dirhotel

Associação dos Directores de Hotéis de Portugal
Nº 12 / 2013 - Out/Nov 2013 - € 3 (Cont.)

Tema Central
Revisão do RJET, assunto em discussão

Caderno Especial
Os Apoios Financeiros no Turismo

Congresso
ADHP discute desafios do Diretor de Hotel

Liberjóia
Joalharia

O Prestígio da Ourivesaria Portuguesa

porque você é a estrela,
queremos que brilhe
no seu grande momento...

Centro Comercial Colombo, Loja 0.011 - 1500-392 Lisboa | Tel.: 217 159 337
Centro Comercial Dolce Vita Tejo, Loja 1079 Piso 1 - 2650-504 Amadora | Tel.: 214 793 239
contacto@liberjoia.com.pt | www.liberjoia.com.pt

Manuel Ai Quintas
Diretor Revista Dirhotel

editorial

São muitas, felizmente, as vozes, e não apenas as oficiais, que dizem estar o nosso turismo a apresentar este ano progressos significativos relativamente ao ano passado (que, como se sabe, não foi bom), e batido recordes, como a receita de estrangeiros nos primeiros sete meses deste ano, que aumentou quase oito por cento, face a igual período de 2012, e constitui a melhor de sempre.

O turismo português andava carecido de boas notícias, e esta serve para animar os que se esforçam no seu dia pelo progresso do setor e raramente veem compensada a sua diligência da forma que poderá estar a acontecer agora.

Os avanços registados neste ano terão sido ajudados em muito pelos milhares de turistas estrangeiros que este ano visitaram o Algarve, Lisboa e Porto, e que normalmente, se teriam dirigido a outras paragens do globo, mas que, devido a turbulência nesses destinos, escolheram Portugal como alternativa.

É sempre assim: para cada situação há sempre uma explicação teórica, que parece querer diminuir a importância da realidade, como se o desempenho do turismo não fosse, como é a vida, recheado de avanços frutos do trabalho e do acaso.

Trata-se, em qualquer caso, de uma evolução de sinal positivo, que deverá ser reconhecida e celebrada.

Mas outra boa notícia chegou ao setor, com a confirmação de que as empresas do turismo passam a contar, a partir de agora e até 2015, com uma nova linha de apoio à sua consolidação financeira no montante de cento e cinquenta milhões de euros.

Destina-se este dinheiro a apoiar especialmente a tesouraria e qualificação da oferta, sem dúvida as duas maiores carências das empresas hoteleiras no momento.

Porque é raro serem as empresas do setor do turismo contempladas com qualquer forma de ajuda do Estado, só pode elogiar-se esta medida e o seu alcance. E esperar qua a burocracia não se encarregue de comprometer o que é, em si mesmo, um contributo útil para a existência de empresas turísticas e hoteleiras mais animadas, confiantes e saudáveis.

Pena é que a ajuda financeira não tenha vindo a tempo de salvar as muitas empresas do setor que poderiam estar ainda hoje disponíveis para colaborar no esforço que o turismo português ainda precisa de fazer, e tenham morrido quando o seu destino era vencer.

Está por fazer a história deste ciclo de crise, com um cortejo de desaparecimentos evitáveis de empreendimentos hoteleiros que mereciam ter tido outro destino.

Para tudo, é preciso ter sorte. Sorte, nestes casos, é que os governos em Portugal tomem decisões certas e a tempo, ou não se atrasem mais quando elas se tornaram já inadiáveis.

Quando o contrário acontece, sofre quem não merecia e tem azar o País!

MEDIAPEARL
COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS, LDA.

Comunicação Gráfica | Impressão | Comunicação de Marcas | Comunicação Web...

ShoppingSpirit.pt
Um projecto Mediapearl

O Shoppingspirit.pt é a solução online para quem quer estar na web de uma forma dinâmica e mais comunicativa

mediapearl.pt

mediapearl@mediapearl.pt
Tel.: +351 214 037 656 / 216 024 713
Centro Empresarial Tejo, Rua de Xabregas,
Lote A, Piso 1, sala 13 • 1900-440 Lisboa

shoppingspirit.pt

Propriedade:
ADHP - Associação dos Directores de Hotéis de Portugal
Sede: Av. Ilha da Madeira, 32
1400-414lisboa
Tel.: 21 301 74 43
www.adhp.org

Diretor:
Manuel Ai Quintas

Conselho Editorial:
Raul Ribeiro Ferreira
Maria do Rosário Barra
Luz Pinto Basto

Edição:
Mediapearl - Comunicação e Serviços, Lda.
Centro Empresarial Tejo
Rua de Xabregas, Lote A,
Piso 1, Sala 13
1900-440 Lisboa
Tel.: 21 602 47 13 • 21 403 76 56
Fax: 21 602 47 13
www.mediapearl.pt

Publicidade
Mediapearl
Tel.: 21 602 47 13 • 21 403 76 56
Fax: 21 602 47 13
mediapearl@mediapearl.pt

Design Editorial
Mediapearl

Foto de Capa:
H2otel Congress and Medical SPA

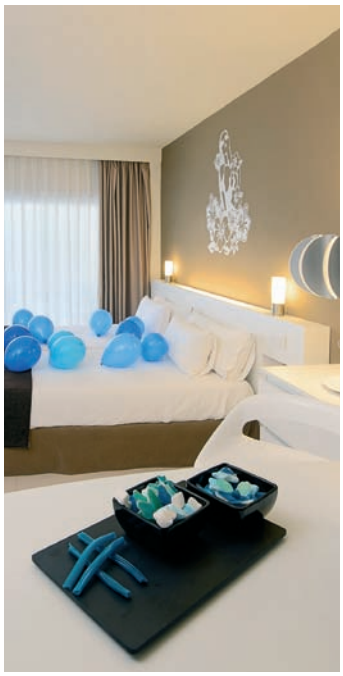
Colaboradores:
Manuel Ai Quintas..... 6
Cristina Siza Vieira..... 8
Carlos Torres..... 10
Vítor Costa 12
Desiderio Silva..... 14
Domoserve 18
Francisco Moser..... 22
Fernanda Beatriz 36
R. Ribeiro Ferreira 42

Impressão
RBM - Artes Gráficas, lda.

Tiragem 3.000 exemplares

Depósito Legal 322886/11

Isenta de registo na ERC ao abrigo do Decreto Regulamentar 8/99, de 9 de junho, Artigo 12º, n.º 1, a)



Índice

Tema Central
- Revisão do RJET – A Propósito de um Despropósito..... 6
- Revisão do REJT é necessária e deve ser bem ponderada 8
- Diretor de hotel: Estado viola grosseiramente o princípio da confiança 10

Caderno Especial
Regiões
- Como fica o turismo regional?..... 12
- ERT Algarve em contacto com Espanha para acordos de colaboração..... 14

Gestão Financeira
Os Apoios Financeiros no Turismo..... 16

Manutenção
A Manutenção "Inteligente" na Indústria Hoteleira 18

Marketing
Parcerias estratégicas: O caso Altis Blue & Green.....22

Dirvitrina
- Tomada de Posse dos novos Órgãos Sociais da ADHP em momento de novas alterações na legislação.....26

A nossa Babilónia
Porquê Diretora de Hotel?.....36

Congresso
- ADHP discute desafios do Diretor de Hotel.....39
- ADHP e Publituris Hotelaria premeiam Excelência no setor 40

Mensagem do presidente 42

Manuel Ai Quintas
Diretor Revista Dirhotel

Revisão do RJET – A Propósito de um Despropósito

Parece ser sina do País quererem os sucessivos governos deixar a sua marca no turismo, isto é, alterar, por vezes radicalmente, as linhas com que se cose o setor no seu afã de cada dia, como se aqueles quisessem mostrar que existem, ou passaram por aqui.

Podia ser uma coisa boa, se o resultado fosse bom! Podia ser uma iniciativa oportuna, se a alteração fosse realmente necessária ou justificada, e os seus resultados bem-vindos.

Sucede que não é isso que tem acontecido, na prática.

Digamos, para ser sincero, que a intenção que tem presidido às propostas sobre forma como deve reger-se o setor da hotelaria é, no plano dos princípios, defensável: tornar menos regulamentada ou estrita a oferta dos hotéis, do ponto de vista legal, quanto ao seu suporte físico e demais requisitos para a produção dos serviços que se proponham disponibilizar aos clientes.

Depois de, durante muitas décadas, o setor ter vivido espartilhado por regras e restrições que roçavam a desconsideração aos que operavam no setor, por não terem em conta o inato sentido de responsabilidade e instinto do dever que mora em todas as pessoas, em especial naquelas que arriscam os seus haveres e reputação na prática de negócios de maior ou menor dimensão e complexidade, a hotelaria passou a ser vista, mais recentemente, como propícia ao total alheamento e desresponsabilização de quem tem por dever garantir as condições essenciais de salvaguarda do interesse geral: o Governo do País.

É claro que é sempre possível argumentar que cabe aos hoteleiros decidir o que lhes convém fazer, que instrumentos de negócio devem criar, e de que forma se devem organizar e comportar para conseguirem aquilo a que se propõem essencialmente: o êxito e prosperidade das suas empresas.

Poderá dizer-se que a maioria merece ser considerada assim, porque sabe o que deve fazer. Porque sabe que a defesa dos seus interesses passa por considerar, como é devido, os direitos e interesses dos seus parceiros no negócio, e, principalmente, sabe o que convém ao País.

> "a hotelaria passou a ser vista, mais recentemente, como propícia ao total alheamento e desresponsabilização.

E os outros?

Poderá mesmo reconhecer-se que quem não se comportar de forma idónea e responsável será penalizado pelo mercado, quer dizer, pela procura. Que irá pagar, tarde ou cedo, os erros que cometer.

E, outra vez, é possível estar de acordo.

Mas qual é o lugar dos clientes, os visitantes, nestes raciocínios?

Para penalizar os hoteleiros que errarem de uma maneira ou de outra, dirão.

Com esta resposta possível, os que acreditam sinceramente na infalibilidade daquelas teorias estão a dizer que o papel dos clientes é penalizar quem não estiver à altura do seu papel no negócio, ao oferecer ao consumo produtos que a procura não quer, ou comportando-se de uma maneira que os destinatários da oferta não aceitam.

Basta esperar pelo seu prejuízo, e os clientes saberão sancionar quem defraudou as suas expectativas.

Ora, os clientes deverão estar no centro de todas as preocupações, e a maior de todas é evitar que possam chegar a ser lesa-

dos nos seus interesses e conveniências.

O que os clientes esperam é serem servidos por propostas fiáveis, credíveis, previsíveis, por parte dos hoteleiros. Aqui e em toda a parte.

Ora, isto não é possível sem normas razoáveis, instituídas por quem tem esse dever. Normas que confiram aos empreendimentos hoteleiros traços legais de razoável especificação da oferta; uma indicação, superficial que seja, do nível provável ou previsível das prestações; e uma razoável garantia, ou sugestão adequada e suficiente, do seu valor relativo no conjunto das ofertas legalmente admitidas.

E, isto, tem que ser assegurado à distância, em especial aos que estão longe, noutro país ou noutro continente, e esperam que haja no destino bitolas fiáveis de categoria dos produtos hoteleiros, indicações substantivas da sua qualidade intrínseca, em que possam assentar a sua escolha e decisão.

As medidas legislativas adotadas nos últimos anos têm levado a nossa hotelaria em direção oposta a este dever de lealdade e transparência, colocando os potenciais clientes na situação de terem de adivinhar como são e o que vai neles os hotéis a que querem recorrer.

O problema poderá agravar-se ainda mais, se for por diante a ideia que anda por aí de que é desejo deste Governo acabar com a classificação por estrelas dos hotéis portugueses.

Só pode ser boato! Uma decisão assim era o que faltava para tornar os hotéis portugueses numa caixa de surpresas, não deixando, sobretudo aos estrangeiros, nada em que pudessem basear a sua decisão quanto ao hotel que mais lhes poderia convir na sua deslocação a Portugal.

É verdade que, devido à última flexibilização da legislação, as condições necessárias à obtenção das categorias oficiais (ainda) em vigor no nosso País já não oferecem garantias suficientes acerca do que é ou não um hotel de determinada categoria oficial, tal a latitude de condições permitida pelas disposições aplicáveis.

Um hotel de quatro estrelas, por exemplo, pode ser de tal maneira diferente e superior ou inferior, em questões essenciais, a outro hotel também de quatro estrelas, que quase apetece perguntar para que servem, afinal, as estrelas.

A solução, bem entendido, está não em acabar com as estrelas, mas com a possibilidade de dois hotéis da mesma categoria oficial não serem, afinal, da mesma categoria.

O problema não se põe, ou põe-se menos, no caso das cadeias hoteleiras, sobretudo das internacionais, uma vez que a grande maioria dos viajantes se habituou já à imagem que transmitem e à qualidade que, geralmente, representam.

Mas os hotéis independentes têm tudo a recear, e a perder, se a ideia de acabar com a classificação por estrelas, sem criar outra comparável, for por diante.

No mínimo, os produtos hoteleiros portugueses tornar-se-iam híbridos, ou incaracterísticos, a sua escolha, à distância, assumiria foros de lotaria, deixando aos potenciais clientes o encargo de adivinhar como seriam os hotéis em Portugal.

A fúria liberalizadora, ou a fuga à responsabilidade de pensar e fomentar um conjunto de princípios essenciais ao desempenho coletivo do setor, parece ir continuar.

> "As medidas legislativas adotadas nos últimos anos têm levado a nossa hotelaria em direção oposta a este dever de lealdade e transparência".

Diz-se estar o Governo disposto a acabar com a exigência de diretor de hotel à frente das unidades hoteleiras de determinada categoria e capacidade, como até aqui!

«Diz-se», porque esta e outras alterações à lei vigente estão a ser preparadas num ambiente de segredo e confidencialidade, que não augura nada de bom.

Ao estilo despachado de quem não quer saber das consequências, pretende-se, ao que parece, fazer a nossa hotelaria regressar a uma situação de que saiu há muitos anos, mostrando uma total incoerência entre a importância e responsabilidade muito justamente atribuídas aos hotéis para a imagem do Turismo e do País, e o critério incompreensível com que é olhada a qualidade de gestão de que forem capazes.

Poderá o Governo levar por diante, para deixar também a sua marca de liberalidade, este intento de deixar na incerteza o que poderá ser a direção dos hotéis portugueses, sem especificar com a força da lei, as qualificações profissionais de quem poderá fazê-lo.

Mas esta será, nesse caso, a marca de inapagável responsabilidade de quem apenas se quis desresponsabilizar, desinteressando-se do que possa acontecer aos nossos hotéis. ■

Cristina Siza Vieira
Presidente da Direção Executiva da AHP à Revista Dirhotel

Revisão do RJET é necessária e deve ser bem ponderada

Dirhotel - No entender da AHP, no momento actual é necessária uma revisão do RJET? Quais seriam os pontos críticos dessa revisão?

Cristina Siza Vieira - O atual regime que rege os empreendimentos turísticos, designadamente os estabelecimentos hoteleiros, foi, na globalidade, uma reforma muito bem conseguida e que contou com a intervenção ativa da AHP e dos hoteleiros. Passados cinco anos sobre a sua entrada em vigor, o mercado da procura mudou e há vantagem em responder a novas realidades.

Do lado da oferta, houve uma apropriação indevida e excessiva da figura do "alojamento local" que adultera e compromete os fins visados pela lei e consubstancia uma situação de concorrência desleal. Este é, sem dúvida nenhuma, o ponto mais crítico do sistema!

Nesse sentido, a revisão é necessária e deve ser bem ponderada. De resto, para a hotelaria uma simplificação dos procedimentos e o aligeiramento das regras de funcionamento obrigatórias é sempre importante. Tal como a possibilidade de serem dispensados requisitos para a categoria, dando maior flexibilidade para o hoteleiro poder responder às exigências de mercado. A flexibilidade é, assim, um dos pontos desejáveis

DH - Tem-se ouvido muito falar na necessidade de rever a regulamentação do Alojamento Local. Porquê e em que sentido deve ir essa revisão?

CSV - Este é um tema que carece de resolução premente. A AHP já apresentou em maio passado uma proposta ao secretário de Estado do Turismo. É um tema complexo, pelo que aqui se deixam apenas as principais questões.

Hoje em dia é evidente o fenómeno de crescimento exponencial do alojamento local. Como a AHP tem dito, esta é uma das situações em que "a vida andou mais depressa do que a lei". Isto é, quando o DL 39/2008 consagrou a figura do alojamento local, tinha dois fins em vista: fazer migrar para esta figura aquelas tipologias que deixaram de existir e que não podiam chegar a hotéis (como as pensões) e enquadrar com muita simplicidade a oferta pontual de alojamentos. O procedimento, por isso, foi muito simplificado: um mero registo junto das câmaras municipais. O funcionamento idem: meros requisitos básicos de higiene e segurança.

> "houve um aproveitamento abusivo da figura [do Alojamento Local] para lançar no mercado estabelecimentos claramente virados para o mercado turístico"

Ora, o que se verificou na prática é que houve um aproveitamento abusivo desta figura para lançar no mercado, quer oferta de estabelecimentos claramente virados para o mercado turístico, como é o caso de blocos de apartamentos ou de estabelecimentos de hospedagem, quer criados de raiz, como os hostels.

Relativamente aos primeiros, o fenómeno foi potenciado pela crise imobiliária, que não permitiu escoar no mercado habitacional frações a ele destinadas.

Quanto ao segundo, há claramente um segmento de procura e corresponde a uma nova tipologia que carece de regulamentação, posto que as normas não foram pensadas e não estão adequadas a esta realidade.

Estes estabelecimentos, embora se destinem a alojamento de turistas, funcionam com uma mera licença de habitação, e estão excluídos das regras de funcionamento, transparência e fiscalização dos hotéis.

A regulamentação, por isso, tem de ir no sentido de separar realidades, consagrar os hostels e inibir que a oferta maciça de frações autónomas que nasceram para habitação possam ser descarregadas no mercado turístico. De resto, e temos insistido muito neste ponto, é preciso monitorizar a oferta e a capacidade de carga dos destinos, para que não fique comprometida uma oferta compósita, onde a oferta de alojamento anda de par com a oferta cultural, de comércio, de estruturas de saúde e de vivência da comunidade residente. ■

Carlos Torres
Jurista

Diretor de hotel: Estado viola grosseiramente o princípio da confiança

Em 2008 com o novo regime jurídico dos empreendimentos turísticos (RJET) aprovado pelo Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março, ampliou-se significativamente a exigência legal do director de hotel. Anteriormente confinada a hóteis ou aparthóteis de cinco estrelas ou acima de 100 unidades de alojamento estendeu-se a todos os empreendimentos turísticos entre três e cinco estrelas. Prescindiu-se até de um número mínimo de unidades de alojamento.

Num triénio o esforço de qualificação induzido pelo RJET foi significativo abrangendo um elevado número de profissionais do sector e de estabelecimentos de ensino superior e outros que ofereceram cursos de graduação.

Importa também notar que na vertente do ensino superior do turismo durante aproximadamente trinta anos muitos jovens disputaram os cursos de gestão hoteleira precisamente os que maiores médias de ingresso (17 valores) exigem nas nossas escolas de referência.

No fase final da anterior governação, sem qualquer justificação plausível, o Decreto-Lei nº 49/2011, de 8 de Abril, eliminou os requisitos de acesso à profissão de diretor de hotel revogando o Decreto-Lei nº 271/82, de 13 de Julho, uma iniciativa de sinal diametralmente oposto com a exigência de qualidade dos recursos humanos plasmada no RJET.

Ainda na oposição, PSD e CDS haviam criado uma forte expectativa no sentido de requerem a apreciação parlamentar do referido diploma legal, iniciativa que se esboroou com a dissolução da Assembleia da República e a ascensão a cargos governamentais dos parlamentares envolvidos designadamente Pedro Mota Soares um dos mais ativos neste domínio.

Circula agora uma iniciativa legislativa – o secretismo legiferante continua a infelizmente a dominar a prática dos nossos governantes - que elimina o nº 2 do art.º 47º do RJET preceito que atribui a responsabilidade operacional dos empreendimentos turísticos de cinco, quatro e três estrelas a um funcionário habilitado ao exercício da profissão de diretor de hotel.

Impõe-se tomar consciência do enorme erro que tal revogação representa. Como é possível prescindir de uma formação altamente especializada numa componente tão importante da oferta turística como a do alojamento? Licenciados em cursos de topo associados a uma elevada exigência de ingresso poderão continuar a confiar num Estado que de um dia para o outro os coloca a competir com profissionais sem a mínima qualificação? Como se podem compreender sinais tão contraditórios em tão curto hiato?

• A que problemática se refere a figura?

> "Como é possível prescindir de uma formação (...) numa componente tão importante da oferta turística como a do alojamento?"

Afigura-se que à luz do interesse público deve exigir-se um conjunto de conhecimentos especializados obtidos num curso superior de gestão hoteleira ou através de um percurso profissional sedimentado num razoável de número de anos complementado por um curso de graduação.

Fazer tábua rasa desta exigência não é compatível com uma política de turismo digna desse nome, a qual deve assentar numa forte qualificação dos recursos humanos e respeitar todo o historial de investimentos públicos e pessoais na aquisição desses conhecimentos. ■

dirhotel

CADERNOS

MARKETING

MANUTENÇÃO

GESTÃO FINANCEIRA

REGIÕES

ÍNDICE

CADERNO ESPECIAL - REGIÕES
Como fica o turismo regional? 12
ERT Algarve em contacto com Espanha para acordos de colaboração 14

CADERNO ESPECIAL - GESTÃO FINANCEIRA
Os Apoios Financeiros no Turismo 16

CADERNO ESPECIAL - MANUTENÇÃO
A Manutenção "Inteligente" na Indústria Hoteleira..... 18

CADERNO ESPECIAL - MARKETING
Parcerias estratégicas: O caso Altis Blue & Green 22

Vítor Costa
Presidente ERT Lisboa

Como fica o turismo regional?

O moroso e polémico processo de constituição das novas entidades regionais de turismo está a entrar na sua fase derradeira, com as aprovações de estatutos, a que se seguirão eleições para os órgãos sociais e a reestruturação interna.

Se a finalização deste processo vai trazer finalmente um espaço e sentido à intervenção regional do turismo é assunto que só o futuro o dirá.

Note-se que ainda falta definir como será o processo de promoção turística internacional, cuja responsabilidade ficou fora das entidades regionais.

Como é óbvio, esta matéria interessa sobremaneira às empresas e às entidades públicas locais e regionais, mas não está garantido que continue a existir uma componente regional da promoção ou, mesmo, se continuará a existir promoção externa desenvolvida ou financiada pelo Estado.

No que concerne à região de Lisboa a versão final corporizada na Lei 33/2013 de 16 de Maio trouxe surpresas.

Ao contrário do esperado, o território da nova entidade regional não incluiu o Oeste, Fátima e Templários, que ficaram na entidade regional do Centro, nem o Ribatejo que passou para o Alentejo.

Assim, o território da nova entidade regional de Lisboa fica circunscrito à área metropolitana de Lisboa incluindo, portanto, as NUTs III "Grande Lisboa" e "Península de Setúbal".

Ora, como é sabido, no decurso deste processo a Associação Turismo de Lisboa, ATL, tinha pugnado pelo seu reconhecimento através da contratualização de tarefas precisamente com o âmbito territorial da área metropolitana.

Ou seja, a solução que se preconizava era, na prática, a separação funcional da área metropolitana, a ser gerida pela ATL, e da restante área, o Vale do Tejo, que ficaria sob responsabilidade direta de uma entidade regional de Lisboa e Vale do Tejo.

A Lei 33/2013 veio confrontar-nos, assim, a todos com uma solução que poderia perpetuar duplicações e disputas de funções entre duas entidades – uma pública com participação privada (a ERT) e outra privada com participação pública (a ATL).

Perante esta situação tornava-se quase obrigatório encontrar uma solução coerente e complementar em que as duas entidades não só coexistam mas trabalhem em conjunto para o desenvolvimento regional do turismo, como se fossem duas pernas de um só corpo.

Nesse sentido foi proposta uma solução para os estatutos e para a gestão da nova entidade regional que permitirá atingir estes objetivos.

Para a Grande Lisboa as atribuições da nova entidade serão delegadas na ATL.

Na península de Setúbal existirá uma delegação responsável pela interlocução com os municípios e empresários locais e pelo desenvolvimento dos produtos turísticos dessa sub-região.

A promoção turística, no mercado interno e no mercado externo, será finalmente unificada.

A monitorização será da responsabilidade de um único Observatório.

Ganhar-se-á em termos de eficácia e de escala e os recursos humanos e financeiros serão potenciados.

Caso esta solução venha a ser implementada, a governance regional será coerente: a nova entidade regional será presidida pelo diretor geral da ATL, o seu vice-presidente será o vice-presidente da Câmara Municipal de Cascais, a sua direção integrará um representante da península de Setúbal, um representante de um município e um representante privado.

Espera-se, assim, ter uma forte representatividade que possa afirmar a região de Lisboa no contexto nacional e internacional e que possa ser um interlocutor firme e sério perante o setor público local e regional, mas também perante a administração central e o Governo.

Naturalmente que esta "redução" territorial da intervenção regional em Lisboa que não foi pedida por ninguém, acaba por ter algumas virtualidades, permitindo uma focalização num universo menor de municípios e de oferta turística, fazendo uma espécie de zoom da intervenção que, assim, pode ser mais aprofundada.

Mas isto deixa algumas "pontas de fora".

Não cabe aqui fazer considerações sobre as dificuldades de gestão de quem recebeu os territórios antes ligados a Lisboa, acrescentando-os à vasta área de que já eram responsáveis, mas não há dúvida que se corre o risco de retrocesso em relação a algum trabalho desenvolvido anteriormente, por exemplo a nível da promoção do Golfe.

Reconhecendo esta realidade há que, com bom senso e imaginação, procurar soluções para que não se percam os investimentos promocionais, organizativos e financeiros feitos ao longo do tempo, em especial nos últimos anos.

A verdade é que, por mais fronteiras administrativas que se criem, os profissionais do turismo que têm que vender o seu produto e os consumidores que o podem comprar não as reconhecem... ■

Desiderio Silva
Presidente ERT Algarve

ERT Algarve em contacto com Espanha para acordos de colaboração

A lei 33/2013 em vigor vem trazer alterações significativas em relação à lei anterior, particularmente no que diz respeito ao modelo de gestão com uma componente mais privada na comissão executiva e no conselho de marketing e na assembleia-geral, permitindo assim uma gestão equilibrada entre público e privado. Por outro lado também o modelo de contratualização é profundamente alterado permitindo à Entidade Regional de Turismo do Algarve apenas a promoção interna, ou seja Portugal e Espanha.

Neste contexto particular já estamos a desenvolver uma série de contactos e abordagens com várias províncias espanholas e onde já se assinaram protocolos de colaboração entre a Diputacíon de Sevilha e o Turismo do Algarve, bem como com a Diputcion de Pontevedra, estando em análise um outro processo com a Diputacion de Badajoz, procurando uma aproximação com a Estremadura Espanhola, de modo a que numa altura em que é importante captar os mercados de proximidade (Estamos a falar num universo de quase cinco milhões de pessoas residentes nessas três províncias de Espanha), e uma vez que esta nova lei permite uma nova abordagem, estão a ser feitos contactos já com outras cidades capitais de províncias. Estes protocolos permitem uma visibilidade muito maior do destino Algarve em Espanha, da demonstração dos vários produtos que a região potencia e que tem ofertas perfeitamente sustentáveis e de qualidade, e esse é já um sinal daquilo que se pode intervir, aproveitando esta nova lei em vigor.

O restante será contratualizado com o Turismo de Portugal podendo ser a ERTA parte desse processo conjuntamente numa gestão partilhada com os privados da região do Algarve.

Também no que diz respeito à reorganização dos serviços passa a ter implicações práticas no que diz respeito ao quadro de pessoal e à sua funcionalidade interna.

Mas o que pretendemos é que a lei sirva os interesses da região, possa ser agregadora de vontades e conteúdos de forma a tirar partido das valências mais positivas que ela contem. No que diz respeito ao Algarve vamos procurar com o fecho deste processo, ou seja publicação dos estatutos em diário da república, assembleia eleitoral e tomada de posse dos novos órgãos, leia-se comissão executiva, dar continuidade ao trabalho já executado procurando envolver todos os agentes do território, sejam eles públicos ou privados.

A nosso entendimento, a promoção no Algarve sustenta-se em cinco pilares fundamentais:

1) Acessibilidades;
2)Promoção;
3)Fiscalidade;
4)Reestruturação dos Produtos;
5)Modernização e Imagem da região;

E é aqui que todos temos de procurar encontrar as soluções que levam a que o objectivo principal seja a diminuição da sazonalidade, o aumento de turistas, de dormidas, mais receita e mais emprego. Estes são os objectivos que com esta nova lei vamos procurar implementar e contribuir para uma região cada vez mais conhecida e de mais qualidade. Valorizar a nossa identidade, o nosso património, a nossa cultura e as nossas tradições. Este é o Algarve de excelência que oferece a milhões de turistas que nos visitam experiências fantásticas. ■

ERT Algarve em contacto com Espanha para acordos de colaboração

Turismo de Portugal

Os Apoios Financeiros no Turismo

Nos últimos dois anos o Turismo de Portugal reorientou a sua ação em torno de dois grandes objetivos: a captação de mais turistas estrangeiros (através de esforços de diversificação de mercados, de melhoria da acessibilidade aérea, da promoção e da venda do destino) e o apoio ao reforço da competitividade das empresas, possibilitando-lhes não só o desenvolvimento de um produto mais diferenciado e rico, como também vender melhor a oferta de que dispõem, sobretudo no contexto internacional.

No que diz respeito ao apoio ao reforço da competitividade das empresas, o mesmo tem passado, desde logo, pelo desenvolvimento de novos mecanismos que visam criar condições para o acesso das empresas a fontes de financiamento alternativas e pela orientação desses mecanismos para aquelas que são as prioridades de atuação do ponto de vista de aplicação de fundos públicos na atual conjuntura do desenvolvimento da atividade turística.

Nesta medida optou-se, em face do atual desajustamento entre os níveis da procura e da oferta, por se privilegiar a requalificação da oferta de alojamento já existente - no sentido de permitir o seu posicionamento em diferentes segmentos de mercado e/ou segmentos de mercado de maior valor acrescentado - assim como o apoio ao desenvolvimento de novas atividades de animação turística, capazes de enriquecer a experiência do turista e de acrescentar valor ao destino.

Do mesmo modo se privilegiou o apoio à consolidação financeira das empresas, no sentido de lhes permitir uma maior sustentabilidade e uma capacidade de investimento que de outra forma lhes estaria vedada. Para além disso, o desenvolvimento de iniciativas no âmbito da economia digital e da internacionalização, que permitam incrementar a capacidade de venda das empresas, assim como a atuação ao nível de áreas como a eficiência energética (suscetíveis de reduzir a estrutura de custos) afigura-se igualmente prioritária. Finalmente, o reforço da competitividade dos destinos turísticos através do apoio a iniciativas de reabilitação de espaços urbanos com atratividade turística passou também a constituir uma área de atuação estratégica.

Em função das prioridades definidas e tendo em conta as soluções de financiamento já existentes, entendeu-se oportuna a criação, nos últimos 18 meses, dos seguintes mecanismos:

- A Linha de Apoio à Tesouraria, no valor de 80 milhões de euros, que pretende fazer face às necessidades de crédito de curto prazo das empresas, possibilitando a antecipação dos recebimentos a prazo que as empresas turísticas detenham sobre terceiros. Recentemente, o âmbito deste mecanismo foi alargado e os seus procedimentos simplificados, designadamente passando a incluir a possibilidade de serem antecipados pagamentos relacionados com contratos celebrados com operadores turísticos.

- A Linha de Apoio à Qualificação da Oferta, com uma dotação mínima de 120 milhões de euros (60 milhões dos quais suportados pelo Turismo de Portugal), dirigida principalmente aos projetos de requalificação de empreendimentos turísticos, de empreendimentos ou atividades de animação e de estabelecimentos de restauração com interesse para o turismo. Até ao momento foram apresentadas nesta Linha 22 operações, das quais já foram aprovadas 13 operações, com um financiamento global de 9,9 milhões de euros (4,7 milhões de euros dos quais via Turismo de Portugal), correspondendo 10 dessas operações a projetos de requalificação de estabelecimentos hoteleiros.

- O Mecanismo de Carência de Reembolsos de Capital, aplicável aos financiamentos contratados ao abrigo dos anteriores Protocolos Bancários celebrados entre o Turismo de Portugal e as instituições de crédito, que concede um período máximo de 18 meses de carência adicional para o reembolso de capital associado às operações contratadas. No âmbito deste mecanismo, foram já aprovadas 18 operações, que permitiram reescalonar serviços de dívida de cerca de 24,7 milhões de euros.

Recentemente, o Governo anunciou ainda a criação (através do Turismo de Portugal e em conjunto com o sistema bancário e o sistema de garantia mútua) da Linha de Apoio à Consolidação Financeira, um instrumento muito importante para a consolidação financeira das PME do Turismo. Através da partilha de risco e de taxas de juro adequadas, esta linha, válida até junho de 2015, tem uma dotação de 150 milhões de euros e permitirá às empresas economicamente viáveis criar melhores condições para o cumprimento do seu serviço de dívida através do alargamento dos prazos de reembolso.

- A reabilitação urbana, considerada fundamental para a revitalização de espaços públicos de referência nas cidades e para a sua conversão em locais de lazer e cultura, está também presente no lote de soluções de financiamento disponíveis. Em resultado de um acordo operacional celebrado com o Banco Europeu de Investimento, o Turismo de Portugal gere o Fundo de Desenvolvimento Urbano – Turismo, que apoia projetos de reabilitação urbana que reforcem a competitividade e atratividade turística nas NUTS II de Lisboa e Algarve. Este mecanismo dispõe de 31,2 milhões de euros, 16 milhões dos quais disponibilizados pelo Turismo de Portugal. Até ao momento este mecanismo já financiou oito intervenções, com investimentos na ordem dos 33,1 milhões de euros e um financiamento aprovado de 9,5 milhões de euros.

Por outro lado, os fundos comunitários têm-se também revelado, nos últimos anos, fundamentais para alavancar o crescimento, a diversificação e a competitividade da oferta turística nacional através de mais inovação e qualificação das PME do setor. No âmbito dos financiamentos do Quadro Estratégico de Referência Nacional, no contexto do Sistema de Incentivos à Inovação e no Sistema de Incentivos à Qualificação e Internacionalização das PME, o Turismo de Portugal age como

organismo intermédio, assegurando a análise dos projetos, a contratação dos incentivos, o controlo e o acompanhamento da execução dos projetos aprovados no setor do Turismo, além da participação na elaboração das regras a aplicar aos sistemas de incentivos e na prestação de informação aos promotores. Neste contexto, o setor do turismo concentrou, no apoio direto às empresas através dos sistemas de incentivos do QREN, 16% dos incentivos atribuídos ao abrigo daqueles sistemas de incentivos, no montante de cerca de 580 milhões de euros.

No capítulo da informação e do apoio refira-se também o esforço feito para aumentar a proximidade às empresas, seja através de ações de divulgação em todo o País sobre os vários mecanismos de apoio ao investimento - como sucedeu no final do ano passado com um roteiro pelo País que associou mais de 1.100 agentes do setor -, a atuação em mercados estratégicos ou o desenvolvimento de novos serviços.

Aqui cabe referir a criação da Equipa de Apoio Especializada às Empresas junto do Turismo de Portugal, desenvolvida para identificar as principais fragilidades e necessidades das empresas do setor e colaborando na sua resolução, através da identificação das ações prioritárias e planos de melhoria a desenvolver, como o reposicionamento ou renovação do produto, o controlo dos custos operacionais ou o desenvolvimento de planos de comunicação e marketing.

As informações sobre o funcionamento de todas estas linhas e mecanismos de apoio financeiro, bem como outras aplicáveis a investimentos no setor turístico (como Investe QREN, Programa Revitalizar, capital de risco e PME Crescimento 2013) podem ser consultadas em permanência através do portal do Turismo de Portugal, em http://www.turismodeportugal.pt ■

A Manutenção "Inteligente" na Indústria Hoteleira

I.SUMÁRIO

Nas duas próximas revistas irá ser abordado o tema "A Manutenção Inteligente na Indústria Hoteleira".

Os dois artigos são um resumo simplificado de um trabalho desenvolvido por alunos do Curso de Mestrado em Engenharia de Máquinas Marítimas da ENIDH – Escola Náutica Infante D. Henrique (Unidade Curricular Controlo de Condição) – nas Instalações Técnicas de um hotel de 5 estrelas em Lisboa.

A Manutenção, em qualquer tipo de Indústria, é fundamental para a redução dos custos de exploração – técnicos e energéticos. Por outro lado, ela tem um peso substancial na Segurança assim como na conservação dos parâmetros de qualidade e de desempenho dos equipamentos e instalações.

Sendo assim, o grande objectivo da Gestão será conseguir tudo isso com:

- O menor custo directo e enquadrado orçamentalmente;
- Evitar ao máximo os custos indirectos;
- A maior eficácia possível (fazer bem à primeira);
- O menor impacto na Operação Hoteleira (ruído, diminuição ou corte de fornecimento, outro tipo de desconforto).

É nesse sentido que tem vindo a ser cada vez mais aplicado um tipo de manutenção preventiva sustentado em "Autodiagnósticos" que compõem o "Controlo de Condição" do equipamento ou instalação em causa.

Os seus resultados, por serem excelentes e muitas vezes surpreendentes, têm cativado vários sectores sendo que, para alguns desses sectores, seria impensável não utilizar esta tecnologia tais como, a Aviação, as Indústrias Pesadas (papel, vidro, etc.), a Marinha, etc. Para a Indústria Hoteleira este conceito ou "forma de estar e de fazer" em termos de manutenção poderá e deverá ser aplicado nalgumas situações.

A Escola Náutica, sendo o centro de formação dos actuais e futuros Oficiais da Marinha Mercante, também desenvolve este ramo de conhecimento pois, naturalmente, se percebe que os navios não podem estar sujeitos a paragens e avarias em plena viagem. Por outro lado, foi deste estabelecimento de ensino que saíram muitos engenheiros que trabalharam e trabalham na Indústria Hoteleira. Aliás, como é fácil de entender, há várias semelhanças de um grande navio de passageiros com um hotel resort com o mesmo número de unidades de alojamento.

II.INTRODUÇÃO

A Engenharia de Manutenção aplica vários métodos de actuação sendo o mais conhecido o tipo de "Manutenção Preventiva".

Com a evolução quer das tecnologias quer do conhecimento tecnológico, tem-se vindo a consolidar um ramo da "Manutenção Preventiva" cujo suporte reside no "Autodiagnóstico", ou seja, uma determinada intervenção de manutenção num equipamento só se faz com a manifestação da necessidade! Por esse facto, ela começa a ser conhecida por "Manutenção Preventiva Inteligente" ou "Manutenção Preditiva".

Este tipo de manutenção é bastante aplicado em várias situações distintas. Exemplos:

- Em equipamentos fundamentais/críticos cuja avaria ou mau funcionamento compromete a qualidade, segurança, origina custos elevados de reparação, etc;
- Em equipamentos não redundantes como, no caso da Indústria Hoteleira, o ventilador de extracção de uma cozinha ou um chiller (caso a unidade hoteleira só possua um);
- Em equipamentos aonde as acções de manutenção preventiva clássica possam danificar alguns componentes (caso dos apertos em Quadros Eléctricos).

Como as intervenções são realizadas estritamente em função do estado dos

componentes do equipamento conseguem-se gerar poupanças significativas na manutenção com a enorme vantagem de se manterem os equipamentos no seu correcto estado de condição e de desempenho ou o mais próximo dele. Outras vantagens:

- ⇨ Consegue-se aumentar a vida útil dos equipamentos;
- ⇨ Conseguem-se planear as intervenções com a produção hoteleira diminuindo ou eliminando tempos de paragem prejudiciais à produção;
- ⇨ Conseguem-se evitar "stocks" já que havendo planeamento estes acabam por estar nos armazéns dos fornecedores;
- ⇨ Havendo planeamento reduzem-se os tempos de intervenção e aumentam-se drasticamente os índices de disponibilidade garantindo, assim, a produtividade expectável; a conjunção destas condições resulta numa optimização dos custos de exploração.

Também devido a estas características, a "Manutenção Preditiva", "de "Diagnóstico" ou "Condicionada", é um tipo de manutenção imprescindível para os casos onde não existe redundância dos equipamentos – caso da unidade hoteleira tenha elevadores sem reserva, ter só um Chiller, ter caldeiras sem reserva de produção, um extractor de cozinha, uma calandra (no caso das Lavandarias), etc. Por outras palavras, conseguindo-se "predizer" o que irá acontecer a um determinado equipamento (neste caso não redundante), conseguir-se-á diminuir ao máximo o impacto da sua paragem sendo que esta será feita com planeamento.

Na Engenharia de Manutenção, um equipamento ao não ser redundante, é aplicado um "Exame de Criticidade". Este exame consiste em "dissecar" o equipamento nos seus componentes e, aí, determinar quais os mais críticos. Também aqui, a "Manutenção Preditiva", utiliza métodos de diagnóstico, assentes na tecnologia da Termografia. Outras tecnologias aplicáveis:

- ⇨ Análise de vibrações;
- ⇨ Fotografias com ultravioletas;
- ⇨ Análise de Ruído;
- ⇨ Análises dos fluídos circulantes;
- ⇨ Análise de caudais de ar, etc.

Os dois trabalhos desenvolvidos assentam nas seguintes tecnologias não intrusivas:

- ⇨ Termografia;
- ⇨ Análise de vibrações.

III.A Termografia

III 1 – Conceitos base

Todos os corpos possuem uma capacidade de emissividade de calor. A emissividade de uma determinada superfície em análise é o parâmetro mais importante na avaliação termográfica, visto que a variação da emissividade ao longo da superfície, em análise, influencia o perfil de temperaturas, podendo induzir em erro na avaliação dos resultados e conclusões.

A Termografia tem como base a radiação infravermelha no espectro electromagnético, estando esta situada entre a luz visível e as ondas rádio, como se pode verificar na Figura 1. É um tipo de energia electromagnética idêntica à radiação visível, ondas rádio e raios-X, que se desloca à velocidade da luz sob a forma de onda sinusoidal, mas com comprimento de onda diferente, e onde todos os corpos com uma temperatura acima do zero absoluto a emitem e a absorvem . A Figura 1 mostra o espectro electromagnético parcial:

Através da evolução tecnológica, foi possível conceber equipamentos capazes de adquirirem os valores da emissividade, permitindo assim espelha-los em fotografias térmicas, vulgo, Termografias.

Esta tecnologia é hoje amplamente aplicada em diversas áreas, tais como:

- ⇨ Astronomia e exploração espacial;
- ⇨ Estudo de materiais na indústria aeronáutica e aeroespacial;
- ⇨ Avaliação da eficiência de fornos;
- ⇨ Indústria automóvel;
- ⇨ Indústria electrónica;
- ⇨ Sistemas de vigilância contra incêndios;
- ⇨ Monitorização de níveis de reservatórios;
- ⇨ Segurança e vigilância;
- ⇨ Monitorização e controlo de processos industriais;
- ⇨ Fins militares;
- ⇨ Medicina;
- ⇨ Medicina veterinária;
- ⇨ Vulcanologia.

Na análise das instalações da indústria hoteleira a termografia tem uma acção muito útil nas seguintes áreas:

a) Manutenção de Sistema Eléctricos
b) Manutenção de Sistemas Mecânicos
c) Construção Civil - Edifícios – Isolamen-

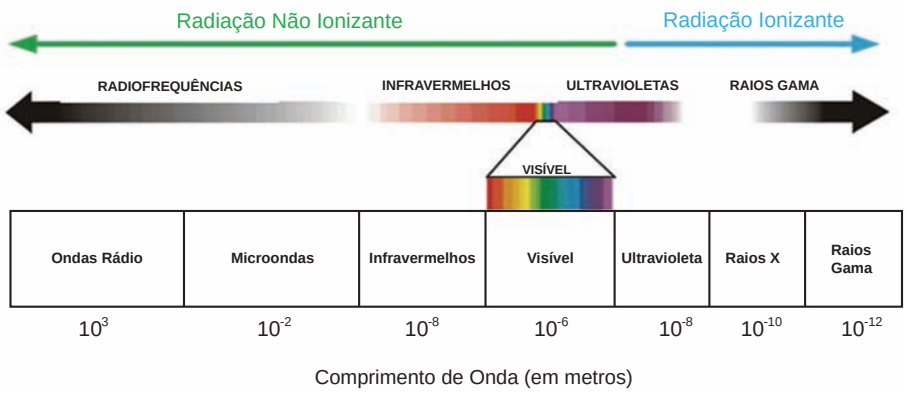


Figura 1 – Espectro electromagnético parcial

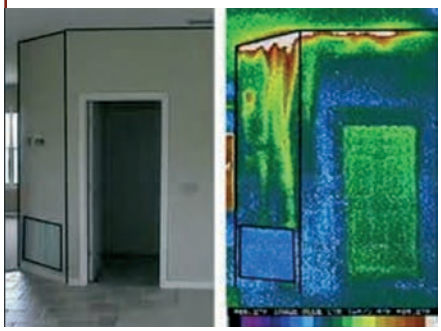


Foto 1 – Análise de infiltrações
(Fonte : source.theengineer.co.uk e www.thermografia.org)

Foto 2 – Análise de Perdas por Isolamento Térmico ("Pontes Térmicas")
(Fonte : source.theengineer.co.uk e www.thermografia.org)

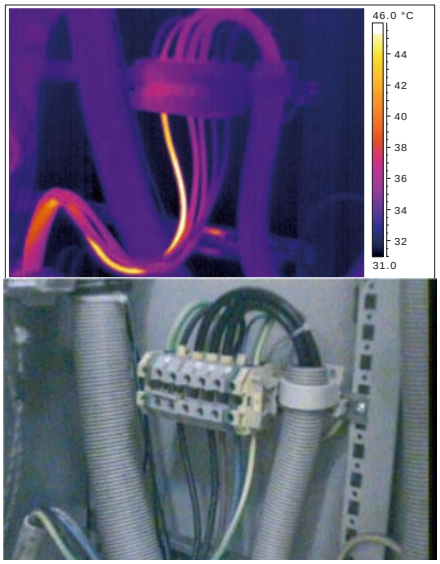


Foto 3 – Termografia e foto de uma alimentação eléctrica de um motor

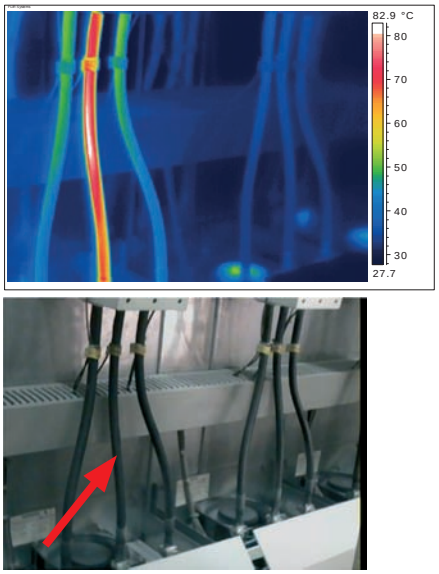


Foto 4 – Termografia e foto de um cabo eléctrico com danos invisíveis a olho nu

tos Térmicos, Pontes Térmicas, Infiltrações e Humidades.

- *Foto 1 - Análise de infiltrações*
- *Foto 2 - Análise de Perdas por Isolamento Térmico ("Pontes Térmicas"*

d) Avaliação da eficiência de caldeiras
e) Avaliação da eficiência nos Sistemas de Ar Condicionado

III 2 – Trabalho de Campo

Os trabalhos de campo foram desenvolvidos numa unidade hoteleira de 5 estrelas em Lisboa e incidiram sobre 2 áreas:

- Quadros Eléctricos;
- Chiller / Bomba de calor com recuperação térmica.

A Termografia dos quadros eléctricos é a aplicação mais comum da Termografia na Indústria Hoteleira. Vejam-se algumas situações decorrentes da análise efectuada:

Quadros Eléctricos

A Termografia mostra que a Fase "T" se encontra com o cabo com defeito ou, problemas no Motor alimentado por este cabo

- Foto 3 – Termografia e foto de uma alimentação eléctrica de um motor

A Termografia mostra que a Fase "S" se encontra com uma temperatura relativamente alta devido a alguns cortes por baixo do isolamento.

- *Foto 4 – Termografia e foto de um cabo eléctrico com danos invisíveis a olho nu*

Estes 2 exemplos simples mostram como é fácil chegar às acções correctivas não afectando a operacionalidade já que quanto maior carga o Quadro Eléctrico tiver melhor. Sem esta tecnologia, normalmente só com a ruptura, incidente ou acidente se procede à rectificação senão à substituição integral.

Chiller / Bomba de calor com recuperação térmica

Esta unidade hoteleira assenta a sua produção térmica num chiller/bomba de calor. Este equipamento produz em simultâneo água gelada e água quente para o sistema de climatização. Ou seja, produz estes 2 fluídos em simultâneo por forma a garantir aquecimento e arrefecimento no mesmo instante. Como o calor é, durante quase 10 meses por ano, excedentário, é aproveitado para a produção de Água Quente Sanitária. Por esta razão, este equipamento é fundamental para a utilização racional de energia sendo que

se trata de um equipamento "não redundante".

As Termografias mostram os valores de temperatura de saída de gás frigorigénio do compressor de parafuso e a sua entrada no recuperador. As temperaturas confirmam os valores de funcionamento do fabricante o que significa que, naquele ponto, o equipamento está dentro dos valores de rendimento expectáveis. O recuperador está a produzir energia térmica para a produção de AQS (Águas Quentes Sanitárias) e para a rede de Aquecimento AVAC. Este processo de recuperação energética evita, em grande escala, o consumo de gás natural a partir das caldeiras.

- Temperatura à saída compressor – 87,5ºC
- Temperatura à entrada do recuperador – 86,4ºC
- Temperatura de radiação do compressor – 84,8ºC

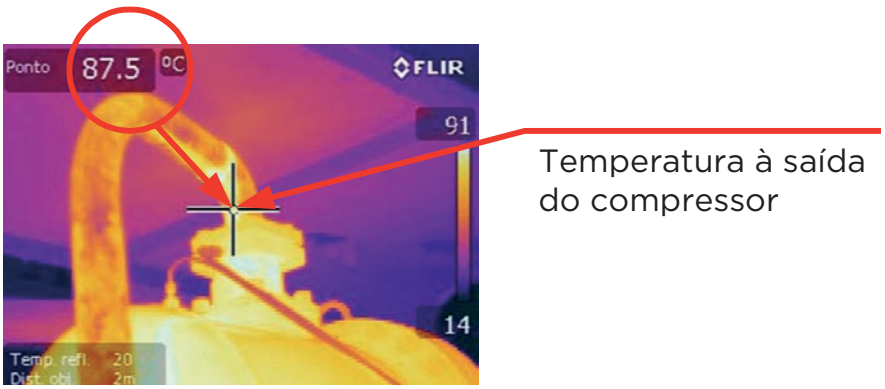


Foto 5 – Análise termográfica da saída do compressor

Foto 6 – Análise termográfica à entrada do recuperador térmicor

IV.CONCLUSÕES

No caso dos grandes edifícios de serviços (escritórios, hotéis, hospitais) as tecnologias de manutenção preditiva podem dar um forte contributo para uma manutenção racional em termos técnicos e em termos financeiros.

No caso específico da termografia, ela tem dado resultados extremamente positivos em diversas áreas dos edifícios. Neste artigo é apresentada a utilização da termografia nas áreas eléctrica e térmica. No entanto, a Termografia é amplamente aplicada nos isolamentos térmicos e nas áreas de Construção Civil nomeadamente nos isolamentos térmicos e em questões de infiltrações.

A Termografia exige investimento em equipamentos e em mão de obra especializada pelo que é uma actividade a ser prestada em "outsourcing". Não obstante isto ter um custo, rapidamente é recuperado já que se evitam trabalhos desnecessários, paragens para execução das análises, eficácia, optimização da utilização dos recursos técnicos etc. As situações apresentadas são de uma forma geral mais caras do que a utilização da termografia, quer em custos directos quer em custos indirectos.

Hoje em dia muitas instalações já estão a ser sujeitas a Termografias e a outras tecnologias de Autodiagnóstico revolucionando a forma de estar e de fazer. De facto, com muito menos tempo de trabalho e com muito menos custos de manutenção se conseguem atingir patamares de eficiência e eficácia associados a baixos custos operacionais jamais possíveis através dos sistemas de Manutenção "Tradicional". Por esta razão, pode-se designar a Manutenção Preditiva ou de Diagnóstico como a "Manutenção Inteligente".

Autores:
– Eng.os João Barreto e Tiago Castro.
Supervisão – Prof. Eng.º Luis Manuel Mendonça (ENIDH)

Nota:
O presente documento não se rege pelo "Acordo Ortográfico"

Francisco Moser
Diretor Geral de Operações dos Altis Hotels

Parcerias estratégicas: O caso Altis Blue & Green

Numa época em que os grupos hoteleiros nacionais precisam de ganhar músculo para se tornarem mais competitivos, os grupos Altis e Amorim Turismo uniram esforços e criaram uma marca que visa uma maior exposição nos mercados nacional e internacional.

Esta parceria apresenta-se com a denominação de Altis Blue & Green com a assinatura "Hotels & Resorts with a new attitude".

São duas empresas familiares de capital 100% nacional, sendo os seus acionistas figuras de referência do tecido empresarial português, o que à partida representa um fator acrescido de credibilidade para o desenvolvimento e sucesso deste acordo.

O ponto forte da parceria assenta na complementaridade de produtos e serviços de ambos os grupos. O portfólio conjunto resulta num total de nove hotéis, com cerca de 1.400 quartos e um total de vendas globais na ordem dos 40 milhões de euros, passando a ocupar o 9º lugar no ranking dos grupos hoteleiros nacionais. O Grupo Altis com seis hotéis de características únicas e em locais privilegiados de Lisboa (Hotel Altis, Altis Suites, Altis Prime, Altis Avenida Hotel, Altis Belém Hotel & Spa e Altis Park Hotel) e o Grupo Blue & Green (B&G) com três unidades de resort, o Tróia Design Hotel, The Lake Spa Resort e Vilalara Thalassa Resort.

Ambos os grupos são reconhecidos pela sua diversidade de oferta de hotéis com serviços inovadores e exclusivos; na restauração com espaços de elevada qualidade gastronómica, dos equipamentos e tratamentos de Spa e pela ampla variedade de espaços para eventos e congressos.

Este reconhecimento tem sido reafirmado pelos vários prémios nacionais e internacionais que ambos os grupos já alcançaram.

A primeira ação da parceria foi o lançamento de um cartão de fidelidade conjunto, o Altis Blue & Green Card, que permite acumular pontos nos diferentes hotéis dos dois Grupos, os quais podem depois ser trocados por serviços, ofertas e programas conjuntos. A possibilidade dos clientes poderem beneficiar de ofertas exclusivas quer nos hotéis de cidade quer em hotéis de resort é claramente outra das grandes vantagens deste cartão.

O facto de cada grupo deter um conhecimento mais aprofundado de determinados mercados internacionais, permite optimizar e maximizar a trabalho de actividade promocional das equipas comerciais e reforçar a presença em novos mercados.

Outra vantagem reside na maior capacidade de negociação na contratação com os principais agentes/operadores e consequentemente no alargamento da oferta de programas integrados cidade/resort.

Igualmente, prevêem-se importantes reduções de custos resultantes das negociações conjuntas na área das compras, onde o maior volume permitirá economias significativas.

Em resumo, e para os responsáveis de ambos os grupos, a parceria reveste-se da maior importância estratégica. Para o Altis tem como principal objetivo a captação de novos segmentos de mercado e o alargamento da oferta de resorts de qualidade ao seu portfólio.

Para a Amorim Turismo, permite alargar a sua oferta a hotéis de cidade, acrescentando valor e cumprindo assim os objectivos traçados para a marca Blue & Green.

Em termos futuros este projeto permitirá ainda o posicionamento dos Grupos Altis e Amorim Turismo como fortes candidatos à gestão de outras unidades hoteleiras. ■

EL CORTE INGLES EL CORTE

DESCONTOS EM ELETRICIDADE, GÁS NATURAL, COMBUSTÍVEL E SERVIÇOS para associados da ADHP

No âmbito do protocolo estabelecido com a ADHP - Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal, a Galp Energia oferece descontos especiais na contratação de eletricidade, gás natural, combustível e serviços para os diretores dos hotéis e para as empresas do setor da hotelaria em geral, cujos profissionais sejam associados da ADHP.

Nuno Vaz Neto, responsável pela comercialização de eletricidade e gás natural ao segmento retalho da Galp Energia, explica tudo numa breve entrevista.

Dirhotel: - Quais são as necessidades energéticas do setor da Hotelaria que podem ser providenciadas pela Galp Energia?

Nuno Vaz Neto: - A Galp Energia oferece um leque de serviços que cobre todas as necessidades energéticas de uma unidade hoteleira, quer se trate de eletricidade, gás natural, combustível para frotas automóveis ou serviços de eficiência energética.

A Galp é hoje um operador de referência na comercialização de energia elétrica, contando já com mais de 100.000 clientes. O sucesso do nosso negócio está na disponibilização de tarifários de energia competitivos e na prestação de um serviço de qualidade aos nossos clientes. Recentemente, o ECSI Portugal - Índice Nacional de Satisfação do Cliente 2012 – considerou a Galp Energia como a melhor empresa na satisfação do cliente, no setor da eletricidade.

DH: - Quais os benefícios a que os associados da ADHP podem aceder?

NVN: - Os associados da ADHP que aderirem até ao final do ano e que cumpram determinados pressupostos, podem beneficiar de 22% de desconto na potência contratada de eletricidade (tarifa simples), de 10% de desconto no termo fixo do gás natural e de descontos em combustível com o cartão Galp Frota Business.

> "A GALP é hoje um operador de referência na comercialização de energia elétrica, contando já com mais de 100.000 clientes"

DH: - E para as empresas do setor da hotelaria também há descontos?

NVN: - Claro que sim. No âmbito do protocolo estabelecido, definimos também um pacote de benefícios para as unidades de hotelaria, cujos diretores sejam associados da ADHP. Para instalações em

BTE (baixa tensão especial) e MT (média tensão) oferecemos 5% de desconto na eletricidade (sobre os preços de referência da Galp Energia) e 3% de desconto no termo fixo do gás natural. As unidades de hotelaria podem também beneficiar de descontos até 7 cêntimos em combustível com o cartão Galp Frota Business e 10% de desconto em serviços técnicos e de eficiência energética.

"... com a GALP Energia o cliente sabe que tem mais do que um fornecedor, tem um parceiro do seu negócio."

Para beneficiar destas ofertas, basta enviar cópia da última fatura de energia (frente e verso) para o email pme.gaspower@galpenergia.com ou fax: 217 242 522. De seguida receberão uma proposta de fornecimento de eletricidade e/ou gás natural com condições exclusivas. A mudança de contrato é um processo simples e sem burocracias, que não implica a mudança de contador nem interrupção no fornecimento.

Acreditamos que esta é uma ajuda muito importante para que este setor possa reduzir os seus custos de energia.

DH: - O que é que diferencia o vosso serviço do de empresas concorrentes?

NVN: - A relação de confiança que estabelecemos com os nossos Clientes. Na Galp Energia, cada Cliente tem um gestor de conta associado, sempre disponível para o ajudar com qualquer questão, desde uma explicação da fatura, até à procura das melhores soluções de eficiência energética. A proximidade que temos com os nossos Clientes marca a nossa qualidade de serviço, que é complementada com o portfolio de produtos e serviços que disponibilizamos.

De uma simples inspeção à instalação de gás, a uma auditoria para se identificarem poupanças potenciais na fatura energética, passando pelo fornecimento de eletricidade, gás natural e combustíveis, com a Galp Energia o Cliente sabe que tem mais do que um fornecedor, tem um parceiro que o ajuda no seu negócio.

Além disso, sabemos que hoje no setor dos serviços existem muitos desafios e acreditamos que a gestão das contas de energia não deve ser um deles.

Para mais informações contacte a Galp Energia através da linha 808 500 520, ou consulte o site: www.adhp.org

Nuno Vaz Neto
Galp Energia
Responsável pela comercialização de gás e electricidade ao segmento retalho

Tomada de Posse dos novos Órgãos Sociais da ADHP em momento de novas alterações na legislação

No passado dia 3 de Maio realizou-se, na Escola Hoteleira de Lisboa, a cerimónia de tomada de posse dos Órgãos Sociais da Associação de Directores de Hotéis de Portugal para o triénio 2013/2016 com a presença do Dr. Tomás Belchior, Chefe de Gabinete do Secretário de Estado do Turismo, Drª Elisabete Mendes, do Turismo de Portugal, diretores de diversas Escolas Superiores de Hotelaria e Turismo, representantes das Escolas de Hotelaria e Turismo (Turismo de Portugal), representantes do setor da distribuição, entre outros.

Num primeiro momento a ADHP deixou expresso o seu agradecimento a todas as pessoas e entidades que estiveram presentes na cerimónia de tomada de posse e de uma forma especial às entidades e empresas que colaboraram diretamente para o sucesso deste evento:

- EHT de Lisboa - http://escolas.turismodeportugal.pt/escola/escola-de-hotelaria-e-turismo-de-lisboa
- Atrian Bakers Portugal – www.atrian.pt
- Delta Cafés – www.delta-cafes.pt
- El Corte Ingles - http://www.elcorteingles.pt/

No seu discurso, o novo Presidente da Direcção, Raul Ribeiro Ferreira, afirmou que o mote para este mandato será **"respeitar o passado, construindo o futuro"** e que para o presente triénio os três grandes objetivos desta Direção serão a organização interna, a formação e a defesa da carreira de Diretor de Hotel.

Internamente vai dar-se continuidade à formação continua com cursos de especialização e formações temáticas nas várias áreas da hotelaria, reforçar o papel das delegações regionais e desenvolver a marca ADHP.

Foi também realçado o papel crucial da visibilidade e divulgação das ações da Associação com uma maior dinamização do site, página de Facebook e da revista Dirhotel que se pretende vir a publicar artigos/estudos em Português e Inglês, permitindo desta forma a publicação de teses na área de Turismo e assim possibilitar o uso dos artigos da Dirhotel como referência nas universidades, isto a par do aumento de reportagens sobre o setor.

Salientou também a importância da realização, em Outubro, do Congresso Nacional de Hotelaria onde a Associação pretende debater os novos desafios e as novas tendências da gestão hoteleira.

Como já anunciado neste Congresso e em parceria com a Publituris Hotelaria serão entregues os 1ºs Prémios Excelência na Hotelaria. A iniciativa visa reconhecer os profissionais e as estratégias de e na Hotelaria, valorizando o seu contributo para o sucesso do Turismo em Portugal.

Ribeiro Ferreira chamou também a atenção para actual situação da formação na área do Turismo e Hotelaria onde existem cursos ministrados em Escolas secundárias em concorrência com as Escolas do Turismo de Portugal sendo preocupante a falta de coordenação de toda a oferta implantada e a falta de supervisão sobre as condições e qualidade oferecidas. Sobre a formação a nível superior realçou que não se deverá recuar no caminho, que já começou há mais de 20 anos, afirmando que era importante não estragar o que estava para trás.

Por fim foi posto em foco uma vez mais, o descontentamento que a Associação sente na revogação do Decreto-lei nº 271/82 que regulava o acesso ao exercício da função de Diretor de Hotel e na desconfiança, que uma vez mais se sente, quando se sabe que está em curso uma alteração ao RJET (decreto-lei 228/2009) e que se prevê possa haver a tentação de mexer no Art. 47 alínea 2 que regulamenta a responsabilidade operacional dos empreendimentos hoteleiros de cinco, quatro e três estrelas que deve caber a um funcionário habilitado ao exercício da profissão de director de hotel.

Raúl Ribeiro Ferreira finalizou a sua intervenção citando a entrevista do Sr. Secretário de Estado ao programa da TSF "Tudo é Economia", onde afirmou que "antes de dizerem aquilo que querem que eu faça, digam-me antes o que querem que eu não faça", e deixou claro que a ADHP irá, de uma forma muito assertiva, dizer-lhe que não deve acabar com os Diretores de Hotel. ■

Assembleia-Geral	
Presidente	José Portugal Catalão
1º Secretário	Henrique Pontes Lopes
2º Secretário	Sérgio Renato das Neves Simões

Conselho Fiscal	
Presidente	Fernando Mateus Dias Carvalho
1º Secretário	Carlos Ferreira da Costa
2º Secretário	Mário Rui Ferreira Custódio

Direcção	
Presidente	Raul dos Santos Ribeiro Ferreira
Vice-Presidente	Fernando Miguel Farropas Garrido
Secretária	Ana Cristina Beatriz de Almeida
Tesoureiro	Paulo Jorge Ferreira Cabaças Lopes
1º Vogal	José João Jordano Serrano
2º Vogal	António Manuel da Silva e Melo
3º Vogal	Maria da Luz Deslandes Pinto Basto

Hilton Vilamoura celebra aniversário com torneio de golfe

O recém eleito "Melhor Resort de Golfe de Portugal 2013" Hotel Hilton Vilamoura As Cascatas Golf Resort & Spa assinalou o seu 6º aniversário com um torneiro de golfe onde juntou mais de 50 jogadores profissionais durante dois dias no Campo de Golfe Pinhal.

Os convidados tiveram ainda a oportunidade de participar numa Clínica de Golfe com o profissional de golfe português, Ricardo Santos, onde foram abordadas diferentes técnicas de jogo e aspetos teóricos e práticos desta modalidade.

O golfe continua a ser uma das grandes apostas da unidade e desde abril, o Hilton Vilamoura é o patrocinador oficial do golfista Ricardo Santos, um dos jogadores portugueses mais promissores do panorama nacional e internacional e o único atualmente a competir no principal circuito de golfe profissional Europeu – *o PGA European Tour.*

Este ano foi também inaugurado um novo *Golf Center* com 36 campos disponíveis em simulador e uma área do hotel reservada apenas a jogadores desta modalidade. Esta é uma área de lazer, com 190m2, onde é possível obter os últimos modelos de equipamento, para além de ajuste e reparação de tacos ou, inclusivamente, lições a cargo do Profissional Qualificado PGA, Fernando Nogueira. ■

CTP e ANQEP assinam Protocolo de Cooperação

A Confederação do Turismo Português (CTP) e a Agência Nacional para a Qualificação e o Ensino Profissional (ANQEP) assinaram a 23 de Setembro, um protocolo de cooperação com vista a renovar a oferta de formação no setor.

De acordo com o discurso do presidente da CTP, Francisco Calheiros, "o objetivo geral da colaboração acordada neste protocolo, contempla o apoio da Confederação do Turismo Português na dinamização do Conselho Setorial para a Qualificação do Turismo, e na elaboração de referenciais de qualificação que permitam atualizar e renovar o mapa da oferta de formação profissional para o turismo".

A colaboração entre as duas instituições pretende dar sequência ao estudo "Melhores Competências! Melhor Turismo", apresentado em abril, no qual se constatava "a imprescindibilidade de assegurar uma estratégia integrada de formação dirigida à formação de novos quadros mas, também, de qualificação dos ativos do setor".

A execução do protocolo será acompanhada por uma comissão constituída por representantes de diversas entidasdes como a ANQEP, da CTP, do Turismo de Portugal e da ANESPO. ■

Hotelshop realiza 3ª convenção a 26 de Novembro

A central de compras *HotelShop* vai realizar a sua 3ª convenção no dia 26 de Novembro, no Altis Park Hotel, em Lisboa, onde irá contar com a participação de Steven Henderson, CEO da Beacon *Purchasing*.

"Após o êxito da 2ª edição do evento em 2011, a III Convenção *HotelShop* será de novo o ponto alto da agenda anual do sector do abastecimento às empresas do turismo, devendo contar com a presença da generalidade dos *decision-makers* na área das compras para a hotelaria, restauração e instituições de apoio social", diz a *Hotelshop* numa informação.

De entre os oradores convidados, a central de compras destaca a participação de Steven Henderson, CEO da Beacon *Purchasing* e ex-Diretor de Compras da Hilton *International*, considerado um dos maiores especialistas mundiais na área das compras para hotelaria, e que fará uma exposição sobre o tema *"Effective Buying Strategies"*.

A ADHP será parceira institucional deste evento, que será gratuito para todos os sócios da ADHP, bastando para tal invocar o seu número de Sócio aquando da inscrição, que deverá ser feita em www.hotelshop.pt/convencao.■

3as Jornadas da Associação Portuguesa de Hotelaria Hospitalar

Por convite da Associação Portuguesa de Hotelaria Hospitalar, o Presidente da Direção da ADHP, Raul Ribeiro Ferreira, irá integrar a Comissão de Honra das 3as Jornadas da Associação Portuguesa de Hotelaria Hospitalar que se realizarão nos dias 24 e 25 de Outubro, no Grande Auditório do Campus de Gambelas da Universidade do Algarve, localizadas em Faro.

Estas Jornadas são dedicadas este ano ao tema Turismo de Saúde que será debatido sob a perspetiva de representantes da Hotelaria Hospitalar, numa abordagem positiva ao tema da Hotelaria na Saúde, pelas oportunidades que o Turismo de Saúde pode trazer ao setor.

Outro dos objetivos que presidem a este evento técnico, a aproximação dos colegas da área, a partilha de experiências e o debate de ideias, tanto ao nível nacional e como internacional.

Entre as personalidades presentes , destacamos a presença confirmada do Dr. Marcelo Boeger, Presidente da Sociedade Latino-Americana de Hotelaria Hospitalar. ■

2º Concurso Selecção Europa

Eleição do participante português no Campeonato Europeu de *Sommeliers*

Escanção Filipe Neto vence o 2º Concurso Selecção Europa

Decorreu no dia 15 de Julho, nas Caves Aliança, em Sangalhos (Bairrada), o 2º Concurso Seleção Europa para eleger o escanção português que irá participar no Campeonato Europeu de *Sommeliers* tendo feito parte do Juri o Presidente da Direcção da ADHP, Ribeiro Ferreira.

Durante a parte da manhã decorreram as provas escritas, provas de análise sensorial e ainda uma prova de serviço que finalizou apurando os três candidatos à final: Ricardo Morais (Casa da Comida), Bruno Antunes (Wine Man) e Filipe Neto (Garden Wine Bar).

Filipe Neto alcançou o primeiro lugar do pódio, seguido de Bruno Antunes, que ficou em segundo, e de Ricardo Morais, em terceiro. O vencedor irá estar presente na competição que reúne os melhores *sommeliers* europeus, em San Remo (Itália), que irá decorrer de 26 a 29 de Setembro.

Entre os participantes semi-finalistas na competição em Sangalhos marcaram ainda presença, António Lopes (Conrad Hotel Algarve), Artur Caldas (Hotel Altis Lisboa), Luís

Moura (Dux Petiscos & Vinhos Coimbra), Manuel Faria (Hotel Tivoli Sintra), Pedro Santos (A Estrela da Mó Vila Nova de Poiares), Rodrigo Albino (Garden Wine Bar Coimbra) e Tiago Silva (Hotel Mélia Palácio da Lousã). ■

Reunião do Conselho Consultivo e de Honra

O Conselho Consultivo e de Honra da ADHP reuniu no passado mês de Junho.

Nesta reunião o Presidente da Direcção Ribeiro Ferreira explanou quais os principais desafios para o presente triénio e deu conta das reuniões e contactos com as entidades oficiais e associações empresariais do sector.

Dos vários temas apresentados dois destacaram-se pela sua actualidade e relevância: as possíveis alterações ao RJET – Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos e o Congresso da ADHP no próximo mês de Outubro. Os conselheiros presentes incentivaram a actual direcção a continuar a defesa intransigente do importante papel dos directores de hotel como garantes da qualidade do Turismo português e disponibilizaram-se para apoiarem activamente na organização do Congresso. ■

Praia D'El Rey promove golfe para crianças

O Praia D'El Rey Golfe & Beach Resort vai promover, durante o período escolar, uma Escola de Golfe para juniores, direccionada para a comunidade local. Este programa, disponível para crianças dos 6 aos 15 anos, tem como objectivo incentivar a prática da modalidade de uma forma acessível e devidamente monitorizada.

A Escola decorre semanalmente aos sábados, das 14h00 às 15h00, no driving range do *resort* com um custo simbólico de 10 euros por mês.

As crianças que integrem este programa terão acesso a um conjunto de benefícios como um cesto de bolas gratuito por semana, um desconto de 50% nos cestos seguintes, aluguer de tacos gratuitos em qualquer altura e uma bolsa de membros para os mais empenhados.

Com esta iniciativa, o Praia D'El Rey pretende incentivar a prática desta modalidade junto dos jovens e proporcionar à comunidade local a possibilidade de terem acesso a um desporto altamente completo, de uma forma divertida, contínua e a um custo simbólico. ■

ITH e Aqualogy apresentam guia com recomendações para gerir melhor a água

O Instituto Tecnológico Hoteleiro e a Aqualogy aproveitaram a celebração do Dia Mundial do Turismo, dedicado este ano à preservação da água, para lançarem um guia de recomendações para a gestão sustentável da água nos hotéis.

O panorama atual exige que os hotéis compatibilizem a melhoria contínua da eficiência e da produtividade, com o compromisso de uma gestão eficiente e sustentável dos recursos. Para os hotéis e outras infraestruturas turísticas, a necessidade de manter os níveis de conforto e segurança exigidos pelos clientes é tão importante como uma gestão adequada e sustentável de recursos e instalações, sendo a tecnologia um aliado no planeamento da gestão da água.

Uma ferramenta útil para conseguir uma gestão eficiente e sustentável é a implantação de um plano de gestão integral da água no hotel. Este deverá começar pela realização de uma auditoria hídrica que tem por objectivo verificar todas as áreas que têm frequentemente um alto consumo de água, ou potenciais perdas e avaliar os seus padrões diários e mensais de utilização e procura, podendo o hotel com esta informação otimizar o controlo, ser mais eficiente e sustentável.

O guia apresenta de forma detalhada os diferentes usos e necessidades de água num hotel, agrupando-os em seis blocos: quartos, cozinhas, manutenção de espaços verdes, instalações complementares e de lazer, operações de limpeza e climatização.

Nos quartos, mais precisamente nas casas de banho, é possível instalar elementos redutores de consumo como economizadores nas torneiras, duches com redução de caudal e autoclismos com dupla descarga.

Nas cozinhas, para a preparação dos alimentos e limpeza, além de sistemas redutores de caudal, é fundamental transmitir à equipa estratégias para poupar água e utilizá-la de forma mais eficiente.

Na manutenção de zonas verdes, especialmente em jardins e campos de golfe, é possível propor soluções como estabelecer horários de rega adequados ao clima e adaptadas às condições das estações, especialmente no Inverno e Verão. Outra solução é optar por sistemas de rega com águas recuperadas e/ou recicladas, impróprias para o consumo humano. Também é importante que a concepção dos jardins e zonas verdes tenham em consideração as espécies vegetais que se adaptem às condições naturais da zona, para racionalizar o uso da água na rega e manutenção.

As instalações complementares e de lazer como piscinas, SPAs, vestiários e ginásios são as que consomem maior quantidade de água, por isso recuperar e tratar a água usada para utilizá-la noutras tarefas ou para reutilizá-la nestas instalações garante um uso eficiente dos recursos hídricos.

Nas operações de limpeza nos quartos, zonas comuns e lavandarias, além de utilizar a água reciclada e tratada de outras áreas do hotel, é importante avaliar até que ponto será mais eficiente e economicamente viável confiar essas tarefas a agentes externos, que não só sejam capazes de controlar os custos do serviço mas que garantem também uma utilização óptima da água em cada processo. Por outro lado uma das medidas mais eficazes e com êxito comprovado é fazer com que cada cliente participe na diminuição do consumo da água, especialmente no que diz respeito às mudanças de roupa de cama e toalhas, algo que pode reduzir o consumo de forma significativa.

Finalmente a climatização. É fundamental controlar as possíveis perdas das soluções de climatização baseadas na água, evitando os sistemas de circulação abertos – torres de arrefecimento – causadores das perdas por evaporação. ■

Acer lança novos Projetores "Short-Throw"

A Acer aumentou o seu portefólio de videoprojetores para o mercado comercial com os S1213Hne e S1212 series, concebidos para a versatilidade e conveniência de controlo via rede. As novas edições são dispositivos *"short-throw"*, perfeitos para salas mais pequenas e uma opção para cenários de projeção em ambientes de negócios.

Os projetores S1213Hne e S1212 são capazes de criar uma enorme diagonal num espaço confinado. A capacidade *"short-throw"* maximiza o espaço, permitindo aos projetores serem colocados muito perto do ecrã e mesmo assim serem capazes de exibir imagens claras e de grandes dimensões.

O brilho de 3.000 lúmen, melhorado pela tecnologia *DynamicBlack,* oferece um contraste de imagem melhorado ao ajustar automaticamente as cenas escuras para os níveis de pretos otimizados ao mesmo tempo que é mantido o brilho das cenas, resultando em imagens mais vívidas..

A resolução XGA [1024x768] também ajuda na criação de detalhes precisos, mesmo para texto pequeno.

Incorporando um conjunto completo de funcionalidades de controlo através de rede, os projetores foram concebidos para oferecer um desempenho otimizado e conveniência flexível. Quando ligados a uma rede, todos estes projetores oferecem capacidades de controlo tais como ligar/desligar, controlo remoto de projeção e diálogo *online* com o administrador do *RoomView*.

Os modelos S1213Hne e S1212 incluem ainda opções de conectividade digital que aumentam a sua flexibilidade. A porta HDMI/MHL recebe sinais sem compressão e áudio multicanal para fácil conectividade a fontes de apresentações e entretenimento de alta definição.

Com dois conjuntos de portas D-Sub e conectores de áudio, os utilizadores podem ligar dois PCs em simultâneo. Com o bónus de uma porta mini-USB, os utilizadores poderão desfrutar de uma variedade de conteúdos multimédia.

Os projetores podem ainda ser ligados a um PC ou dispositivo A/V com saída de 120 Hz para uma experiência 3D sem cintilação, enquanto a mudança das lâmpadas pode ser feita em apenas alguns passos simples graças ao desenho que permite instalar a lâmpada a partir do topo do projetor.

O modelo S1213Hne inclui a opção para *Acer SmartPen 2*, que transforma o projetor num centro de colaboração interativa ao comunicar diretamente com o projetor através de rádio frequência. Escrever, desenhar ou anotar são tarefas que podem ser feitas em tempo real, em frente — ou afastado — do ecrã. ■

Recer on show revela novas tendências para decoração cerâmica

A Recer realizou em Setembro o evento Recer on Show, no seu showroom em Lisboa, onde revelou a todos os profissionais da decoração, design, arquitetura e construção as mais recentes soluções, criadas dentro do espírito Ceramic for the Senses, e as novas tendências de pavimentos e revestimentos cerâmicos.

As novas coleções da Recer vêm desafiar a decoração, motivando-a a ser mais atual, jovem e sem restrições. A fusão de estilos e materiais marcam hoje a decoração, deixando a inovação e originalidade tornar as casas e outros edifícios, cada vez mais personalizados e repletos de estilo.

Nas coleções Revival, Bohème e Twenties, a marca cria peças inspiradas nas cores e geometrias, cujo objectivo é trazer a memória do início do século passado, ao auge dos pavimentos e revestimentos hidráulicos.

Nestas peças são exploradas as possibilidades de criar padrões, com a certeza de obter um conjunto de produtos diversificados e

visualmente ricos, que combinam diferentes esquemas geométricos, linguagens estéticas, memórias e modernidade.

Na Maison explora-se a essência e o charme natural de um cotto, numa peça cerâmica criada para potenciar um máximo de luz, revelar espaços e despertar as emoções da casa.

A Voltage é o testemunho de evolução técnica e estética e representa o sentir contemporâneo da peça cerâmica, pensada para responder de modo decisivo às múltiplas exigências de cada projecto, em pavimento ou revestimento. Com dois tipos de acabamento, polido e soft, permite criar elegantes e luminosos espaços residenciais ou espaços públicos dinâmicos e diferenciadores.

Finalmente a Everlane é a atualidade, representa o tempo de descobrir, reinventar e mostrar o porquê de cada peça e de cada coleção ser única.

Nesta colecção a marca parte da inspiração minimalista dos anos 60 e cria superfícies facilmente adaptadas a todos os estilos de arquitetura ou decoração.

Na hotelaria portuguesa a presença da Recer pode ser vista por exemplo nos hotéis AXIS Porto Business & Spa Hotel – Porto; Sesimbra Hotel & Spa; Hotel Meliã Madeira Mare – Funchal; Hotel Santa Eulália – Albufeira; Grande Real Villa Itália Hotel & Spa – Cascais.

O Showroom Recer em Lisboa, está situado na rua Fernando Palha 29 A (junto ao Parque das Nações) e pode ser visitado todos os dias úteis, sábado incluído, entre as 9h30 e as 19h00. ■

Cisco lança solução para a cidade Wi-Fi

A Cisco anunciou o lançamento da solução inegrada Smart+Connected™ City Wi-Fi, concebida para ajudar as cidades a oferecer conectividade abrangente e a estabelecer uma plataforma em que a *Internet of Things (IoT)* possa ser plenamente utilizada para desenvolver novos serviços para os cidadãos.

Nos centros urbanos modernos, a acessibilidade Wi-Fi vai muito além do acesso à Internet, diz uma informação da Cisco. Com uma rede implementada, os dirigentes das cidades conseguem oferecer diferentes tipos de serviços que ajudam a ultrapassar os principais problemas da vida urbana, em áreas como o estacionamento, a segurança pública e o consumo energético. Com um acesso ubíquo à Internet, as cidades de todo o mundo ficam melhor equipadas para enfrentar desafios maiores, como acabar com a exclusão digital e atrair o investimento. ■

PHC lança PHC Service FX para as microempresas de serviços

A PHC, fabricante nacional de aplicações de gestão, reforçou a estratégia de apoio às empresas de serviços ao lançar o PHC Service FX.

A solução é completa e está preparada para responder às necessidades das microempresas uma vez que exige baixo investimento inicial, é solução simples e sem *hardware*, formação online e autoformação, mobilidade, modalidade subscrição que dilui os custos com a empresa, entre outras mais-valias.

A carteira de soluções em *SaaS - PHC FX -* abrange as áreas de CRM, gestão de equipas, gestão), faturação, gestão documental, análise gráfica de dados e gestão de pedidos e de serviço.

Diversey lança novidades para o mercado de limpeza profissional

A Diversey já lançou as mais recentes novidades para o mercado de limpeza profissional. Este ano, além de um novo modelo de monodisco, a empresa renovou a gama de produtos para lavandaria. À semelhança dos anos anteriores os produtos foram desenvolvidos a pensar no meio ambiente, rentabilidade e custo em uso.

A nova monodisco TASKI ergodisc HD é eficaz, robusta, ergonómica, simples e foi desenvolvida para todos os tipos de aplicações que requerem um monodisco de baixa rotação – incluindo as tarefas mais difíceis e pesadas.

A informação da Diversey diz que o peso do chassi e a potência do motor proporcionam "uma excelente ação mecânica no processo da lavagem" tornando-a eficaz "para decapar, cristalizar mármore ou tratar madeira".

A baixa altura da caixa da escova e do motor permite ainda limpar debaixo dos obstáculos - enquanto que a velocidade da escova de 150 rpm proporciona uma textura muito uniforme na superfície e reduz os salpicos da solução de limpeza. A pega anatomicamente desenhada, é ajustável em altura e tem uma proteção única das mãos, que aliada ao baixo nível de vibração e pouco ruído permitem longas horas de trabalho sem cansaço.

Nos detergentes e cuidados de lavandaria, as novidades os novos aromas dos amaciadores *Clax Deosoft*, ideais para hospitais, lares de idosos ou hotéis já que foram especialmente desenvolvidos para neutralizar os maus odores da roupa, ao mesmo tempo que garantem um toque luxuoso e impedem a acumulação de carga electroestática nos têxteis tornando-os muito macios e suaves. Da nova gama constam o *Clax Soft Fresh*, *Clax Deosoft* Breeze e o *Clax Deosoft Sensitive G*, com um perfume rico e duradouro.

Todas as novidades já estão disponíveis no mercado. ■

Quadriga lança nova aplicação móvel em housekeeping que reduz custos e aumenta eficiência

A Quadriga, fonecedor de soluções tecnológicas para a indústria hoteleira anunciou uma nova aplicação móvel para os serviços de housekeeping, concebida para reduzir custos e aumentar a eficiência para os hoteleiros.

A aplicação 'Housekeeper' surge de um acordo global com a parceira Hibox Systems na Finlândia, e apresenta-se como sendo capaz de reduzir até cerca de 50% o tempo dispendido no desempenho de tarefas de housekeeping nos hotéis, no reforço da comunicação entre o pessoal, e na capacidade de fornecer relatórios.

A aplicação Hibox Housekeeper é um serviço Web-based que pode estar alojado na Cloud e proporciona aos trabalhadores dos hotéis com capacidades de comunicação fáceis e imediatas através da maioria dos dispositivos móveis baseados na Web.

Entre os serviços possíveis estão os relatórios do estado do quarto ao PMS do hotel, a comunicação sobre a utilização do mini-bar, a comunicação e gestão de problemas nos quartos, bem como uma ferramenta de messaging para o staff.

"A nova aplicação está concebida para dar benefícios de valor e tangíveis aos nossos clientes" diz uma informação da Quadriga que cita o director de produto Paul Wilson.

A aplicação foi lançada em 11 hotéis da região nórdica, mas actualmente já está disponível em todo o mundo. ■

Oliveira da Serra Vintage foi o "melhor português" no Olivinus 2013

O Oliveira da Serra Vintage recebeu o prémio especial Campeón Olivinus Portugal 2013 na oitava edição do concurso internacional de azeite extra virgem Olivinus que se realizou na Argentina.

O concurso internacional atribuiu cinco prémios a Oliveira da Serra. Além do título de Campeón Olivinus Portugal 2013, o concurso deu ainda ao Oliveira Da Serra 1Ra Colheita e ao Oliveira Da Serra Lagar Do Marmelo o prémio de Prestigio ouro. O Oliveira Da Serra Ouro e Oliveira Da Serra Vintage receberam também o prémio Grande Prestígio Ouro.

O ano de 2013 é considerado de "celebração" para o azeite Oliveira da Serra com a angariação de mais de 30 distinções em diversos concursos nacionais e internacionais, que reconhecem a qualidade do azeite que nasceu no olival português, com mais de 10.000.000 de oliveiras espalhadas pelos 10.000ha de olival.

Ao todo, a marca conquistou mais de 30 prémios que distinguem os azeites Oliveira da Serra Premium (Oliveira da Serra Vintage, Oliveira da Serra Lagar do Marmelo e Oliveira da Serra Ouro) e a recente edição limitada, o Oliveira da Serra 1ª Colheita que esteve a concurso pela primeira vez este ano.

Oliveira da Serra Vintage, foi o azeite mais premiado, tendo sido galardoado em 13 concursos diferentes só em 2013. O produto é ideal para finalizar pratos, temperar ou degustar com pão, este é um azeite virgem extra, minuciosamente extraído a frio, que combina um paladar delicadamente doce e um aroma encantador. ■

Serra Mãe conquista Grand Gold no Mundus Vini 2013

A Sivipa – Sociedade Vinícola de Palmela ganhou o prémio de melhor vinho tinto português do ano na Alemanha com o vinho Serra Mãe Reserva 2009, que passa a ser o único vinho português com a grande medalha de ouro no concurso *Mundus Vini 2013*.

O prémio "Bester Rotwein Portugal" foi anunciado dia 17 no 13 º MUNDUS VINI *Great International Wine Awards*, que decorreu em *Neustadt*, na Alemanha. Entre o final de agosto e início de setembro, cerca de 250 membros de um júri de 45 países avaliaram vinhos de todo o mundo. Este ano o júri atribuiu 30 Grandes Medalhas de Ouro, 1.142 Medalhas de Ouro e 1.601 Medalhas de Prata.

Serra Mãe é um DOC Palmela produzido das vinhas mais velhas das castas Castelão (Periquita), plantadas nos típicos solos arenosos, por método de produção integrada. A vinificação segue o processo tradicional de Palmela, com autovinificadores, a uma temperatura média de 25ºC e maceração longa, de forma a extrair o máximo de matéria corante e taninos. ■

Vinho do Porto no pódio dos mais premiados a nível mundial

O *Decanter World Wine Awards*, promovidos pela revista *Decanter*, medalhou 247 referências ou 91% dos vinhos do Porto inscritos o que valeu à denominação de origem Porto o primeiro lugar no pódio das denominações clássicas mais galardoadas a nível mundial, a par da Madeira.

Ao todo foram medalhados 247 vinhos da Região Demarcada do Douro (112 Porto e 135 Douro). Os vinhos do Porto arrecadaram 11 medalhas de ouro, 48 de prata, 34 de bronze e 19 medalhas de honra. Já os vinhos do Douro foram galardoados com duas medalhas de ouro, 26 de prata, 56 de bronze e 51 de honra.

Em relação a 2012, os vinhos do Porto trouxeram para Portugal mais três medalhas de ouro, o que comprova a aposta dos produtores da Região Demarcada no aumento da qualidade dos processos produtivos e consequentemente, na melhoria da qualidade dos vinhos.

De destacar ainda que o terceiro melhor vinho fortificado do mundo, nos *Decanter World Wine Awards*, é um vinho do Porto *Grahams* e um dos três melhores vinhos orgânicos também é da Região Demarcada do Douro, da casa Fonseca.

O concurso reuniu 14.362 vinhos de todo o mundo, tendo os vencedores sido eleitos por um júri de mais de 200 membros composto por profissionais, *sommeliers* e representantes da imprensa de 27 países. O júri inclui também 75 *Master of Wine* e 13 Master *Sommeliers*. ■

Twitter e Instagram inspiram hotéis em Maiorca e Sidney

Hotel 1888 em Sidney e o *SolWaveHouse* em Magaluf em Maiorca são dois dos hotéis que marcam aquilo que pode ser uma nova tendência em *design* de hotéis: as redes sociais como tema.

Muitos hotéis falam sobre as suas estratégias com as redes sociais mas só o 1888 Hotel em Sidney, recentemente reaberto, com 80 quartos, é o primeiro a ter a rede de partilha de fotografias *Instagram* como tema.

Apesar de combinar o velho charme da cidade australiana com o *design* contemporâneo e o conforto moderno, o hotel foi todo concebido para agradar os utilizadores daquela rede, chegando a oferecer estada aos utilizadores que tenham mais de 10 mil seguidores no Instagram, dizem alguns relatos na imprensa estrangeira.

A decoração foi feita para ser o mais apetecível de fotografar e detalhes com detalhes como prateleiras feita de vigas de ferro, betão polido e paredes de tijolos expostos e tetos de três metros de altura onde que se aproveitam de alguns dos elementos originais da estrutura, inaugurada em 1888.

Tudo no hotel está feito para encorajar os clientes a tirarem partido da decoração, da vista e dos detalhes para fotografarem e partilharem *online* no Instagram, como por exemplo depois do check-in, os clientes são convidados a posar em frente a uma moldura aberta e tirar uma foto deles.

Outro exemplo de hotel que tem uma rede social como tema é o Sol Wave do grupo Melia, que aposta no twitter.

Os hóspedes podem fazer login numa aplicação customizada que irá permitir a clientes *twittar* a outros que estão no hotel, partilhar fotografias, enviar mensagens privadas aos hóspedes, solicitar ao *concierge* um serviço via *tweet*. A aplicação está apenas acessível através da rede *wi-fi* do hotel, numa tentativa da unidade de criar uma comunidade virtual para os hóspedes compartilharem informações e fotos. Alguns dos serviços dentro da sala são atendidos via Twitter como é o caso por exemplo da etiqueta "*# FillMyFridge*" no quarto para incentivar os usuários a *twittar* usando a *hashtag* se eles precisarem de encher seu mini-bar, as camas balinesas na piscina têm também um número de forma a que os clientes que as estejam a ocupar podem utilizar a *hashtag* respectiva para solicitar um serviço.

> "O objectivo desta estratégia é a publicidade gratuita e a visibilidade que se obtém da partilha de fotos e informações

O hotel tem ainda a suite "Twitter Party Suite"

O objectivo desta estratégia é a publicidade gratuita e a visibilidade que se obtém da partilha de fotos e informações que, no entanto, vem acompanhada por um risco quando não corre bem. Uma imagem negativa, por exemplo de uma banheira partida ou um serviço mal prestado partilhado nas redes socais acaba por ter uma ampliação muito maior. ■

Hotel Data Conference: Experiência física de alojamento já não define hotelaria

A Google apresentou três tendências que estão a formar a indústria do turismo e viagens durante a 5ª edição Hotel Data Conference que decorreu no início de Setembro nos Estados Unidos.

No primeiro painel *Kicking off*: *Establishing the industry's position*, Rob Torres, managing director for Travel da Google apresentou três tendências a primeira das quais sobre como a hospitalidade já não é definida no âmbito da construção de uma experiência física.

A experiência do cliente começa muito antes do processo físico do *check-in*, quando os futuros clientes entram na fase periférica do funil de reservas, disse o executivo da Google que acrescentou que para estes, a forma como o hotel e a marca estão representadas *online* é importante.

Por *online* o executivo referia-se a todos os aparelhos e plataformas, já que os consumidores são agnósticos no que toca a aparelhos electrónicos, já que facilmente trocam do *smartphone* para *tablet* e para PC.

"Se a presença [dos hotéis] não segue esse comportamento, podem dizer adeus a esse negócio potencial", disse.

O executivo sublinhou a importância de entender que não se pode controlar onde as pessoas estão a obter e procurar informação.

A segunda tendência apresentada pela Google é a da relevância ser uma realidade, referindo-se aos *Big Data*.

Segundo o executivo a indústria hoteleira está apenas a começar a pesar o potencial dos *Big Data*. Qual é o maior obstáculo? Precisamente os *Big Data*.

"Nós temos uma grande quantidade de dados disponíveis.... Cada vez mais pessoas são simplesmente inundadas ", disse Rob Torres na conferência, advertindo que os que irão vencer serão aqueles que realmente utilizem os dados mais relevantes. "Aqueles que vencer são os únicos que realmente vai usar os dados mais relevantes."

A aplicação para *smartphone Hotel Tonight* foi apresentada como um bom exemplo. A aplicação, que permite aos hoteleiros descarregar um número limitado de quartos para reservas no próprio dia, criou uma forma importante de complementar o aumento de reservas no próprio dia. Os clientes não precisam de escolher entre milhares de quartos disponíveis, em vez disso, obtêm exactamente o que querem e quando o querem.

> "A experiência do cliente começa muito antes do processo físico do check-in, quando os futuros clientes entram na fase periférica do funil de reservas,

Rob Torres referiu ainda a importância da experiência como a terceira tendência. Segundo o executivo da Google, os bons hoteleiros sabem que a experiência do cliente "é tudo", mas os melhores hoteleiros sabem que a experiência não é tudo.

Para Rob Torres se a experiência real diferir da experiência prometida online, os clientes não só ficarão descontentes, como provavelmente irão expressar o seu desagrado em diversos canais, podendo trazer um efeito negativo que se traduz na não repetição da experiência e provavelmente induzir outros a não a fazerem .

A forma como as pessoas experenciam uma marca e como é que elas partilham essa marca através das redes sociais é muito importante, diz Torres. "Cada vez mais as pessoas desistem de uma marca se a sua experiência *offline* não é idêntica à *online* e vice-versa", rematou. ■

Fernanda Beatriz
Diretora de Hotel

Porquê Diretora de Hotel?

Todos nós precisamos de um mentor, quando chega a hora de escolher uma profissão. No meu caso, tive duas mentoras, a avó Maria e a avó Antónia, que achavam oportuno a escolha de um lugar num escritório, por ser bonito e com horário das 9,00 às 18,00h. Esta modesta opinião, de mulheres que no seu tempo trabalharam no duro, serviu para reflexão de decisão contrária, pois a minha alergia a tarefas rotineiras e com horários certinhos (mais tarde é que percebi que certo era a hora de entrada, a da saída é que não), cedo se evidenciou e daí o ingresso num curso de Receção na Escola de Hotelaria Alexandre d´Almeida em 1970.

Aquele curso profissional, com um conteúdo didático bem alicerçado, foi a base para o meu desenvolvimento prático e motivador para continuar a frequência de outros cursos de especialização. A Escola atribuía anualmente bolsas de estudo, no estrangeiro, mais concretamente em Glion e Lausanne, para os melhores alunos, mas com uma "pequena exceção": "mulheres não". Esta recusa, foi crucial para continuar a luta, que a minha geração já tinha iniciado, da igualdade do género, sendo que e só após revolução de Abril, é que fui contemplada com uma bolsa de estudo para Cornell, nos Estados Unidos e após conclusão do 1º curso de gestores de hotelaria, que teve lugar na mesma Escola, em 1976.

Porque só em livro é possível descrever 40 anos de vida dedicada aos Hotéis, vou neste pequeno artigo mencionar o 1º e o último cargo de Direção, que marcaram na positiva o meu enorme percurso. O 1º refere-se à Aldeia das Açoteias, aldeamento turístico, situado em Albufeira, considerado na época, o melhor empreendimento turístico desportivo do País e mais tarde da Europa. Foi aqui que conheci os melhores atletas de alta competição do mundo, os grandes jornalistas da imprensa nacional e estrangeira, recebi ministros e outras individualidades que por lá passaram férias ou inseridos nos grandes eventos que ali tiveram lugar, caso do Cross das Amendoeiras em Flor, Corta Mato Mundial das Forças Armadas, Taça dos Clubes Campeões Europeus, com o Sporting Club de Portugal como anfitrião, Congressos de Treinadores de Atletismo da Europa e tantos outros que não irei agora aqui mencionar. O último, o Hotel Soleil Peniche, por ter sido o que antecedeu à minha aposentação, porque fui escolhida pela Administração Hoti Hotéis, na qualidade de profissional idónea, com garantia de desempenho adequado à unidade hoteleira em questão e cujo resultado foi um sucesso para ambas as partes.

embora seja fácil fazer "prognósticos depois do jogo", não tenho dúvida que se voltasse a 1970, escolheria a bonita profissão de Diretora de Hotel

No meio ficaram por mencionar muitas outas unidades hoteleiras, umas onde tive o privilégio de dirigir, outras nem por isso. Conheci muita gente, pessoas boas e outras más, que me fizeram crescer e saber diferenciar o bem do mal, engoli "sapos", fui vítima de assédio moral, aprendi que só no dicionário é que o "sucesso" vem antes do "trabalho", que os amigos servem para as ocasiões boas, mas as más nem tanto e enfim consegui reunir todos os fatores num "mix", que me proporcionam hoje uma grande riqueza de conhecimentos e que embora seja fácil fazer "prognósticos depois do jogo", não tenho dúvida que se voltasse a 1970, escolheria a bonita profissão de Diretora de Hotel.

Uma das minhas características pessoais é de bem-humorada e versátil, daí que também tirei algum partido das situações caricatas, levando-me a escrever alguns artigos de opinião em diversos meios de comunicação social da especialidade, caso da Dirhotel, Inter Magazine e Publiturís, em que o 1º artigo se intitulou "Diretor a) de Hotel Sofre..."

A experiência vivida com alguns dos empregadores, com quem tinha que lidar diariamente, levou-me a debruçar sobre a História de Portugal e verificar que alguns dos "cognomes dos nossos Reis" se identificavam em muito com aquelas personagens, pelo que passo a citar alguns deles:

D. Dinis – O Lavrador – proprietário de hotel e também monte alentejano. Quando chegava ao Hotel perguntava ao rececionista: Quantas cabeças temos cá hoje? E o rececionista respondia: Com a sua temos 201.

D. Afonso Henriques – O Conquistador - Proprietário que fazia questão de atender pessoalmente "mulheres bonitas" e depois convidá-las para a sua suite...

D. Afonso II – O Legislador – Proprietário que criava as próprias leis laborais e contrariava toda a que não fosse do seu acordo. Os vários advogados que contratou estavam ao serviço apenas uma semana. De tal maneira que há colegas que após terem saído da unidade hoteleira, tiveram que fazer um curso de reciclagem, pois desconheciam a realidade.

D. Afonso III- O Bolonhês – Proprietário que considerava que a esparguete à bolonhesa, era um prato de bom preço e com possibilidade de aproveitamentos, para as refeições do pessoal, pelo menos cinco vezes por semana.

D. José I – O Reformador – Proprietário que gostava tanto de obras, pois tinha sido pedreiro em jovem, que estava constantemente a partir paredes e pouco se ralava com o barulho que estas provocavam aos clientes.

D. Pedro V- O Esperançoso - Proprietário que construiu um Hotel em zona de difícil acesso, onde tinha um péssimo serviço e um fraquíssimo atendimento. Alimentava a esperança de um dia ver o hotel cheio a 100%, caso o "Diretor fosse competente".

Quem escolhe hotelaria, é mal pago, mas em compensação diverte-se muito". E tal como dizia Albert Einstein: "só a imaginação é mais importante que o conhecimento"

D. João II – O Príncipe Perfeito – Proprietário com pouco mais de 1,50 de altura, careca e gordo, tipo "bilha de gás com perninhas", que estava convencido que era o "D. Juan" lá do sítio.

Por último deixo aqui a minha mensagem aos jovens que pretendem abraçar a profissão: "Quem escolhe hotelaria, é mal pago, mas em compensação diverte-se muito". E tal como dizia Albert Einstein: "só a imaginação é mais importante que o conhecimento". ■

A ADHP agradece a colaboração às seguintes empresas

AMENITIES 62, LDA

JohnsonDiversey
Clean is just the beginning

MICROS-Fidelio Portugal, Lda.

ADHP discute desafios do Diretor de Hotel

A reunião magna da Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal, que se realiza a 11 e 12 de Outubro no Auditório da Escola Superior de Hotelaria e Turismo, no Estoril, sob o tema "Os Desafios do Director de Hotel", vai abordar os temas que na perspetiva da associação, constituem hoje em dia os principais desafios e responsabilidades para o Diretor de Hotel. Nos objetivos da ADHP está que este seja um momento de partilha de ideias sobre a realidade do Turismo e Hotelaria em Portugal.

O painel sobre os desafios do Director de Hotel abre os dois dias de debate cabendo a Carlos Torres fazer uma intervenção a propósito do reconhecimento legal da profissão de director de hotel, num momento em que o governo discute a alteração do Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos.

Ainda durante a manhã, no segundo painel, os delegados irão ouvir as ideias sobre a gestão partilhada versus as parcerias estratégicas. Os oradores irão abordar o fenómeno das parcerias de uma perspectiva abrangente, quer entre empresas do mesmo ramo quer entre áreas complementares de negócio. O fenómeno apresenta-se como uma solução e adquire contornos com relevância significativa na gestão do negócio da hotelaria.

O marketing e vendas, canais de distribuição e soluções de futuro abrem os trabalhos na parte da tarde do primeiro dia do congresso. Este painel de Marketing Digital e *Web Distribution* irá abordar as estratégias de vendas e auscultar os pontos de vistas dos principais parceiros de negócio nos sectores de distribuição *online* e offline e avaliar o seu grau de influência no crescimento das vendas.

Os trabalhos do primeiro dia terminam com o tema desenvolvimento sustentável com a apresentação de políticas e práticas de sucesso através de diversos parceiros.

> "O congresso pretende ser um momento de partilha de ideias sobre a realidade do Turismo e Hotelaria em Portugal

O futuro da formação em hotelaria e turismo abre os trabalhos do segundo dia do congresso. Neste painel estará em debate o tipo de formação que se pretendo para o futuro, o relacionamento entre níveis de ensino. Neste espaço serão ainda apresentadas as conclusões do estudo da Confederação do Turismo Português "Melhores competências/Melhor Turismo".

Perspectiva dos jovens de hoje encerra a ordem de trabalhos do cogresso. Neste painel debate-se o alto ritmo da evolução, em particular da atividade turística e hoteleira, e a consequente necessidade de adaptação contínua dos meios de aprendizagem do setor às exigências da atividade que impõem às instituições de ensino, um posicionamento permanente assente na atualização de recursos, métodos e conteúdos.

Finalmente o congresso termina com a leitura das conclusões e resumo, sessão de encerramento com a intervenção do presidente da direcção da ADHP e entidades locais.■

ADHP e Publituris Hotelaria premeiam Excelência no setor

A Associação de Diretores de Hotéis de Portugal (ADHP) e a revista Publituris Hotelaria vão atribuir os 1ºs Prémios Prémios Excelência na Hotelaria 2013, no dia 11 de Outubro, durante o jantar de gala do Congresso Nacional da ADHP, no Grande Real Villa Itália Hotel & Spa em Cascais.

A iniciativa tem por objectivo o reconhecimento dos profissionais e as estratégias na hotelaria, valorizando o seu contributo para a imagem do turismo em Portugal, bem como a sua importância ao nível da direção hoteleira, sobretudo numa altura em que se discute a alteração do Regime Jurídico dos Empreendimentos Turísticos.

Os prémios serão atribuídos em sete categorias, designadamente Melhor Diretor de Hotel, Melhor Diretor de Alojamentos, Melhor Diretor de *Food&Beverage*, Melhor Diretor Comercial/Marketing/Vendas, Melhor Jovem Diretor, Melhor Estratégia *Online* e Melhor Empresa de Outsourcing.

Os vencedores em cada categoria foram apurados após quatro fases. Coube à ADHP nomear até um máximo de sete profissionais e empresas em cada categoria a concurso que depois foram submetidos a uma votação online no site especialmente dedicado para o efeito de 30 de Setembro a 7 de Outubro. Os três mais votados foram apurados e considerados finalistas a cada prémio.

Os vencedores foram escolhidos por um júri constituído por personalidades do setor, que se abstiveram ou privaram-se de opinar sempre que tenha havido conflito de interesse, ou seja, quando em causa estiveram empresas onde tenham interesse diretos. Nos casos de empate, coube à diretora do Publituris Hotelaria o direito de exercer o seu voto de qualidade. ■

CONSTITUIÇÃO DO JÚRI PRÉMIOS DE EXCELÊNCIA

▼ Diretor de Hotel	
Presidente da ADHP	Raul Ribeiro Ferreira
Diretor da Dirhotel	Manuel Ai Quintas
Diretora do Publituris	Carina Monteiro
Presidente da ESHTE	Raul Manuel das Roucas Filipe
Presidente da AHP	Luís Veiga
Vice-Presidente da AHRESP	Alexandre Pereira de Almeida
Diretora da ESTH de Seia	Anabela Oliveira da Naia Sardo
Diretora da Licenciatura em Turismo do INP	Mafalda Patuleia

NOMEADOS

▼ Diretor de Hotel	
Anabela Bartolo	Altis Belém Hotel & Spa
Fernando Braz	Hotel Roma Hotel & Spa
Luis Filipe Luis	Hotel Dona Filipa
Machado Matos	Montebelo Viseu Hotel & Spa
Manuel Pinto	Hotel Mundial
Mário Candeias	Pestana Hotel & Resorts
Paulo Figueiredo	Onyria Marinha Edition Hotel & Thalasso

▼ Diretor de Alojamento	
António Esteves	Amorim Turismo
Artur Fernandes	Tiara Park Atlantic Lisboa
Filipa Costa	Corinthia Hotel Lisbon
Gonçalo Gonçalves	Ritz Four Seasons Hotel
Rui Pereira	Hotel Estoril Eden

▼ Diretor de F&B	
João Matos	El Corte Inglês Porto
João Neves	Hotel Palácio Estoril
José Pedro Canelas	Aparthotel Viva Marinha
Pedro Catapirra	Campo Real Resort
Pedro Pinto	Altis Belém Hotel & Spa

▼ Diretor Comercial Marketing e Vendas	
Gonçalo Rebelo de Almeida	Hoteis Vila Galé
Isabel Froufe	Longevity Wellness Resort
João Moreira	Hotel D.Henrique
João Pinto Coelho	Onyria Resorts
Pedro Ribeiro	Dom Pedro Hoteis
Rita Alves Machado	Tivoli Hotels & Resorts

▼ Jovem Diretor	
César Marques	Sheraton La Caleta Resort & Spa
Cláudia Lago	Dunas de Sal (Cabo Verde)
David Pacheco	Hotel Turismo do Minho
Gonçalo Coelho de Sousa	Fontana Park Hotel
Jorge Cosme	Bairro Alto Hotel
Jorge Miguel Teixeira	Hotéis Girassol Maputo (grupo Visabeira)

▼ Melhor estratégia online (grupo ou hotel independente)	
Hotéis Heritage	www.heritage.pt
Tivoli Hotels & Resorts	www.tivolihotels.com
Vila Galé	www.vilagale.pt
York House	www.yorkhouselisboa.com

▼ Melhor entidade de outsorcing	
Elis	www.elis.com/pt
ISS	www.pt.issworld.com
Man win win	www.manwinwin.com
Pure	www.pureservices.net
T-Hotel	www.t-hotel.com.pt

CONGRESSO NACIONAL DA ADHP
"Os Desafios do Diretor Hoteleiro"
40º Aniversário ADHP

11 e 12 Outubro 2013 - Auditório ESHTE ESTORIL

PROGRAMA

11 de Outubro	
08h30	Acreditações Congresso
09h30	**ABERTURA CONGRESSO** Intervenção do Presidente da Assembleia Geral da ADHP e Entidades Oficiais
10h00	**1º Painel - Desafios do Diretor Hoteleiro** Responsabilidade do Diretor de Hotel, na Gestão do Futuro Intervenção Dr. Carlos Torres – 'O indispensável reconhecimento legal da profissão de diretor de hotel'
11h15	Coffee Break
11h30	**2º Painel Gestão partilhada vs Parcerias estratégicas**
13h00	Almoço
15h00	**3º Painel - Marketing Digital e Web Distribution**
16h15	Coffee break
16h30	**4º Painel – Desenvolvimento Sustentável**
18h00	**Encerramento dos trabalhos 1º dia** Resumo do 1º dia de trabalhos
	Jantar de Gala - Grande Real Villa Italia Hotel & Spa **Entrega dos Prémios de Mérito** - entrega das categorias: ➢ Diretor de Hotel ➢ Diretor de Alojamentos ➢ Diretor de F&B ➢ Diretor Comercial / Marketing / Vendas ➢ Jovem Diretor ➢ Melhor estratégia online (Grupo *ou Hotel independente*) ➢ Melhor entidade de outsourcing **After Hours**
12 de Outubro	
9h00	**5º Painel Futuro da Formação em Hotelaria e Turismo** Que formação queremos para o futuro do turismo/ Relacionamento entre níveis de ensino Apresentação das Conclusões do Estudo da CTP '*Melhores Competências/Melhor Turismo*'
10h30	Coffee Break
10h45	**6º Painel Perspetivas dos Jovens sobre Hotelaria**
12h15	**Conclusão do congresso** Resumo do congresso.
12,45	**ENCERRAMENTO DO CONGRESSO** Intervenção do Presidente da Direção da ADHP e entidades oficiais.

Em parceria com: eshte

Apoios: Caixa Geral de Depositos, galp energia, micros FIDELIO, wareguest, KELLY, availpro, Grande Real Villa Italia Hotel & Spa Cascais, DELTA

Mensagem do presidente

Raul Ribeiro Ferreira
Presidente da Direção

Caros Sócios,

Escrevo-vos pela primeira vez enquanto Presidente da ADHP pois, apesar das eleições já terem sido em Maio, deparamo-nos com dificuldades na publicação da revista o que nos levou a trocar de editora para podermos garantir a sua regular publicação, tendo a editora Mediapearl aceitado partilhar connosco este desafio. Passado mais este sobressalto podemos voltar à gestão do nosso projeto para a nossa Associação, agradecendo o voto de confiança que nos concederam.

Assumimos a Direção numa altura particularmente difícil, tanto a nível do país, como da vida da Associação. Recebemos uma herança de que nos orgulhamos das anteriores direções que dedicaram o seu maior esforço à nossa causa, o que tem permitido o nosso crescimento enquanto representantes de uma classe. Não posso deixar de salientar e agradecer a forma como decorreu a passagem de trabalhos entre a direção cessante e a nossa equipa.

Agora é altura de começarmos a trabalhar, temos um enorme desafio e não evitaremos esforços nem trabalho para estar à altura da expetativa que foi em nós depositada.

Não posso alhear-me das dificuldades que muitos dos nossos colegas estão a passar derivado ao estado do país, o qual se reflecte nas empresas. A ideia que o Diretor de Hotel é uma despesa e não uma forma de potenciar o negócio continua a ser defendida por alguns empresários, é importante trabalharmos para a sensibilização e qualidade dos profissionais que desempenham e irão desempenhar esta função porque só com bons técnicos se pode assegurar a qualidade de serviços, e a rentabilidade dos empreendimentos. O nosso sucesso é o sucesso das empresas, é fundamental que os empresários nos vejam como parte da solução e, enquanto houver um que assim não o pense, temos muito trabalho a fazer.

A falta de legislação é sem dúvida um entrave à nossa função, e temos de, passo a passo, explicar a importância da existência da mesma. Infelizmente estas questões voltam a estar na ordem do dia pois tivemos conhecimento que se prepara uma alteração ao RJET estando proposta a eliminação da alínea 2 do artigo 47.

Artigo 47.º

1 — Em todos os empreendimentos turísticos deve haver um responsável, nomeado pela entidade exploradora, a quem cabe zelar pelo seu funcionamento e nível de serviço.

2 — A responsabilidade operacional dos empreendimentos turísticos de cinco, quatro e três estrelas deve caber a um funcionário habilitado ao exercício da profissão de director de hotel.

Vemos esta proposta com muita preocupação e não nos pouparemos a esforços para evitar que esta medida se concretize e não nos cansamos de dizer que não devem acabar com os Diretores de Hotel.

Para contrariar a tendência do mercado assiste-se neste momento a um maior esforço na formação dos diretores mas assistimos com muita preocupação à confusão que prolifera nos vários níveis de ensino, atropelando-se uns aos outros. Nesta matéria queremos dar o nosso contributo, sabendo que existe um reconhecimento do problema por parte dos vários intervenientes públicos e privados e uma vontade de começar a resolvê-lo.

Conforme assumido por esta equipa, iremos dar especial importância aos vários órgãos que compõem a nossa Associação. No mês de Junho reunimos o Concelho dos antigos presidentes de forma a ouvi-los sobre a vida da nossa Associação.

O Congresso será nos dias 11 e 12 de Outubro, em parceria com a Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Estoril, nas sua instalações, com tema e programa que divulgamos. Pedimos a todos que marquem nas vossas agendas, porque só a presença do maior número de sócios mostrará o vigor e a força da nossa Associação.

Eu e a minha equipa, conscientes da enorme responsabilidade e desafio que o próximo triénio nos traz, estamos prontos a trabalhar, mas precisamos que, da vossa parte, digam presente quando o pedirmos. ■

Cordiais saudações hoteleiras

KEEPING IT COOL

Um frigorífico da Colecção Gorenje Retro é indispensável para todos os que gostam de design e tecnologia.

INSPIRADO PELO PASSADO.

DESENHADO PARA A VIDA

gorenje

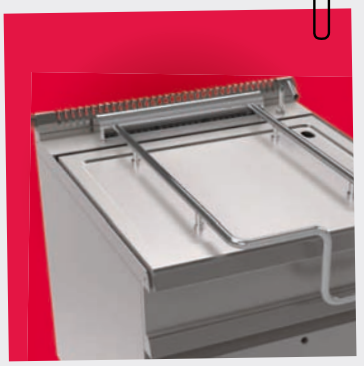
www.gorenje.com.pt

900C

JuneX profissional

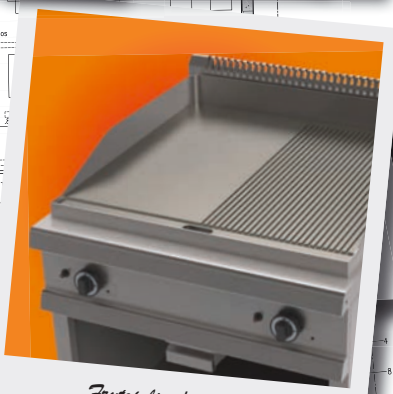
Elemento neutro

Fogão com 4 queimadores e forno



Frigideira basculante

Fritadeira



Frytop liso / nervurado

Marmita

PRODUTO novo made in Portugal

Junex 900 C Fogões | Fritadeiras | Fry tops | Frigideiras basculantes | Marmitas | Cozedores multiprodutos | Elementos neutros

Aumente a flexibilidade da sua cozinha com a nova linha Junex 900 C. Qualidade de construção apurada, design distinto e durabilidade apetecível traduzem-se em maior diversidade de soluções, aumento de robustez e máxima higiene na sua cozinha. Venha assistir ao lançamento da nova linha 900 C, ao vivo, na Feira Host em Milão - PAV. D4, stand Q 62.

MJM MANUEL J. MONTEIRO

Estrada das Palmeiras, 55 | Queluz de Baixo |Apartado 1004 | 2734-504 Barcarena | Portugal | T. (+351) 214 349 700 | F.(+351) 214 349 754 |gestor@mjm.pt

Visite o nosso showroom ou solicite informações detalhadas.

www.mjm.pt