publicidade, etc., deve ser a principal responsável pelo cumprimento de todas as normas locais de

prestação de serviços, fiscalizar o equilíbrio preço-qualidade, ter a máxima criatividade e visão para o futuro desenvolvimento e manutenção do mais alto nível de foco no cliente da empresa. Uma dessas atividades, como sugerido por mim em um dos encontros, foi a criação de pacotes turísticos que incluem traslados, pesca, natação e interação com restaurantes locais para fins de confeção dos chefes ou diretamente com os clientes logo após a pesca. Esta proposta foi aprovada e aceite para o desenvolvimento do programa e negociações com os restaurantes da marina de Caleta.

Também, para aumentar a produtividade da equipe da empresa, podem ser oferecidos treinamentos especiais, seguindo o exemplo da “Técnica de vendas produtivas”, que tem por objetivo: estudar as características e estratégias, etapas da venda, suas características e significado; estudar a técnica de gestão da atenção e do gosto pelos clientes, gerindo o processo de comunicação; treinamentos em autoanálise de resultados de vendas; aumentar a produtividade dos vendedores e muito mais.

As atividades de marketing mais importantes que carecem de aperfeiçoamento de forma a aumentar a competitividade da empresa "GRAND HOLIDAY TOURS - UNIPESSOAL, LDA" são:

Melhorar a política de vendas, a saber:

- Construir relacionamento com clientes corporativos;
- Melhorar a política de preços.
- Suporte de informações de atividades de marketing.

## **Capítulo IV – Conclusão**

Um estágio é um momento muito importante e crucial que permite mostrar tudo o que aprendeu durante os estudos, a sua capacidade de aprender em movimento, responder a situações repentinas e ser capaz de encontrar soluções em qualquer situação. Em certa medida, este é um verdadeiro desafio à capacidade de se adaptar a novas condições, encontrar uma linguagem comum com um novo ambiente, resistir ao estresse, o desejo de mostrar sua utilidade para a sociedade e para si mesmo.

Apesar de este estágio não ter sido o primeiro que tive de passar ao longo da minha vida, foi uma experiência completamente nova, o mais diferente possível de tudo o que já tinha acontecido. Ao longo do meu estágio, pude experimentar-me em vários departamentos e funções, para lidar com quaisquer tarefas, desde digitalização de documentos e condução de correspondência comercial, até negociações com parceiros estrangeiros sobre interação, elaboração e celebração de contratos. Um fator especial no meu estágio foram as condições em que uma pequena empresa pode operar, se desenvolver e tentar sobreviver das consequências da transformação do mercado turístico em situação de pandemia. Acredito que esta foi uma experiência inestimável para minha compreensão do trabalho da organização neste momento, avaliando as possibilidades de iniciar meu próprio negócio e minha futura carreira.

Apesar das mudanças extremas nas condições de estágio com a consequente mudança de local, todos os objetivos que me foram definidos foram alcançados. Consegui usar todo o conhecimento que adquiri durante todos os meus anos de estudo; adaptar-se ativamente a novas situações e receber e assimilar novos métodos e técnicas no processo de trabalho; organizar e participar de eventos; melhorar suas habilidades sociais e autonomia; praticar línguas estrangeiras; experimente-se em

novas áreas e desenvolver novas oportunidades para trabalhar com programas conhecidos.

Também é importante destacar que a abordagem combinada do estágio deu muito mais liberdade de ação, possibilitou aprender a distribuir corretamente o seu tempo e poder direcionar sua atenção para aqueles aspetos que são importantes em primeiro lugar. A alternância de dias de dados teóricos e sua aplicação na prática, trabalho em casa e visitas diretas a locais reais e potenciais para a implementação da prestação de serviços com interação com o produto permite abranger globalmente todas as áreas da empresa, olhar o trabalho por dentro e ganhar experiência tanto como consumidor quanto como organizador.

Foi uma grande oportunidade para estudar o trabalho de uma agência de viagens por dentro, analisar as estratégias e métodos de desenvolvimento da empresa e tirar algumas conclusões com base nos resultados obtidos. A estratégia de longo prazo da empresa deve visar principalmente a criação de uma imagem corporativa de alto nível. O principal objetivo desta estratégia é atrair novos clientes e parceiros, incluindo potenciais investidores.

Para melhorar a posição da GRAND HOLIDAY TOURS - UNIPESSOAL, LDA no mercado do turismo, foi escolhida uma estratégia de forte entrada no mercado. Os fatores positivos que permitem implementar esta estratégia já se desenvolveram na empresa.

De referir ainda que para estabilizar e fortalecer a situação, a agência está em constante desenvolvimento e atualização dos serviços e bens fornecidos, ações e pacotes. Todas as ações necessárias estão sendo tomadas para o futuro desenvolvimento e expansão da empresa, não só na área de turismo.

Concluindo, gostaria de enfatizar que apesar do facto de ter feito estágios, tanto educacionais quanto profissionais, no curso final na Rússia não foi possível adquirir todos os conhecimentos e aplicá-los na prática com uma imersão tão detalhada nas

especificidades do trabalho e com o máximo apoio como tanto a universidade quanto as empresas onde são formados. Na minha opinião, esta experiência foi completamente nova para mim e necessária para uma introdução ao português mercado de trabalho, compreensão da mecânica interna de uma empresa e desenvolvimento pessoal e profissional.

## **Webgrafia**

GRAND HOLIDAY TOURS – UNIPESSOAL, LDA – Os objetivos e temas das atividades da empresa, <https://granholidaystoursmadeira.com/>

A pancão “Krynitsa” – a historia e objetivos da pensão, a informação geral, fotos e online visão (2020), <https://krynitsa.by/>

HTML Academy – os cursos iniciais de construção de um website, <https://htmlacademy.ru/>

Fórum sobre os construtores dos websites – análise dos websites, <https://www.websiteplanet.com/>

Fórum sobre os construtores dos websites – análise dos websites, <https://uguide.ru/>

Fórum sobre os construtores dos websites – análise dos websites, <https://plerdy.com/>

Construção do website – todos as funções do website corporativo, <https://ukit.com/>

Governo Portugal – as regras de progresso das licenças e regras gerais, <https://portugal.gov.pt/>

Turismo de Portugal - informação das normas e tarefas do serviço de turismo em Portugal, [www.turismodeportugal.pt/](http://www.turismodeportugal.pt/)

Turismo da Madeira - informação das normas e tarefas do serviço de turismo na Ilha da Madeira, [www.visitmadeira.pt/](http://www.visitmadeira.pt/)

