



**Instituto Politécnico
Castelo Branco**

Escola Superior de Gestão

Wecamp Santa Cristina Relatório de Estágio

Relatório de Estágio realizado por:

Dércio Emanuel Pedro

Orientador:

Prof. André Costa

Relatório de Estágio à Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado em Turismo, realizada sob a orientação científica do professor Doutor André Costa, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Outubro 2025

Composição do júri

Agradecimentos

Quero agradecer primeiramente a Deus por permitir que chegue ao fim de mais uma etapa com sucesso.

Agradecer também aos meus pais por me acompanharem nesta jornada, por terem orado por mim e terem pagado as propinas, o meu irmão também foi muito importante nesta jornada, deu-me muito suporte motivacional para não desistir no meio do caminho, portanto um agradecimento especial para ele.

Um agradecimento a todos os meus amigos, mas especialmente aqueles que conheci em Idanha-a-Nova, nos momentos mais fáceis ou mais difíceis estávamos juntos suportando uns aos outros, eles certamente tornaram Idanha um sítio muito melhor.

E por fim um agradecimento a todos os professores que me acompanharam nesta caminhada, nunca pensei que a proximidade entre professores e alunos fosse tão grande, isso certamente contribuiu muito para a aprendizagem e crescimento, o fato de sentir à vontade para falar qualquer coisa com os professores.

Resumo

O presente relatório descreve o estágio curricular realizado na empresa Wecamp Santa Cristina, em Girona, Espanha, entre maio e agosto de 2025, no âmbito da licenciatura em Turismo da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova. O principal objetivo consistiu em aplicar os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso em situações práticas de trabalho, promovendo a integração no mercado profissional e o desenvolvimento de competências técnicas, organizacionais e interpessoais.

As atividades decorreram em diferentes departamentos, nomeadamente receção, manutenção, supermercado e animação, permitindo uma visão global do funcionamento de um empreendimento turístico sustentável. Na receção, as tarefas centraram-se na gestão de reservas, atendimento ao cliente e apoio logístico; no setor da manutenção, destacou-se a resolução de problemas técnicos e a preservação das infraestruturas; no supermercado, o foco foi a organização de produtos, atendimento e gestão de caixa; e na animação, dinamizaram-se atividades recreativas dirigidas a crianças e adultos.

O estágio possibilitou consolidar aprendizagens relacionadas com a gestão da hospitalidade, marketing turístico, gestão de recursos humanos e animação turística, reforçando a importância da experiência prática na formação académica. A vivência proporcionou ainda o contacto com tecnologias de apoio essenciais à hotelaria.

Conclui-se que a experiência foi determinante para o desenvolvimento de competências transversais, tais como comunicação, trabalho em equipa, responsabilidade e adaptabilidade, contribuindo para a preparação do estudante para os desafios profissionais no setor do turismo e hotelaria.

Palavras-chave

Estágio

Turismo

Wecamp

Receção

Animação

Abstract

This report describes the curricular internship carried out at Wecamp Santa Cristina, in Girona, Spain, between May and August 2025, as part of the Tourism degree at the School of Management of Idanha-a-Nova. The main objective was to apply the theoretical knowledge acquired throughout the course in practical work situations, promoting integration into the professional market and the development of technical, organizational, and interpersonal skills.

The activities were carried out in different departments, namely reception, maintenance, supermarket, and entertainment, providing a comprehensive view of the operation of a sustainable tourism enterprise. In the reception department, tasks focused on reservation management, customer service, and logistical support; in maintenance, the emphasis was on solving technical problems and preserving infrastructures; in the supermarket, activities included product organization, customer service, and cash management; and in entertainment, recreational activities were organized for both children and adults.

The internship made it possible to consolidate knowledge related to hospitality management, tourism marketing, human resource management, and tourist entertainment, highlighting the importance of practical experience in academic training. It also provided contact with essential support technologies for hospitality.

It is concluded that this experience was decisive for the development of transversal skills, such as communication, teamwork, responsibility, and adaptability, contributing to the student preparation for professional challenges in the tourism and hospitality sector.

Keywords

Internship

Tourism

Wecamp

Reception

Animantion

Índice geral

Introdução	19
1 Fundamentação Teórica	21
1.1 Enquadramento teórico das atividades realizadas.....	21
1.2 Modelos de gestão aplicaveis	22
1.3 Tecnologias de apoio	23
2 Caracterização da Organização.....	25
2.1 Informação sobre o Estágio	25
2.2 Apresentação dos Objetivos	25
2.3 Apresentação da Entidade acolhedora	26
2.3.1 <i>Breve História</i>	27
2.3.2 <i>A hierarquia</i>	28
2.3.3 <i>Visão, Missão e Valores</i>	29
3 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS.....	31
3.1 Preâmbulo	31
3.2 Receção	31
3.3 Manutenção	34
3.4 Supermercado	34
3.5 Animação.....	35
4 APRECIÇÃO E DISCUSSÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS	38
Conclusão.....	40
Bibliografia / Referências Bibliográficas	41
ANEXOS.....	42

Índice de figuras

FIGURA 1- BELL TENT	26
FIGURA 2- PARCELA	27
FIGURA 3- ENTRADA DO CAMPING	27
FIGURA 4- ORGANIGRAMA DA WECAMP	28
FIGURA 5- ORGANIGRAMA DA WECAMP SANTA CRISTINA	29
FIGURA 6- RECEÇÃO.....	33
FIGURA 7- LOGO DA WECAMP DO LADO DE FORA	33
FIGURA 8- UMA DAS ATIVIDADES DE ANIMAÇÃO	37
FIGURA 9- MOBILE HOME	43
FIGURA 10- CABIN TENT	44
FIGURA 11- GLAMPINGS.....	44
FIGURA 12- LODGE FAMILY	45
FIGURA 13- VISTA DO DEPARTAMENTO DE ANIMAÇÃO	45
FIGURA 14- LOGO DA CEE	46
FIGURA 15- SÍMBOLO DO CERTIFICADO AIS	46
FIGURA 16- SÍMBOLO DO CERTIFICADO BREEAM	47
FIGURA 17- SÍMBOLO DO CERTIFICADO BIOSPHERE	47

Lista de abreviaturas, siglas e acrónimos

OTA- Online Travel Agency.

POS- Point of Sale.

TPA- Terminal de pagamento automático.

CEO- Chief Executive Officer.

COO- Chief Operating Officer.

F&B- Food and Beverage.

HR- Human resources.

FBO- Fixed base operator.

B2B- Business to Business.

CEE- Certificado de eficiência energética.

Certificado AIS- Sistema de identificação automática.

Certificado BREEAM- Building Research Establishment Environmental Assessment Method.

PMS- Property Management System.

Introdução

O objetivo da realização deste estágio foi aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo dos três anos de curso em situações reais de trabalho, neste caso, na área do turismo, para desenvolver diversas competências e a aumentar a experiência e o crescimento pessoal.

Mais especificamente, pretendeu-se desenvolver competências de comunicação e de prestação de apoio ao cliente através das tarefas desempenhadas na receção, nas quais os conteúdos das unidades curriculares de espanhol e inglês foram muito importantes, dado que o estágio foi realizado em Espanha. Procurou-se também aprender a manter um bom relacionamento com os colegas de trabalho, para o que se revelou bastante útil a aplicação dos conteúdos aprendidos na unidade curricular de Gestão de Recursos Humanos. Outro objetivo foi desenvolver a capacidade de criar atividades para entreter diferentes faixas etárias de pessoas, manter a paciência em momentos de “stress”, evitar que assuntos externos ao trabalho interferissem no desempenho profissional e reforçar a capacidade de comunicação adaptada a diferentes públicos, aspetos em que os conhecimentos adquiridos na unidade curricular de Animação Turística mostraram-se fundamentais.

Pretendeu-se igualmente desenvolver capacidades de organização e distribuição de produtos num espaço comercial para aumentar a probabilidade de venda, manter-se sempre disponível para apoiar o cliente e demonstrar simpatia, áreas em que os conteúdos da unidade curricular de Marketing Turístico tiveram grande relevância. Para alcançar os objetivos referidos, foram realizadas tarefas e atividades no departamento de receção, no departamento de supermercado e no departamento de animação.

O estágio foi realizado em Espanha, na empresa Wecamp, mais especificamente em Santa Cristina, Girona. Decorreu entre o dia 19 de maio de 2025 e o dia 31 de agosto de 2025. O Wecamp é uma empresa com o conceito de camping na área da hotelaria, sendo que a área de atuação do estágio concentrou-se maioritariamente na receção, embora também tenham sido desempenhadas funções noutros departamentos, nomeadamente animação, manutenção e supermercado.

A Wecamp é um novo conceito de parques/empreendimentos turísticos inovadores e sustentáveis, as estadias ecológicas são postas em ambientes únicos com o objetivo de pôr as pessoas e a natureza no centro.

Este relatório está dividido em quatro grandes partes das quais são a fundamentação teórica, a caracterização da organização, atividades desenvolvidas e apreciação das atividades realizadas. A fundamentação teórica está dividida em quatro partes mais pequenas que são o enquadramento teórico das atividades realizadas, os Modelos de gestão aplicáveis, as tecnologias de apoio e outras abordagens relevantes; A caracterização da organização está dividida em sete das quais são a Informação sobre o Estágio, a apresentação dos objetivos, a apresentação da entidade acolhedora, uma breve história, a hierarquia e a visão, missão e valores; A parte das atividades desenvolvidas é composta por cinco partes mais pequenas, o preâmbulo, a descrição das tarefas de receção, as tarefas de manutenção, as tarefas de supermercado e a descrição das tarefas de animação, depois é a apreciação das atividades desenvolvidas e por fim a conclusão, bibliografia, apêndices e anexos.

1 Fundamentação Teórica

1.1 Enquadramento teórico das atividades realizadas

O estágio curricular representa uma fase crucial no processo de educação, pois possibilita a aplicação prática do conhecimento que foi adquirido ao longo do ensino teórico. Conforme mencionado por Yamashita e Ueda (2024), que Integração em contexto profissional contribui significativamente para o desenvolvimento de competências técnicas, interpessoais e organizacionais, aumentando também as hipóteses de os estudantes arranjam emprego.

No setor de hotelaria e turismo, a receção tem um papel fundamental na experiência do cliente, muitas vezes sendo o primeiro e o último contato com a empresa. Segundo Kotler, Bowen e Makens (2014), a qualidade do atendimento é um dos principais fatores na perceção do serviço e na retenção dos clientes. Assim, a prática em atividades como check-ins, check-outs, atendimento por telefone e gestão de reservas através de OTAs (Online Travel Agency) ajuda a fortalecer as habilidades de comunicação, organização e resolução de problemas.

Além da receção, a experiência em departamentos complementares como manutenção, animação e supermercado ofereceu uma visão ampla do funcionamento de um estabelecimento turístico. A manutenção está relacionada diretamente à qualidade do serviço, pois uma infraestrutura adequada é fundamental para a satisfação do cliente (Baker, 2013). Por sua vez, a animação turística é importante para agregar valor à estadia, ao proporcionar experiências únicas e adaptadas a diferentes perfis de visitantes (Cunha, 2013).

No âmbito do supermercado, atividades como organização, reposição e venda de produtos estão ligadas a práticas de merchandising, essenciais para melhorar a experiência de consumo e elevar a rentabilidade do negócio (Kotler & Keller, 2012).

Desse modo, a vivência prática adquirida no Wecamp apoia a teoria estudada, comprovando que o estágio é uma ferramenta crucial para a transição do ambiente acadêmico para o profissional. Mais do que uma aplicação técnica, o estágio proporciona ao estudante o desenvolvimento de habilidades como autonomia,

responsabilidade e capacidade de adaptação, considerados aspetos fundamentais para o desempenho futuro no setor de turismo e hotelaria.

1.2 Modelos de gestão aplicáveis

De acordo com Zhang (2024), os modelos das características do trabalho destacam a importância da variedade de competências, da autonomia, do 'feedback' das tarefas para promover o envolvimento do trabalhador. Na receção, a implementação de um modelo de gestão da qualidade se reflete na adesão rigorosa a processos como check-ins e check-outs, atendimento telefónico e gestão de reservas. Cada interação desempenha um papel crucial na satisfação e fidelização do cliente, sublinhando a relevância da gestão da qualidade como um diferencial competitivo.

Nos setores de manutenção e no supermercado, destaca-se a importância da gestão operacional, que, conforme Slack, Chambers e Johnston (2010), visa garantir a utilização eficaz dos recursos e processos na organização. Na manutenção, a correção de falhas técnicas e a conservação das infraestruturas asseguram a continuidade das atividades turísticas. No supermercado, a arrumação do espaço de vendas, a reposição de produtos e a supervisão das transações são práticas essenciais da gestão operacional, melhorando a eficiência e a experiência de compras dos consumidores.

A interação com várias equipas confirmou o papel crucial da gestão de pessoas na motivação, integração e produtividade. Segundo Chiavenato (2014), a gestão de recursos humanos tem como propósito alinhar os objetivos da organização às necessidades dos colaboradores, incentivando o trabalho em equipe, a capacidade de adaptação e o aprimoramento de habilidades. O estágio no Wecamp proporcionou a vivência desse modelo, promovendo a participação do estagiário em diversos departamentos e fomentando a colaboração entre os colegas.

Já que no departamento de animação, foram aplicados princípios da gestão da experiência turística, focando na criação de momentos inesquecíveis para os clientes. Pine e Gilmore (1999) ressaltam que as experiências se tornaram uma maneira essencial de diferenciar-se no setor turístico. Atividades como yoga, competições esportivas e oficinas criativas para crianças demonstram o

compromisso do Wecamp em oferecer valor adicional, indo além da mera oferta de alojamento.

De maneira abrangente, observa-se a presença da gestão estratégica, que é o processo de definir metas de longo prazo e alocar recursos para alcançá-las (Porter, 1996). A atuação do Wecamp em várias localidades e sua aposta em serviços variados revelam uma estratégia de posicionamento diferenciada no mercado de hotéis de camping, permitindo entender a lógica de crescimento e inovação que fundamenta a empresa.

1.3 Tecnologias de apoio

Buhalis e Law (2008) ressaltam que as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) desempenham um papel fundamental na competitividade das organizações do turismo, pois permitem tanto a administração eficiente das operações quanto a criação de valor para os consumidores. No decorrer do estágio no Wecamp, foram utilizadas várias tecnologias de apoio, demonstrando a diversidade de áreas de atuação da empresa.

As Agências de Viagens Online (OTAs), como Booking e Witbooking, têm um papel importante na divulgação e venda de serviços turísticos. Segundo Law, Leung e Wong (2004), essas plataformas funcionam como canais de intermediação que ajudam a tornar a empresa mais visível e tornam o processo de reserva mais fácil para o cliente. Gerir reservas nessas plataformas envolve cuidar de detalhes como confirmações, cancelamentos e comunicação com os hóspedes, mostrando como é fundamental usar essas tecnologias de forma eficiente para garantir a satisfação do cliente.

De igual modo o sistema PMS (Property Management System), foi uma ferramenta muito importante para tornar mais fácil a gestão e a integração das reservas feitas por diferentes canais. De acordo com O'Connor (2005), os sistemas de gestão hoteleira ajudam a reunir todas as informações num só lugar, diminuir erros que acontecem quando se faz tudo manualmente e melhorar o controle das operações. No caso do Wecamp, usar esse software ajudou a atualizar as reservas de forma rápida e a organizar melhor as estadias dos clientes.

No supermercado, foi utilizado o programa AGORA, um sistema de ponto de venda (POS) que ajuda a registrar e controlar as transações comerciais. Segundo Laudon e Laudon (2020), os sistemas de informação de gestão facilitam a tomada de decisões ao fornecer dados financeiros e operacionais precisos. Com o uso do AGORA, foi possível conferir se as vendas estavam enquadradas com a caixa, de forma a mostrar como a tecnologia é importante para garantir transparência e confiança no processo de cobrança.

Além disso, as ferramentas de comunicação digital, como o e-mail e o atendimento por telefone, tiveram um papel essencial na interação com os clientes. Castells (2009) aponta que a sociedade em rede aumenta a conectividade e a velocidade da troca de informações, algo muito importante no setor de hospitalidade. Responder a pedidos, dúvidas e reservas por canais digitais reforçou o valor das tecnologias da informação e comunicação na gestão do relacionamento com o cliente.

2 Caracterização da Organização

2.1 Informação sobre o Estágio

De acordo com o Regulamento dos Estágios Curriculares da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova, a finalidade da realização do estágio consiste em proporcionar o contato aprofundado com o mercado de trabalho, visando a inserção do estagiário na vida ativa através de atividades a concretizar no posto de trabalho.

O estágio teve a duração de quatro meses, compreendido entre os dias 16 de maio de 2025 e 28 de agosto de 2025 e foi realizado na empresa Wecamp, situado em Girona, Santa Cristina D`aro.

O orientador do estágio foi a Dr^a Zaida Goody , que desempenha as funções de diretora na Empresa Wecamp Santa Cristina. O supervisor de estágio foi o Professor André Costa, da Unidade Técnico-Científica de Ciências Empresariais da Escola Superior de Gestão de Idanha-a-Nova.

2.2 Apresentação dos Objetivos

O estágio revela-se uma oportunidade significativamente importante para proporcionar um contacto profundo com a atividade profissional no âmbito da Gestão e visa promover a perceção e a aprendizagem em contextos socioprofissionais, ao permitir a convivência com os problemas do quotidiano relacionados com o exercício da profissão.

Tem como objetivos contactar o mundo organizacional e adquirir experiências de trabalho não adquiridas em contexto académico, aplicar e solidificar os conhecimentos relacionados com a sua área de formação, desenvolver competências, atitudes e capacidades no contexto laboral, em que se destacam, a responsabilidade, o espírito crítico, a capacidade de trabalho em equipa, entre outros.

O relatório de estágio tem por objetivo descrever, com o grau de pormenor adequado, as atividades desempenhadas pelo estagiário durante o período de estágio e os principais contributos e conclusões resultantes da sua realização,

relacionando-as com os conhecimentos teóricos e práticos apreendidos ao longo do período de formação superior em sala de aula.

2.3 Apresentação da Entidade acolhedora

De acordo com o livro da empresa Manifest ESG, a Wecamp tem a sustentabilidade como um dos seus pontos principais da sua estratégia tem o objetivo de melhorar a sua competitividade e também impactar positivamente na sua envolvência, comprometido com a igualdade, com respeito pelo meio ambiente e a responsabilidade social, alinhando tudo o que é feito com os ODS da agenda 2030, promovendo a inclusão e o desenvolvimento de oportunidades em cada território em que o Wecamp atua. A Wecamp é um novo conceito de parques/empreendimentos turísticos inovadores e sustentáveis, as estadias ecológicas são postas em ambientes únicos com o objetivo de pôr as pessoas e a natureza no centro. A Wecamp tem vários certificados de reconhecimento de esforços, de sustentabilidade e de bons cuidados com os estabelecimentos, como o certificados BREEAM que é de sustentabilidade, o certificado AIS que avalia o grau de acessibilidades de espaços, o certificado CEE que é o da utilização energética, o certificado BIOSPHERE que é o que reconhece os esforços por fazer parte dos objetivos sustentáveis da agenda 2030 das Nações Unidas.

O camping no total tem 202 quartos/tendas/parcelas e esta dividido em 5 tipos, as “Mobile home” que no total são 68, as “parcelas” que são 75 no total, as “Bell tent” que no total são 12, as “Cabin tent” que são 12, as “glamping” que no total são 10, e por fim as “Lodge family” que são 25.



Figura 1- Bell Tent

Fonte – Wecamp.net



Figura 2- Parcela

Fonte – Wecamp.net



Figura 3- Entrada do camping

Fonte - Dércio

2.3.1 Breve História

A Wecamp foi criada em 2020 como um empreendimento de hospedagem ao ar livre sustentável, centrada no conceito de campings e glampings inovadores, que combinam conforto, design e respeito pelo meio ambiente. O projeto nasceu de uma joint venture entre a empresa de investimento Meridia Capital e gestores com experiência no setor hoteleiro, em que a Meridia contém os ativos e participa da maioria da estrutura acionária, enquanto a gestão operacional é assegurada pela Wecamp. Desde o seu lançamento, a empresa tem seguido uma estratégia de expansão ambiciosa, adquirindo e requalificando propriedades em diferentes locais de Espanha e Portugal, como Santa Cristina, Cadaqués, Cabo de Gata, Reserva Alecrim e São Miguel.

2.3.2 A hierarquia

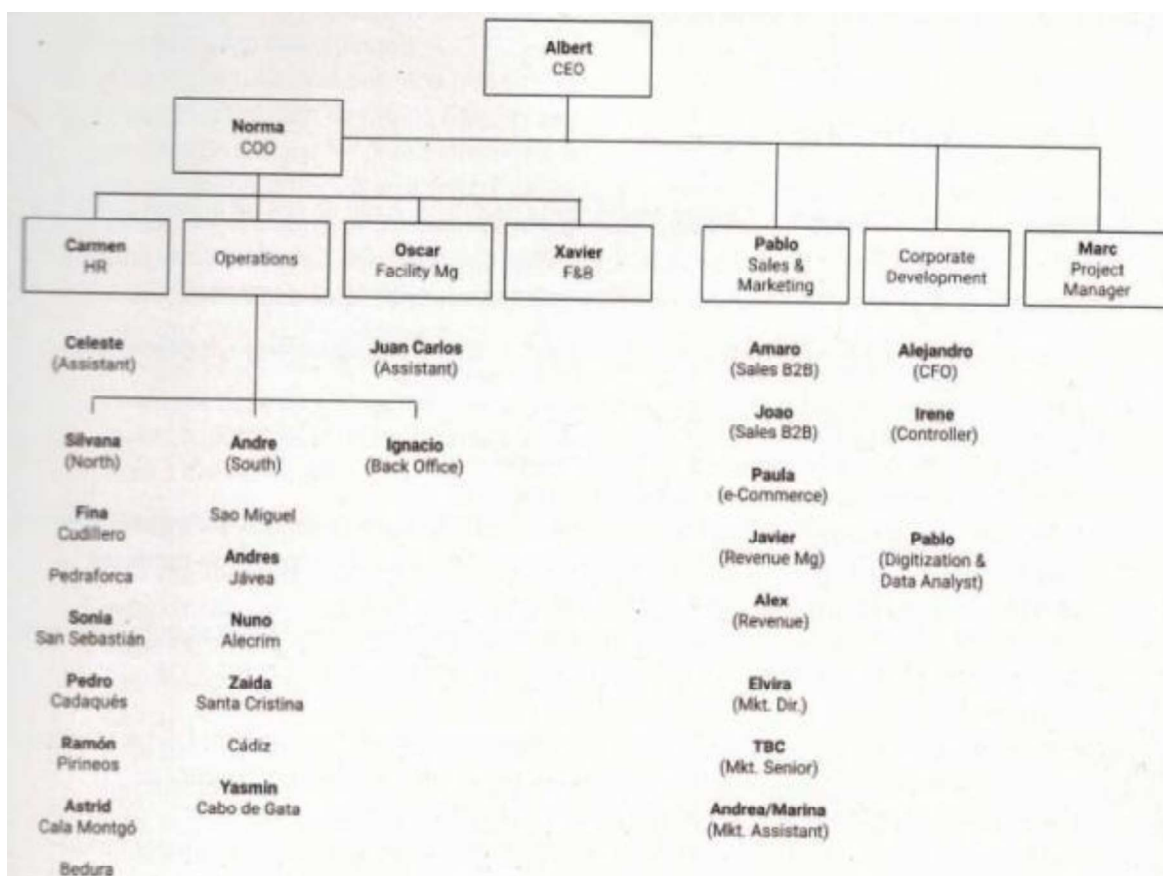


Figura 4- Organigrama da Wecamp

Fonte – Foto do livro da empresa

Na figura acima está representado o organigrama da Empresa Wecamp ao todo. Esta dividido entre vários departamentos e hierarquias, das quais o Sr. Alberto é o CEO, de seguida a Sr^a Norma como COO que comanda os departamentos de recursos humanos (HR); operações gerais dos diversos campings, gestão de facilidades (facility Mg), e o F&B. De seguida na parte do Marketing e vendas temos o Sr. Pablo como chefe direto dos encarregados de vendas B2B, e-commerce, Revenue Mg, Revenue, Marketing direto, Marketing senior e assistente de Marketing. A empresa também tem o departamento de desenvolvimento corporativo com o Sr. Alejandro como chefe de FBO, a Sr^a Irene responsável de controlo e o Sr. Pablo novamente, só que desta vez como digitalização e analista de data, também tem o Sr. Marc como responsável de gestão de projeto e por fim temos os diversos diretores dos campings da Wecamp espalhados por Espanha e Portugal.

2.3.3 Visão, Missão e Valores

A missão da Wecamp é ser parte ativa do compromisso nacional por um turismo responsável que tem o objetivo principal de erradicar as barreiras que limitam o acesso a destinos turísticos, centrar-se em colocar o bem-estar das pessoas no núcleo das operações da empresa também pretende criar um destino turístico que conviva de forma harmoniosa com outras atividades económicas e sociais. Os valores da empresa são o novo conceito de empreendimentos turísticos inovadores e sustentáveis em ambientes únicos, sempre colocando os clientes e a natureza no centro. E a visão da empresa é o avanço em direção a um futuro onde os cuidados com a sustentáveis são o caminho para um crescimento responsável e significativo.

Passando agora para o organigrama específico da Wecamp em Santa Cristina.

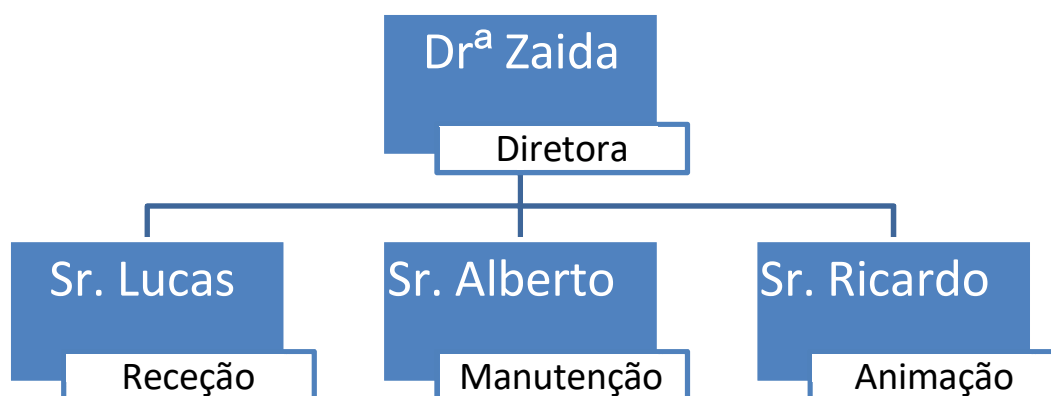


Figura 5- Organigrama da Wecamp Santa Cristina

Está dividido em três departamentos a recepção, a manutenção, animação, o departamento de supermercado já citado algumas vezes no trabalho, não está referido no organigrama porque não tem um responsável fixo, todos os anos tem um responsável diferente e tem somente um tempo durante o verão que fica aberto, não fica aberto a temporada toda.

Na recepção é onde está a responsabilidade de fazer a recepção do cliente ao alojamento, fazer check-in e check-outs, vender produtos enquanto o supermercado não está aberto, atender chamadas de clientes, colocar as reservas feitas nas OTAs (Online Travel Agency), no sistema PMS (Property Management System), e ajudar os clientes a levar as bagagens até ao alojamento com o carrinho pequeno.

O departamento de manutenção que é responsável de garantir que todos os equipamentos e dentro de cada alojamento estejam preparados para o bom usufruto do cliente no camping.

Já o departamento de animação que tem de garantir o entretenimento do cliente durante a sua estada no camping.

3 ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

3.1 Preâmbulo

O Estágio teve uma duração de quatro meses, iniciou-se no 16 de maio e terminou a 28 de agosto de 2025. O plano de estágio foi definido conforme previsto no Regulamento de Estágios, estando planeadas o desenvolvimento de um conjunto de atividades, nomeadamente receção, manutenção, animação e supermercado.

A planificação do estágio e a metodologia de aprendizagem utilizada foi fundamental para que as atividades fossem executadas eficazmente, cumprindo os objetivos definidos pelo orientador, garantindo o sucesso e a efetividade no desempenho das funções e o êxito do estágio.

3.2 Receção

A primeira tarefa que foi realizada no início do estágio foi de rececionista, e como este empreendimento não requer uma forma de vestir muito formal, porque é um camping, não foi necessário um fato ou blazer, mas o comportamento e a postura corretos são sempre necessários, a boa disposição para atender os clientes e resolver qualquer problema que surge, porque de acordo Bowen e Makens (2014), a qualidade do atendimento é um dos principais fatores na perceção do serviço e na retenção dos clientes.

No turno de madrugada na receção a primeira coisa que tem que se fazer é analisar todas as reservas que entram nas diversas OTAs (Online Travel Agency), como booking e expedia, que como está citado na fundamentação teórica ajudam a fortalecer as habilidades de comunicação, organização e resolução de problemas. Tem que se meter as reservas confirmadas no programa PMS para quando chegarem no dia previsto da sua chegada, os companheiros do turno da tarde saberem quem é o cliente que reservou, tem de se fazer um conjunto de listas para o departamento de limpezas, essas listas consistem em dar a conhecer ao departamento de limpeza quais são os quartos ocupados e livres para que os possam limpar e deixar-lhos

Preparados para os próximos clientes que os ocuparem, também tem de se mandar listas e fechos de caixa de cada para um conjunto de superiores da Wecamp com sede em Barcelona, para eles terem conhecimentos dos lucros, gastos, despesas e ganhos obtidos em cada dia, e como a receção esta aberta 24h por dia menos Domingo e Segunda, também há possibilidade de fazer check-in de madrugada.

Durante o turno da manhã tem que se preparar os pedidos de pão/bolos que foram pedidos na noite anterior para os entregar na manhã seguinte, preparar mais listas para o departamento de limpeza, responder a emails dos clientes, que podem ser vários tipos de assuntos como, “A que horas posso fazer o check-in”, “A praia é perto do camping”, “Posso levar animais”, entre outros assuntos, também há possibilidade de se fazer pré-check-in aos clientes, que basicamente consiste em dar entrada no cliente, pagar o montante que está pendente e posteriormente pode usar as diversas instalações do camping à vontade, mas o quarto só lhe poderá ser atribuído se o departamento de limpeza já tiver preparado o quarto, como o check-in só começa a partir das 16h, não é obrigatório o quarto estar preparado antes dessa hora e também se fazem check-outs, tem que se colocar no programa PMS a saída do cliente.

Durante o turno da tarde é quando começam os check-ins, tem de se dar entrada nos clientes, fazer o serviço de buggy para os ajudar com as malas se assim o desejarem, também tem de atender chamadas de clientes que já tenham feito a reserva, mas existe alguma dúvida.

Durante o turno da noite faz-se basicamente o mesmo que no turno da tarde, é como uma continuidade, mas nos dias em que não há turno de madrugada que são Domingo e Segunda, tem de se fazer algumas das tarefas do turno de madrugada, maioritariamente as listas com todas as informações dos clientes alojados e analisar algumas reservas.



Figura 6- Recepção

Fonte- Dércio



Figura 7- Logo da Wecamp do lado de fora

Fonte- Dércio

3.3 Manutenção

Todas as tarefas do departamento de manutenção são para manter e garantir o bom funcionamento do camping porque a manutenção está relacionada diretamente à qualidade do serviço, (Baker, 2013), como já tinha referido antes, as tarefas que tiveram de ser realizadas foram limpar todas as luzes do camping, soprar com uma maquina o excesso de folhas das estradas principais usadas pelos clientes, preparar a piscina antes de abri-la, retirar a cerca que cobre a mesma, também pode ser preciso ajudar o pessoal da receção com o buggy, a levar os clientes até aos seus quartos, também arranjar algum problema que surge, por exemplo, “a maquina de café deste quarto não é compatível com as cápsulas”, “ a internet deste quarto não esta a funcionar”, portanto, o departamento de manutenção tem que estar sempre preparado para qualquer situação que possa surgir com os clientes ou as infraestruturas do camping.

3.4 Supermercado

No departamento de supermercado a tarefa principal é vender os produtos para os clientes, produtos merchandising da marca do camping que é Wecamp, roupa e comida, e outros produtos de comida que se comprem em supermercados genéricos para revender no supermercado do camping, o preço de cada produto é calculado de acordo com o preço que foi adquirido.

O espaço de exposição dos produtos para venda no supermercado estão organizados de uma forma a dar prioridade aos produtos da Wecamp, ou seja, quando os clientes entram, a primeira coisa que veem são os produtos da Wecamp, tanto roupa quanto comida, depois estão expostos os produtos que o cliente não tem “Necessidade” então há que expor de forma ao cliente ver os produtos facilmente e depois, expostos mais longe, estão os produtos em que o cliente tem “necessidade”, então é claro que vão perguntar pelos mesmos por isso que não há necessidade de expô-los perto da entrada.

Existem outras tarefas no supermercado para além de vender, que é meter a etiqueta de preço em todos os produtos, à medida que os clientes vão comprando os

produtos, tem que se repor e meter a etiqueta de preço dos mesmos, também é importante apontar tudo aquilo que os clientes pedem e não está no supermercado, dessa forma fica-se a saber para da próxima vez fazer o pedido desse está produto para que os clientes já o possam encontrar no supermercado, e em relação ao pedido dos produtos, quando são feitos os pedidos aos fornecedores, no dia da chegada, é muito importante contar os produtos e as caixas que chegam para ver se realmente está de acordo com aquilo que foi pedido.

O supermercado tem dois horários, um de manhã e outro à noite, no final do turno da manhã tem de se fazer sempre um enquadramento de caixa, que consiste em ver se o dinheiro feito em cartão e o dinheiro feito em notas e moedas é realmente aquilo que está no Cashlogy, para o dinheiro vivo e se é realmente aquilo que esta no TPA, para o dinheiro em cartão. E por fim no final do turno da tarde tem de se fazer o fecho de caixa, que consiste em somar todo o dinheiro que foi feito nos dois turnos, com tudo enquadrado, para ter o total do dia e depois dar os papeis informativos na direção.

3.5 Animação

No departamento de animação as atividades que se realizam são para entreter os clientes das diferentes faixas etárias com varias atividades organizadas, para as crianças pequenas há atividades como pinturas, desenhos para enfeitar o salão do departamento de animação, jogos de mímica, jogos por todo o camping, como caça às borboletas e jogos de natureza que consiste em encontrar plantas raras pelo camping e jogos de piscina também, para os adolescentes, jovens e adultos, são organizados torneios das diversas modalidades de desporto, como por exemplo futebol, basquetebol, voleibol, também são organizados tempos de exercício físico de calistenia e às vezes, há um tempo de filme pela noite para todos clientes de todas as faixas etárias.

Aprofundando mais cada atividade, em relação a pinturas havia a “collage natural” em que as crianças tinham de andar pelo camping a colher materiais da natureza como paus de árvores, folhas de árvores, pedras e plantas para depois colar esses materiais recolhidos num papel e fazer o desenho mais criativo que conseguissem, outras atividades como “ estampación naturale”, “farmácia natural”, “arte natural”, são muito parecidas com a atividade “collage natural”, o que pode mudar é o sitio onde colam os materiais recolhidos ou o tema de desenho que as crianças tem de

seguir. Também há atividades com barro em que a criança tem de desenhar a pata de um animal, como por exemplo cão ou gato no barro.

Passando para as atividades mais artísticas, tem uma que se chama “proyector de estrellas” em que as crianças tem de criar um projetor de estrelas com material reciclado, como rolos de papel higiénico, cartolinas, cartolinas com brilhantes, o objetivo então seria pintar o rolo de papel depois recortar pequenas estrelas para colar no rolo de papel, de seguida recontar pequenas estrelas novamente só que desta vez em um papel normal e com esse papel colocar-lo em uma das aberturas do rolo e por último apontar uma lanterna para a abertura do rolo onde tem o papel com as formas de estrelas recortadas e dessa forma vão ser projetadas estrelas.

Uma outra atividade artística que se faz é a construção de uma casa com materiais reciclados, é bem-parecida com a atividade referida anteriormente, mas o que muda nesta atividade são as matérias, porque para fazer as paredes da casa é utilizado uma boa quantidade de cartão e depois também são utilizadas rolhas de garrafas para fazer de mesas e bancos por exemplo e depois as crianças podem decorar a casa com outros matérias.

Eram realizadas atividades de mais movimento também para as crianças como jogos cooperativos, um deles se chamava “tren”, consistia em uma das crianças estar de olhos vendados e ser o “comboio” e depois uma criança tinha de estar atrás sendo o copiloto, enquanto as outras crianças estavam espalhadas pelo espaço em que o jogo estava a ser realizado, o copiloto tem de guiar a criança que está vendada com o objetivo de apanhar as crianças espalhadas para aumentar a dimensão do comboio. Outro jogo também realizado é o jogo de derrubar latas, uma torre de 10 lata é feita e cada lata tem uma pontuação, o objetivo é as crianças tentarem derrubar o maior número de latas possível.

Agora falando das atividades desportivas, eram feitas diversas equipas, a quantidade por cada equipa dependia de quantas pessoas queriam aderir ao torneio da modalidade em questão, as únicas modalidades onde não se faziam equipas era no ping-pong. Dependendo da quantidade de grupos, organizava-se uma fase de grupos para ver as equipas que jogariam nas fases eliminares até chegar à final e ver quem será o vencedor, e aqui as crianças também podiam jogar.



Figura 8- Uma das atividades de animação

Fonte- Décio

4 APRECIÇÃO E DISCUSSÃO DAS ATIVIDADES REALIZADAS

Durante este tempo que estive de estágio na empresa Wecamp em Santa Cristina, Espanha, realizei diversas atividades que contribuíram bastante para o meu crescimento pessoal e profissional, atividades essas que estavam previstas que fossem feitas e constavam no plano de estágio.

Tive a possibilidade de aplicar vários conteúdos teóricos aprendidos durante os três anos de curso na prática das tarefas que realizei na empresa Wecamp, como por exemplo manter uma conversação em espanhol por tempo indeterminado, a unidade curricular de espanhol teve um impacto muito grande nesse efeito, utilizar técnicas de comunicação para falar com clientes diversos, estar sempre disposto a prestar apoio ao cliente, sempre procurar aprender com cada situação “estranha”, como está citado na fundamentação teórica de acordo com , Bowen e Makens (2014), que a qualidade do atendimento é um dos principais fatores na percepção do serviço e na retenção dos clientes, os conteúdos que aprendi nas unidades curriculares de gestão de recursos humanos e estratégias de comunicação foram muito importantes para a realização das tarefas que tinha na receção.

Já no departamento de animação também tive a oportunidade de aplicar conteúdos aprendidos no curso, nomeadamente da unidade curricular de animação turística, fiz tarefas onde tinha que preparar atividades para diferentes faixas etárias, tive que adotar uma forma de comunicação diferente para cada faixa etária e de acordo com a atividade que se ia realizar, como diz Cunha (2013), a animação turística é importante para agregar valor à estadia, ao proporcionar experiências únicas e adaptadas a diferentes perfis de visitantes.

No supermercado foi onde passei mais tempo, a seguir à receção, pude aplicar conteúdos teóricos aprendidos na unidade curricular de Marketing Turístico, como diz Kotler e Keller (2012), que as atividades como organização, reposição e venda de produtos estão ligadas a práticas de merchandising e foi exatamente isso que fiz a maior parte do tempo que passei no supermercado, também pude aplicar conteúdos da unidade curricular de gestão financeira, já que uma das tarefas no supermercado era a contabilização do dinheiro feito em cada

um dos turnos e enquadrara-los com os valores que constavam no programa que era utilizado para cobrar os produtos.

No departamento de Manutenção foi onde passei muito menos tempo, porque não é um departamento que podia relacionar com conteúdos aprendidos durante os três anos de curso, então por isso a minha orientadora de estágio e eu concordamos em apenas fazer algumas tarefas desse departamento para conhecer as suas responsabilidades dentro do camping e dessa forma fiquei a conhecer todos os departamentos do camping, o que só é uma mais-valia para mim e para o meu crescimento.

Uma das coisas que gostei muito durante o estágio que não está relacionada com nenhuma tarefa em si, mas que com certeza contribuiu muito para o meu desenvolvimento profissional, foram as diversas formações em que participei, das quais são, prevenção de riscos laborais em que aprendi algumas técnicas e estratégias para prevenir riscos no trabalho como por exemplo deixar o meu espaço de trabalho organizado para que não haja situações onde alguém pode tropeçar; Formação de cibersegurança onde aprendi técnicas para deixar as minhas contas e emails protegidos de ataques online e também aprendi a distinguir um email verdadeiro de um email que é uma fraude; E a última formação mas não menos importante foi de evacuação em situação de incêndios onde aprendemos técnicas de evacuação e também aprendemos a usar extintores.

A minha integração na empresa foi muito boa, os meus colegas dos diversos departamentos em que trabalhei, e receberam muito bem, fizeram com que me sentisse em casa desde o primeiro dia, nunca tive problemas de perguntar sobre algo quando surgia uma dúvida, explicaram-me muito bem como funcionava a zona fora do camping, já que fiquei lá três meses e meio foi muito importante conhecer a vizinhança em volta.

A relação entre todos os trabalhadores entre si era muito boa e forte, como a minha orientadora e diretora do Wecamp Santa Cristina disse, que lá tínhamos que ser como uma família, essa abordagem e forma de gerir a equipa foi muito boa, gostei bastante, portanto posso dizer que passei muito bem os três meses e meio que tive no estágio, aprendi bastantes coisas que me vão ser muito úteis tanto profissionalmente como pessoalmente, estou muito grato por ter tido esta oportunidade.

Conclusão

O estágio curricular realizado no Wecamp, em Santa Cristina, Girona, entre maio e agosto de 2025, foi uma oportunidade crucial para reforçar os conhecimentos obtidos durante o curso e aplicá-los num ambiente de trabalho real. Essa experiência proporcionou uma compreensão abrangente sobre como funciona uma empresa de hotelaria com o conceito de camping, possibilitando a interação com vários departamentos dos quais receção, manutenção, supermercado, animação e permite o desenvolvimento de habilidades transversais em cada um deles.

As tarefas realizadas foram fundamentais para adquirir competências práticas em áreas como atendimento ao público, administração de reservas, organização de serviços, solução de conflitos e promoção de atividades recreativas. Ao mesmo tempo, foi possível perceber a importância das tecnologias na gestão diária e a importância da colaboração entre equipas para assegurar a qualidade do serviço prestado.

Além do aprimoramento técnico, o estágio também fomentou o crescimento pessoal e profissional, promovendo a autonomia, a capacidade de adaptação, o espírito colaborativo e a responsabilidade nas atividades executadas. Essa vivência destacou ainda como os modelos de gestão e os conceitos teóricos estudados são aplicáveis, sublinhando sua importância no contexto prático da hotelaria e do turismo.

Portanto, o estágio no Wecamp foi uma experiência enriquecedora, que não só atendeu às metas estabelecidas, mas também abriu novas possibilidades para futuras carreira, solidificando a formação e aprimorando a preparação para o ingresso no mercado de trabalho.

Bibliografia / Referências Bibliográficas

- Baker, S. (2013). *Principles of hotel front office operations* (4th ed.). Cengage Learning.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Castells, M. (2009). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Chiavenato, I. (2014). *Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações* (4.^a ed.). Elsevier.
- Cunha, L. (2013). *Introdução ao turismo*. Lidel.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for hospitality and tourism* (6th ed.). Pearson.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2020). *Management information systems: Managing the digital firm* (16th ed.). Pearson.
- Law, R., Leung, R., & Wong, R. (2004). The impact of the Internet on travel agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100–107.
- O'Connor, P. (2005). *Distribution channels for hospitality and tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.
- Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2010). *Operations management* (6th ed.). Pearson Education.
- Yamashita, K., & Ueda, M. (2024). Experiential learning in hospitality education: The role of internships in skill acquisition and employability. *Journal of Tourism and Hospitality Education*, 36(1), 55–72.
- Zhang, L. (2024). Applying the Job Characteristics Model to Generation Z in hospitality internships. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 36(4), 399–410.

ANEXOS

Anexo I (Parecer de admissibilidade)



PARECER DE ADMISSIBILIDADE A PROVAS PÚBLICAS

TURISMO

Após leitura e análise do **Relatório Final de Estágio e/ou Projeto** do estagiário **Décio Emanuel Pedro,**

☒ **Concordo**

Com a sua admissibilidade a provas públicas para efeitos de avaliação final.

☐ **Não concordo**

Com a sua admissibilidade a provas públicas para efeitos de avaliação final.

Porque:

O relatório apresentado pelo estudante é um retrato fiel do estágio desenvolvido, para além de cumprir os preceitos formais exigidos pelo IPCB_ESGIN.

Idanha-a-Nova, 02 de Outubro de 2025

O Supervisor

Anexo II (Alojamentos e paisagens do camping):

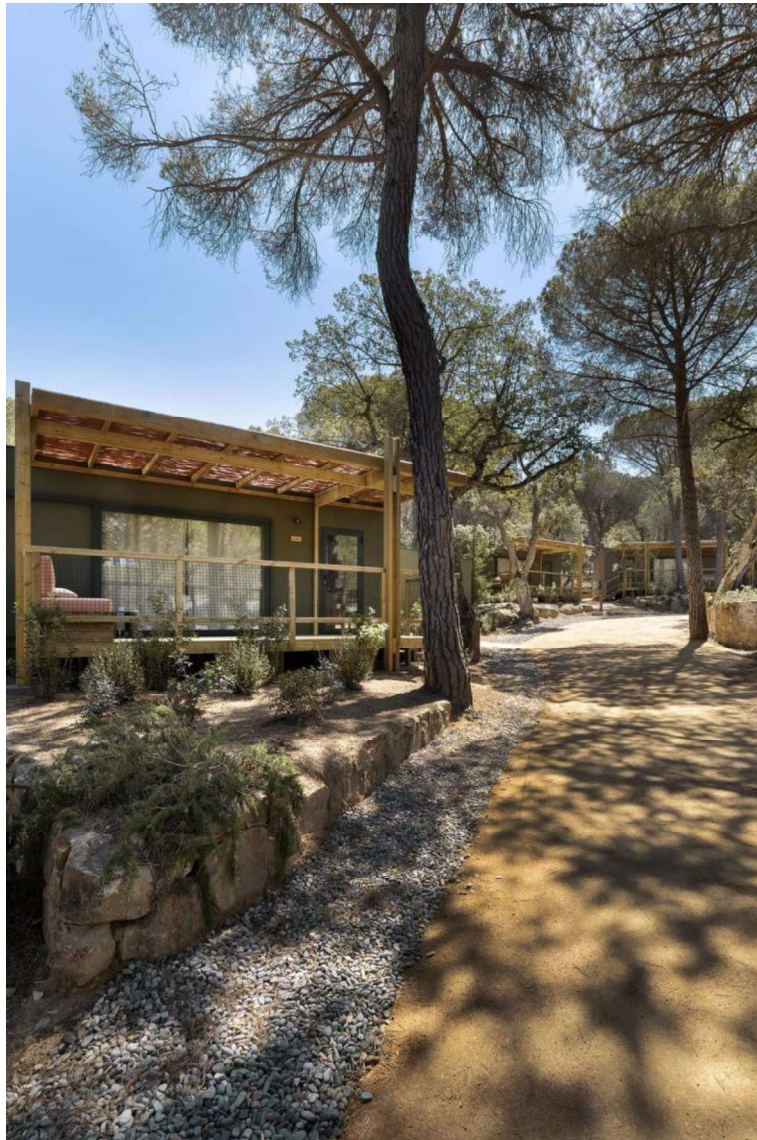


Figura 9- Mobile home

Fonte- Wecamp.net



Figura 10- Cabin tent

Fonte- Wecamp.net



Figura 11- Glampings

Fonte- Wecamp.net



Figura 12- Lodge Family

Fonte- Wecamp.net

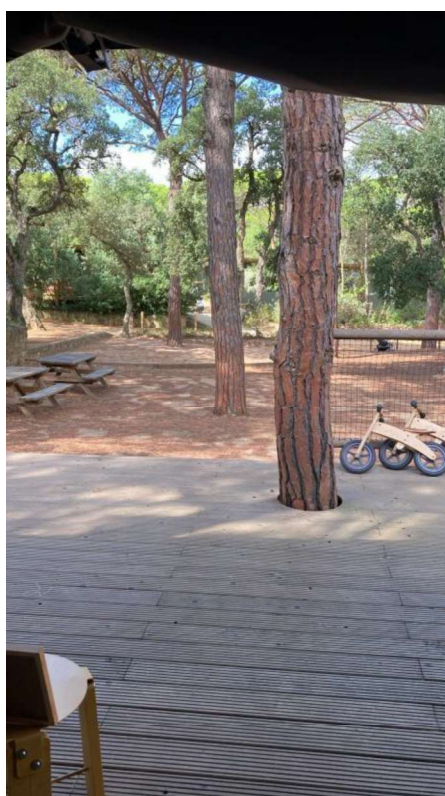


Figura 13- Vista do departamento de animação

Fonte- Dércio

Anexo III (símbolos/logos):



Figura 14- Logo da CEE

Fonte- Google imagens



Figura 15- Símbolo do certificado AIS

Fonte- Google imagens



Figura 16- Símbolo do certificado BREEAM

Fonte- Google imagens

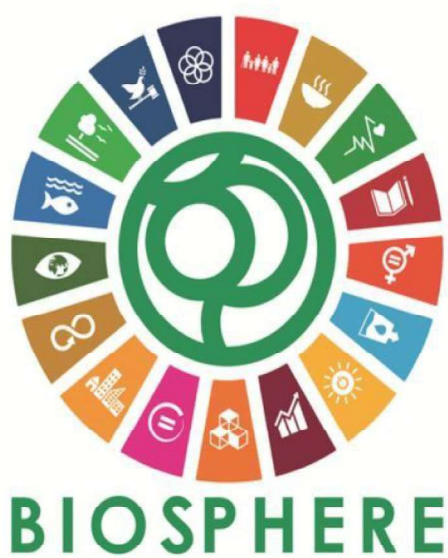


Figura 17- Símbolo do certificado BIOSPHERE

Fonte – Google Imagens