# dirhotel

Associação dos Directores de Hotéis de Portugal Nº 22 - JUL/AGO/SET 2016 • € 5 (Cont.)

**TEMA CENTRAL**

RECURSOS HUMANOS NA HOTELARIA

**TOMADA DE POSSE ADHP**

ADHP MANTÉM LUTA PELA PROFISSÃO DE DIRETOR DE HOTEL

**SALÃO EQUIP'HOTEL**

REPORTAGEM EXCLUSIVA EM PARIS SOBRE O STUDIO16

**Porto T.** +351 225 574 387
**Madrid T.** +34 914 310 614

A62 AMENITIES EXCLUSIVOS SA
www.a62.eu

GROUPE GM
EXCLUSIVE MEMBER

Manuel Ai Quintas
Diretor Revista Dirhotel

# TURISMO PORTUGUÊS MAIS POBRE SEM NUNO ROCHA

**Faleceu Nuno Rocha. Para quem não saiba, a ele se deve, juntamente com Mário Ventura Henriques, infelizmente desaparecido há anos, a criação de Publituris, além de um trabalho longo e profícuo como jornalista e profissional da informação.**

Inteligente e atento aos fenómenos da vida, sobre os quais emitia a sua opinião desafrontada e frequentemente incómoda, Nuno Rocha era, além disso, um empreendedor da área da comunicação, procurando influenciar com as suas iniciativas empresariais e os seus escritos incisivos a opinião pública e publicada.

Não admira, por isso, que tenha sentido a necessidade da criação de uma publicação exclusivamente votada às questões do nosso turismo, numa altura em que este parecia ainda adormecido em relação seu importante potencial - porventura encorajado pelo interesse que as páginas de «Turismo e Anti -Turismo», publicadas semanalmente no Diário Popular, estavam a suscitar, sobretudo com as suas mesas-redondas.

A fundação de Publituris, verdadeira instituição nacional, da qual foi, aliás, diretor durante muitos anos, constituiu por si só um inestimável serviço prestado por Nuno Rocha ao turismo português.

Para além de os interessados terem passado a dispor nas páginas de Publituris de uma tribuna franca e aberta e poderem exprimir as suas ideias e convicções acerca do nosso turismo, Nuno Rocha desdobrou-se em iniciativas que permitiram uma intervenção muitas vezes decisiva na definição dos caminhos a seguir, sobretudo quando era posta em causa a direção mais conveniente, de tal sorte que sem essa intervenção o nosso turismo não seria o mesmo.

Nuno Rocha foi, portanto, juntamente com Mário Ventura Henriques, percursor do jornalismo especializado que tantos e tão bons serviços prestou e continua a prestar ao turismo português em circunstâncias geralmente adversas, que explicam que muitas das publicações entretanto criadas tenham soçobrado nas últimas décadas.

Nesta hora da sua passagem, seria injusto não homenagear a sua memória nem lembrar a sua ação em prol do turismo nacional. Não é, evidentemente, o agradecimento a que Nuno Rocha tinha direito em vida, mas os portugueses sempre foram omissos no reconhecimento dos serviços assinaláveis que outros dos seus compatriotas prestam à comunidade.

À família enlutada de Nuno Rocha a DIRHOTEL apresenta sentidas condolências. ■

Nesta hora da sua passagem, seria injusto não homenagear a sua memória nem lembrar a sua ação em prol do turismo nacional.

Grupo SOFT

GESVENGRH
GESTOR DE RECURSOS HUMANOS

32 anos ao serviço da Gestão de Recursos Humanos

Consultoria
Software
Outsourcing

Consulte-nos

Praceta Soeiro Pereira Gomes, 5
Damaia de Cima 2720-519 Amadora Portugal
Telf +351 21 490 81 70 Fax +351 21 490 53 23

dcom@gruposoft.com www.gruposoft.com

# ÍNDICE

adhp
associação dos directores de hotéis de portugal

**Propriedade:**
ADHP - Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal
Sede: Av. Ilha da Madeira, 32 A
1400-204 Lisboa
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:**
Diretora Editorial
Antónia Barroso
Mediapearl - Comunicação e Serviços, Lda.
Rua de Xabregas, 2
Piso 2, Sala 2.06/2.07
1900-440 Lisboa
Tel.: 21 403 76 56
www.mediapearl.pt

**Publicidade**
Mediapearl
Tel.: 21 403 76 56
mediapearl@mediapearl.pt
Lurdes Dias
ldias@mediapearl.pt
Elisabete Pais de Sousa
epaisdesousa@mediapearl.pt
Rui Campos
rcampos@mediapearl.pt

**Design Editorial**
Mediapearl

**Foto de Capa:**
Pestana CR7 Funchal

**Colaboradores**
Manuel Ai Quintas .....6
Vitor Silva .....8
Filipe Palma Carlos.....12
Romana R. Madeira .....12
Teresa azevedo .....14
José António Caçador .....16
Carlos Botelho.....30
Raul Ribeiro Ferreira.....42

**Impressão**
RBM - Artes Gráficas, lda.

**Tiragem** 7.000 exemplares

**Depósito Legal** 322886/11

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

PEFC
PEFC/13-31-011
Certificado PEFC
Este produto tem origem em florestas com gestão florestal sustentável e fontes controladas
www.pefc.org

06

12

26

**6 Tema Central**
Recursos Humanos e outros .....6
Recursos Humanos .....8

**12 Caderno Especial**
A redução da atividade e suspensão do contrato de trabalho .....12
O IMI e o Sector Hoteleiro .....14
Especial importância do boletim de alojamento no âmbito da livre circulação versus segurança nacional .....16

**18 Reportagem**
Salão Equip'Hotel mostra tendências com o seu Studio 16 .....18

**22 Entrevista**
Desafios da hotelaria passam pelo serviço e pela flexibilidade .....22

**24 OMT**
OMT defende melhoria da qualidade do emprego no Turismo.....24

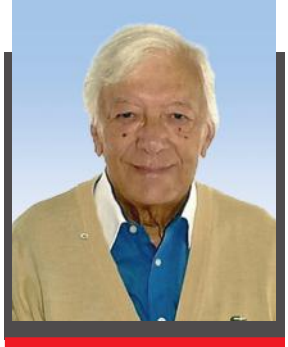
**26 Entrevista**
ESHTE cumpre 25 anos com olhos postos na internacionalização da oferta ... 26

**30 Investigação Académica**
O Papel das emoções nas atitudes.....30

**32 Pequenas Grandes Notícias**
Tomada de Posse ADHP .....32
Conclusões do Congresso 2016 .....33
Prémios Excelência ADHP.....35

**40 A nossa babilónia**
A importância dos Recursos Humanos na Hotelaria!.....40

**42 Mensagem**



Manuel Ai Quintas
Diretor
Revista Dirhotel

# RECURSOS HUMANOS E OUTROS

**Caracteriza-se a hotelaria, em primeiro lugar, pela sua condição de indústria de capital e mão-de-obra intensivos – dois pressupostos à partida desencorajadores para os empreendedores que não disponham de capitais próprios avultados ou não desejem correr riscos potencialmente excessivos de investimento de «primeiro estabelecimento», ou se atemorizem face à ideia de serem os recursos humanos o mais difícil, pesado e imponderável fator do negócio hoteleiro.**

Não obstante isto, não falta quem se afoite em criar novos empreendimentos hoteleiros no nosso país, sobretudo nas cidades e nas regiões onde o êxito pareça mais provável e onde outros decidiram antes correr os mesmos riscos, de tal forma que no caso presente poderá parecer mesmo uma «corrida ao ouro» no Novo Mundo.
Desde os fins do século XIX, com a criação dos admiráveis Palaces nas principais cidades da Europa, que os hoteleiros criaram para si uma aura bem distinta da imagem no mínimo negativa dos estalajadeiros do passado e se tornaram entretanto uma classe socialmente prestigiada.
Ao mesmo tempo que isto acontecia, os hotéis foram gerando no comum das pessoas uma ideia de locais de grande aprazimento e mesmo românticos, que os tornava admirados e apetecidos, cada vez mais economicamente ao seu alcance.
Ora, não é garantido que muitos dos empreendimentos que surgem agora como cogumelos em cidades e outros pontos escolhidos do país nasçam imbuídos deste espírito hospitaleiro e romântico e se proponham ser o lugar aprazível e seguro que um hotel deverá ser antes e acima de tudo.
Ao contrário, sobra a evidência de que na sua maioria tais empreendimentos são determinados por uma dose excessiva de aventureirismo e oportunismo, que consiste, por um lado, em aproveitar uma conjuntura que aparenta ser favorável à sua criação em doses maciças e voluntaristas e, por outro, em tirar partido enquanto é tempo de vazio legal ou de uma legislação perigosamente permissiva.
De outra forma não seria possível, por exemplo, permitir que prédios que já não serviam há muito para residência permanente possam de repente, apenas com remedeios incapazes ou improvisações atrevidas, ser utilizados para o negócio puro e duro de alojar os visitantes.
Mas este é apenas um aspeto da questão. Do que poderá ser a qualidade do seu funcionamento, e sobretudo de qual é o papel reservado aos recursos humanos nos referidos empreendimentos, vamos ouvir no futuro e é inevitável esperar o pior.

> um hotel vale sobretudo pelos seus recursos humanos

### O futuro dos recursos humanos é o futuro da hotelaria

De uma coisa podemos estar certos: um hotel vale sobretudo pelos seus recursos humanos, indistintamente da natureza e qualidade da sua estrutura física e dos demais aspetos que o informem e tornem possível a sua utilidade.
Ou seja, sem prejuízo da admiração que poderá suscitar a arquitetura inspirada, o design original ou o conforto insuperável de um empreendimento hoteleiro, este só poderá impor-se à consideração e aceitação daqueles a quem se destina se possuir ao seu serviço trabalhadores inteligentes, competentes e motivados, que tenham da ideia de serviço uma noção inspiradora de toda a sua atividade. Dito de outra maneira: os trabalhadores serão, em tal caso, o principal ativo do hotel.
Questão é, por isso, que se ofereçam aos trabalhadores da hotelaria todas as condições a que têm direito, a começar pelo reconhecimento da sua importância transcendental para o êxito e prestígio da indústria que se dispõem a servir, o que, lamentavelmente, cada vez menos acontece.
Mas vamos por partes. Felizmente, há muito que em Portugal se oferece aos candidatos às profissões hoteleiras as condições e oportunidades de que carecem para fazerem a sua formação de maneira adequada, esclarecida e objetiva, permitindo que acedam à vida prática dotados da informação e dos

conhecimentos indispensáveis ao exercício da atividade profissional que escolheram.
Nisto, os trabalhadores portugueses da hotelaria bem poderão considerar-se privilegiados não apenas em relação ao que era verdade no nosso país várias décadas atrás, mas até ao que acontece ainda hoje em muitas partes do mundo.
Ocioso será lembrar que tal se deve ao trabalho incansável e insubstituível das nossas escolas hoteleiras, responsáveis pelo muito de bom que os hotéis portugueses oferecem todos os dias aos que recorrem aos seus serviços.
Se juntarmos a isto a notável inclinação natural dos portugueses para as tarefas inerentes à hotelaria, e antes até para o que tem que ver com os deveres da hospitalidade, permitindo-lhes ajudar aos outros sem subserviência e com instintiva e natural dignidade, fica explicado porque não receiam os hotéis portugueses a sua comparação com o melhor que se veja lá fora.
Sucede, porém, que a hotelaria é incapaz de se despegar do que tem sido a sua pecha maior desde sempre: pagar mal aos que a servem.
É difícil explicar este estado de coisas de outra maneira: os empresários habituaram-se a ter o pessoal de que precisam sem para isso lhes pagar o que deviam.
O argumento de obrigar o setor ao uso de mão-de-obra intensiva tem servido para justificar a insistência neste «pecado mortal», mais do que qualquer outra razão realmente consistente de viabilidade económica, como se não incumbisse a uma gestão idónea encontrar as soluções que lhe permitam suportar custos justos para ambos os lados.
O resultado é continuar a hotelaria a contar com trabalhadores resignados, empenhados em assegurar

as suas obrigações profissionais com zelo e responsabilidade, mas sem o entusiasmo e mesmo a alegria de que gostariam, se sentissem ser o seu esforço compensado como seria de justiça.
Duvido que esta prática possa servir os melhores interesses da hotelaria. Ao contrário, ela só será viável enquanto os jovens prontos a ingressar no mercado de trabalho não tiverem as alternativas profissionais que as dispensem de suportar relações injustas em condições desproporcionadas.
Esta política de mão-de-obra barata a que o setor se entrega sem pensar não exclui os licenciados em gestão hoteleira nem quem já assegura a gestão dos nossos hotéis, assumindo aspetos de grande mesquinhez e supino absurdo, para poupar nas palavras, sendo cada vez os casos de aproveitamento vergonhoso.
Entretanto as nossas escolas superiores continuam a formar novos gestores hoteleiros, que cada vez mais terão de tentar lá fora a realização pessoal e profissional justa para que se prepararam, ficando os empresários do setor obrigados, ao fim de algum tempo, a recrutar lá fora, suportando os custos devidos, os estrangeiros que lhes apareçam.

**a hotelaria é incapaz de se despegar do que tem sido a sua pecha maior desde sempre: pagar mal aos que a servem**

É claro que as políticas governamentais do setor nos últimos anos não são estranhas a este estado de coisas. Bem pelo contrário! De cada vez que nova legislação é publicada, o país fica pior.
A chegada ao setor de novos promotores, como agora acontece, atraídos por facilidades de todo o género, que são um convite ao atrevimento e à irresponsabilidade, só virá agravar a situação e agudizar os problemas.
Os dos recursos humanos? Não. Todos! ■

Vitor Silva
Director of Human Resources IHG

# RECURSOS HUMANOS

**No atual contexto das organizações, as empresas começam a compreender que o recurso mais valioso, o motor de sucesso, são os seus colaboradores; o Capital Humano. A preocupação com o capital humano tem levado ao surgimento de novos conceitos e processos para ajudar no desenvolvimento e sucesso das organizações**

A dignificação do sector passa, obrigatoriamente, por elevar a importância dos nossos profissionais a investimentos que salvaguardem a qualidade e a dferenciação dos serviços que prestamos.
Houve tempos em que Portugal descobriu o Mundo mas os tempos de hoje ditam que é o Mundo nos está a descobrir. A crescente procura que vivemos já não advém só pelo clima, pela segurança, pelas gentes e pela relação qualidade-preço. A cultura, costumes, hábitos, tradições e diferenciação na arte de bem receber passam a contar com um peso determinante de quem nos procura para viver, visitar ou trabalhar. Hotelaria e Restauração assumem indubitavelmente um papel determinante na economia e prestígio nacional.
Por quanto mais tempo?! Isso depende de nós. Os indicadores em matéria de resultados e as previsões para os próximos anos são bastante interessantes e animadoras. Passar a ser destino privilegiado quer para lazer quer para negócios, é motivo de orgulho mas, a meu ver, de responsabilidade redobrada. Gerir pessoas, talentos, capital humano, aqueles que no dia a dia, credibilizam o nosso Sector, é fator-chave de sucesso e determinante do delinear estratégico para um crescimento sustentável: é comumente aceite e assumido que trabalhadores comprometidos são mais produtivos, motivados e satisfeitos quer com a função que desempenham quer para com a empresa que representam.

> Passámos de uma gestão pautada pelo paradigma tecnocrata para uma gestão que vive de pessoas, para pessoas e pelas pessoas

É importante referir-se a Gestão dos Recursos Humanos como um estilo participativo,

competitivo, humano e democrático de lidar com as pessoas nas organizações, orientando as suas competências para resultados mais promissores, quer para as organizações, quer para as pessoas. O maior capital que temos são as pessoas. As pessoas que a cada instante, lidam diretamente com o Cliente ou quem assuma essas funções e que são convidadas a tomar decisões. E dessas decisões se reza o sucesso e se dita do futuro e maturidade das organizações.

**Duas apostas que se tornam inevitáveis: Engagement e Formação**.

O *engagement* aplicado ao trabalho, surge como a capacidade que o ser humano apresenta de retirar situações positivas do seu trabalho. Apresenta-se como um conceito relativamente novo, integrado numa nova corrente a qual se foca nos aspetos positivos do ser humano e no seu funcionamento. No fundo, caracteriza-se pelo emprego de altos níveis de energia quando se trabalha, entre outras, em três dimensões: vigor, dedicação e absorção.

Uma nova dimensão de se ver e de se avaliar do sucessos dos sujeitos, não se centralizando num objeto ou numa conduta, isto é, numa maneira de fazer. Reflete estados positivos relacionados com o trabalho: vigor - caracterizado por altos níveis de energia, resistência mental durante o trabalho e vontade de investir esforço e persistência no trabalho face às dificuldades sentidas/apresentadas; dedicação - grande envolvência no trabalho experienciando altos níveis de significado atribuído ao trabalho, entusiasmo, inspiração, orgulho, desafio e mudança; e, absorção - quando o trabalhador está completamente concentrado e inserido na sua tarefa, onde o tempo passa rapidamente.

> "You can walk into a beautifully designed hotel, but that is completely destroyed if you don't get good service".

Em paralelo à prioridade no bem estar, há que considerar da consolidação e desenvolvimento de competências. Na gestão de pessoas, a Formação assume papel preponderante no crescimento pessoal e profissional dos nossos recuros humanos e das próprias organizações.

Por forma a consubstanciar o desenvolvimento dos recursos humanos como fator estratégico das empresas, a Associa-


Q-ton Air to Water

Produção de **AQS** **até 90ºC** com **$CO_2$**

Aerotermia de ELEVADO RENDIMENTO

MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES, LTD.

**Máxima eficiência energética** e elevada **poupança** com a utilização do **ar** como fonte de energia renovável.

único

Produção de AQS a 90ºC com frigorigéneo $CO_2$

Poupança energética 78%* quando comparado com uma caldeira convencional

Poupança económica 35%* quando comparado com uma caldeira convencional

Até **480kW** de potência (possibilidade de interligar até 16 unidades)

**Ecológico!** O **COP** mais elevado no mercado: **4,3** (média sazonal)

**3 anos** de **garantia** e **3 anos de monitorização GRATUITA**

**100%** de rendimento com **temperaturas exteriores de -7ºC**

**Principais aplicações**

Hotéis, Hospitais, Residências geriátricas, Polidesportivos. SPA's, Restaurantes, Refeitórios de escolas e empresas, Residências particulares.

LUMELCO PORTUGAL | www.lumelcoportugal.pt info@lumelcoportugal.pt | www.aerotermia-qton.es/pt

ção dos Directores de Hotéis de Portugal, tem assumido e chamado a si esta preocupação em matéria de Formação e Certificação Profissional. Juntamente com Associações empresariais do sector e Instituições de Ensino, pretende-se que passem a ser enquadrados requisitos opcionais a inserir na revisão dos requisitos de classificação dos empreendimentos turísticos.

A formação tem que acompanhar as mudanças e oferecer resposta aos novos desafios. Há que promover a (in)formação e qualificação de colaboradores para que possam trabalhar com responsabilidade, sentido de sucesso e incentivados à sua evolução.

O plano de formação anual das empresas deve contemplar áreas operacionais específicas a par de áreas mais abrangentes que visem um crescimento humano e pessoal e que sejam uma garantia de desenvolvimento na função actual ou funções futuras, reforçando portanto a valorização individual. Cada vez mais as Escolas e os Hotéis têm um papel preponderante na consolidação formativa e na preparação dos Recursos Humanos, tendo em vista o rigor que preside a quem está, ou se quer aventurar, numa atividade tão única como a nossa.

Ao contrário de Gerir Pessoas, é muito mais inteligente Gerir com Pessoas. A inteligência de uma organização está amplamente distribuída pelos cérebros que dela participam. Se a organização utiliza apenas alguns cérebros do seu pessoal de cúpula, estará a utilizar apenas alguns cérebros do seu potencial de inteligência.

Organização inteligente é a que utiliza a maior proporção possível de cérebros que tem à sua disposição e não desperdiça talentos. ■

> A formação tem que acompanhar as mudanças e oferecer resposta aos novos desafios

# CADERNO DIRHOTEL


12 **DIREITO DO TRABALHO**
A redução da atividade e suspensão do contrato de trabalho

14 **FISCALIDADE**
O IMI e o sector hoteleiro

16 **SEGURANÇA**
Especial importância do boletim de alojamento no âmbito da livre circulação versus segurança nacional

Filipe Palma Carlos Romana R. Madeira
A. Palma Carlos - Advogados

# A REDUÇÃO DA ATIVIDADE E SUSPENSÃO DO CONTRATO DE TRABALHO

**No atual momento da economia nacional, o recurso a uma redução do período normal de trabalho ou à suspensão do contrato de trabalho podem constituir importantes instrumentos de gestão empresarial em situação de crise, de forma a tentar assegurar a viabilidade das empresas e a consequente manutenção dos postos de trabalho. É o chamado "layoff".**

Contudo, estas medidas, que se encontram previstas nos arts. 294.º e seguintes do Código do Trabalho, apenas podem ser aplicadas temporariamente e fundamentar-se numa impossibilidade temporária, parcial ou total, de prestação de trabalho por facto relativo ao empregador ou ao trabalhador.

Nesse âmbito, o empregador pode então reduzir temporariamente os períodos normais de trabalho ou mesmo suspender os contratos de trabalho, por motivos fundamentados de mercado, estruturais ou tecnológicos, catástrofes ou outras ocorrências que tenham afetado gravemente a atividade normal da empresa, e desde que esta medida seja indispensável para garantir a viabilidade da empresa e a manutenção dos postos de trabalho. Ou seja, a lei condiciona a aplicação desta medida, restringindo-a a situações limite de sobrevivência da empresa, um mal menor, atenta a probabilidade de encerramento da empresa e o consequente desemprego dos trabalhadores. No entanto, a empresa para poder recorrer a estas medidas deve ter a sua situação contributiva regularizada perante a administração fiscal e a segurança social, o que pensamos

> a empresa para poder recorrer ao layoff deve ter a sua situação contributiva regularizada

traduzir uma certa incongruência legal e, em certos casos, um obstáculo prático para a sua aplicação.

Estas medidas devem ter uma duração temporária previamente definida, não superior a seis meses, exceto em caso de catástrofe ou de outra ocorrência que afete gravemente a atividade normal da empresa, em que podem durar até um ano, podendo, porém, ser ainda prorrogadas por um período máximo de seis meses, desde que essa intenção e duração sejam comunicadas por escrito e devidamente fundamentadas. No entanto, o empregador só pode repetir o recurso à aplicação destas medidas depois de decorrido um período de tempo equivalente a metade do período anteriormente utilizado, exceto se houver acordo das partes.

É importante frisar que durante o período de redução ou suspensão, mantêm-se todos os direitos, deveres e garantias das partes que não pressuponham a efetiva prestação de trabalho. O que pode excluir, por exemplo, o subsídio de alimentação.

E assim, durante o período de redução, a retribuição do trabalhador é calculada em proporção das horas de trabalho efetivo. Porém, o trabalhador mantém direito a auferir mensalmente um montante mínimo igual a dois terços da sua retribuição normal ilíquida, ou o valor da retribuição mínima mensal garantida correspondente ao seu período normal de trabalho, consoante o que for mais elevado. Para tal contribuirá a segurança social com até 70% da compensação retributiva garantida, a que o trabalhador terá direito de forma a ser-lhe assegurado o referido montante mensal mínimo.

Quanto aos subsídios de Férias e de Natal, estes não são atingidos pela redução, o que significa que o trabalhador tem direito ao pagamento por inteiro dos subsídios devidos em condições normais de trabalho. Aqui, o que difere do regime geral é o facto de, relativamente ao subsídio de Natal, o empregador apenas ter de pagar metade do montante correspondente, uma vez que o restante deve ficar a cargo da segurança social.

Já para a empresa, a adoção destas medidas acarreta algumas limitações, uma vez que durante a sua duração não pode distribuir lucros, nem aumentar a retribuição dos membros de corpos sociais, nem proceder a admissão ou renovação de contratos de trabalho para preenchimento de funções suscetíveis de serem asseguradas por trabalhador em situação de redução ou suspensão.

Quando esta redução ocorre fora do âmbito de uma situação de crise empresarial, em caso de encerramento temporário ou diminuição temporária da atividade da empresa, o trabalhador tem direito a 75% da retribuição, se aquela tiver sido aplicada devido a caso fortuito ou de força maior; Mas quando aplicada no interesse do empregador ou devido a facto que lhe é imputável, o trabalhador tem direito à totalidade da retribuição.

A redução e suspensão podem ainda resultar do acordo das partes, nomeadamente numa situação de possível pré-reforma do trabalhador, quando este atinge os 55 anos.

Por sua vez, relativamente ao trabalhador, para além das situações em que ocorra um impedimento temporário por facto que lhe diga respeito, mas que não lhe seja imputável e se prolongue por mais de um mês, nomeadamente por doença, acidente ou para cumprimento de serviço militar, pode ainda suspender o contrato de trabalho por falta de pagamento pontual da sua retribuição.

**para a empresa, a adoção destas medidas acarreta algumas limitações**

Assim, é nossa opinião que a lei é bastante limitadora, nomeadamente quanto aos limites máximos de duração destas medidas e possibilidade de sua repetição, não permitindo o suficiente para que as empresas consigam efetivamente equilibrar-se e recuperar de uma situação de crise. Prefere privilegiar interesses gerais mas muito dispersos, ou seja, sem efeitos úteis percetíveis pelos que são diretamente afetados pela crise, ao invés de atender às dificuldades e necessidades imediatas das empresas e seus trabalhadores, com as consequências que se conhecem, nomeadamente a nível de desemprego. ■

Teresa Azevedo
Property Tax
Consultant da Ayming

# O IMI E O SECTOR HOTELEIRO

**Atualmente a tendência do sector hoteleiro em Portugal é de crescimento, a Associação da Hotelaria de Portugal admite que ao longo deste ano possam abrir 29 novos hotéis, trazendo expectativas positivas para o ano de 2016.**

No que à carga fiscal aplicada ao património diz respeito, o Imposto Municipal sobre os Imóveis é uma preocupação para todas as empresas proprietárias de imóveis, e para o sector hoteleiro em particular, que se deparam com coletas elevadas para pagar, decorrentes sobretudo de elevadas taxas de IMI e de valores patrimoniais tributários consideráveis.

Recorde-se que o Valor Patrimonial Tributário (VPT), composto por seis coeficientes, constitui a base de cálculo do IMI. Tendo em conta que existem coeficientes com maior peso do que outros, iremos focar-nos nos aspetos que, em nosso entender, maior peso têm no sector hoteleiro, como sejam os coeficientes de afetação, localização e qualidade e conforto.

Respeitante ao coeficiente de afetação, o código do IMI descrimina com exatidão o tipo de utilização que cada imóvel poderá ter: habitacional, industrial, comercial, serviços, etc. O sector hoteleiro comporta imóveis como hotéis, pousadas, *resorts* e empreendimentos turísticos, que são classificados tendencialmente com uma utilização tipo "Serviços", a que corresponde na fórmula do VPT um valor de 1.10, sendo uma das afetações do Código do IMI com mais peso.

Por seu turno, a afetação atribuída vai ter reflexo noutro coeficiente da fórmula dos prédios urbanos, a saber, o coeficiente de localização. Desde a entrada em vigor do novo zonamento em Janeiro de 2016, implementado pelo Ministério das Finanças, os hotéis que se situam em determinadas zonas nobres das grandes cidades que já tinham o valor máximo de 3.00 definido pela portaria anterior, passam a ter o valor de 3.50, o que vai incrementar necessariamente o VPT. Tomando como exemplo as áreas nobres em Lisboa, a Avenida da Liberdade e Marquês de Pombal foram as eleitas para a aplicação do novo valor máximo estipulado. Se entrarmos na zona do Parque das Nações deparamo-nos com 3.20 e Baixa-Chiado também não foge a este valor.

Além desta alteração ao zonamento, chamamos a atenção para o coeficiente de qualidade e conforto, que detém igualmente grande importância. Este define parâmetros que ajudam a entender as características do hotel, podendo majorar o valor coeficiente até 1,7 ou minorar até 0,5. Atualmente, tem existido uma especial tendência para a criação de *Rooftops*, com o objetivo de tornar as coberturas dos hotéis habitáveis e permitir aos turistas de apreciarem vistas deslumbrantes sobre a cidade Lisboa ou do Porto, por exemplo. A AHP refere que todos os anos este sector deve fazer reabilitações e remodelações aos seus espaços, uma operação que traz mais complexidade para o coeficiente, devido à soma de parâmetros e que, como consequência, irá aumentar o VPT.

Por outro lado, com o OE para 2016 foi criada uma atualização monetária extraordinária para os imóveis avaliados entre 2012 e 2015 com afetação Serviços, Comércio e Indústria. A correção aplicar-se-á sobre o VPT, tendo por base o fator 1,0225, e que se reflete um aumento de 2,25% no VPT, a ser pago em 2017.

Assim sendo, tendo em conta a complexidade inerente às variáveis que impactam na determinação do VPT, aconselha-se as empresas que anualmente têm de suportar o IMI, a analisar as últimas avaliações efetuadas e a verificar se, efetivamente, estão a pagar um imposto correspondente à realidade atual. ■

# GRUPNOR
# ELEVADORES DE PORTUGAL

A GRUPNOR® é uma empresa 100% portuguesa que, desde 1979, fabrica e instala elevadores, grandes e pequenos monta-cargas, plataformas elevatórias, escadas e tapetes rolantes e outros meios de transporte vertical em todo território nacional e estrangeiro.
Além de projetar, fabricar e instalar os seus produtos garante a assistência técnica em qualquer ponto do território nacional 24 horas por dia e 365 dias por ano.

GRUPNOR®

GRUPNOR
ELEVADORES DE PORTUGAL

THINK QUALITY BUY GRUPNOR

A ENGENHARIA AO SERVIÇO DOS TRANSPORTES VERTICAIS

www.grupnor.pt

COTEC
REDE PME
inovação

**PORTUGAL**
Delegações:
Coimbra | Lisboa | Algarve

Fábrica/Sede:
Urb. Ind. Árvore
Rua C – Lugar da Varziela
4480-621 Vila do Conde
Tlf.: 252 615 279

**REPRESENTAÇÕES**
Angola – Luanda
Tlf.:+244 949 422 711
Cabo Verde – Cidade da Praia
Tlf.:+238 939 69 29

# ESPECIAL IMPORTÂNCIA DO BOLETIM DE ALOJAMENTO NO ÂMBITO DA LIVRE CIRCULAÇÃO VERSUS SEGURANÇA NACIONAL

**José António Caçador**
Inspetor Coordenador
Subdiretor Regional - Direção Regional de Lisboa, Vale do Tejo e Alentejo
Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

**Constatamos um progressivo aumento no elevado fluxo de passageiros nos aeroportos nacionais e andamos surpreendidos com a quantidade de cidadãos estrangeiros que circulam pelas ruas das principais cidades portuguesas.**

O número de turistas estrangeiros que nos tem visitado e o consequente aumento no número de dormidas em estabelecimentos de alojamento turístico, que segundo o *Eurostat*, a grande maioria são turistas não-residentes provenientes, nomeadamente, de Espanha, França, Itália e Alemanha, leva-nos a perceber que o turismo é efetivamente uma atividade muito importante, estratégica e de grande relevância económica e social para Portugal, designadamente pelas receitas que gera e empregos que cria. Não podemos, contudo, ignorar que a atividade turística também envolve riscos de distintas naturezas, como sejam a existência de crime organizado e terrorismo.

O turismo, por definição, provoca o movimento de pessoas que, pelas mais diversas motivações, deixam temporariamente o lugar onde residem, para visitarem outros lugares que os atraem, tendo especial importância para a escolha dos destinos a existência de bons equipamentos, qualificação profissional e segurança, integrando esta os mais diversos domínios.

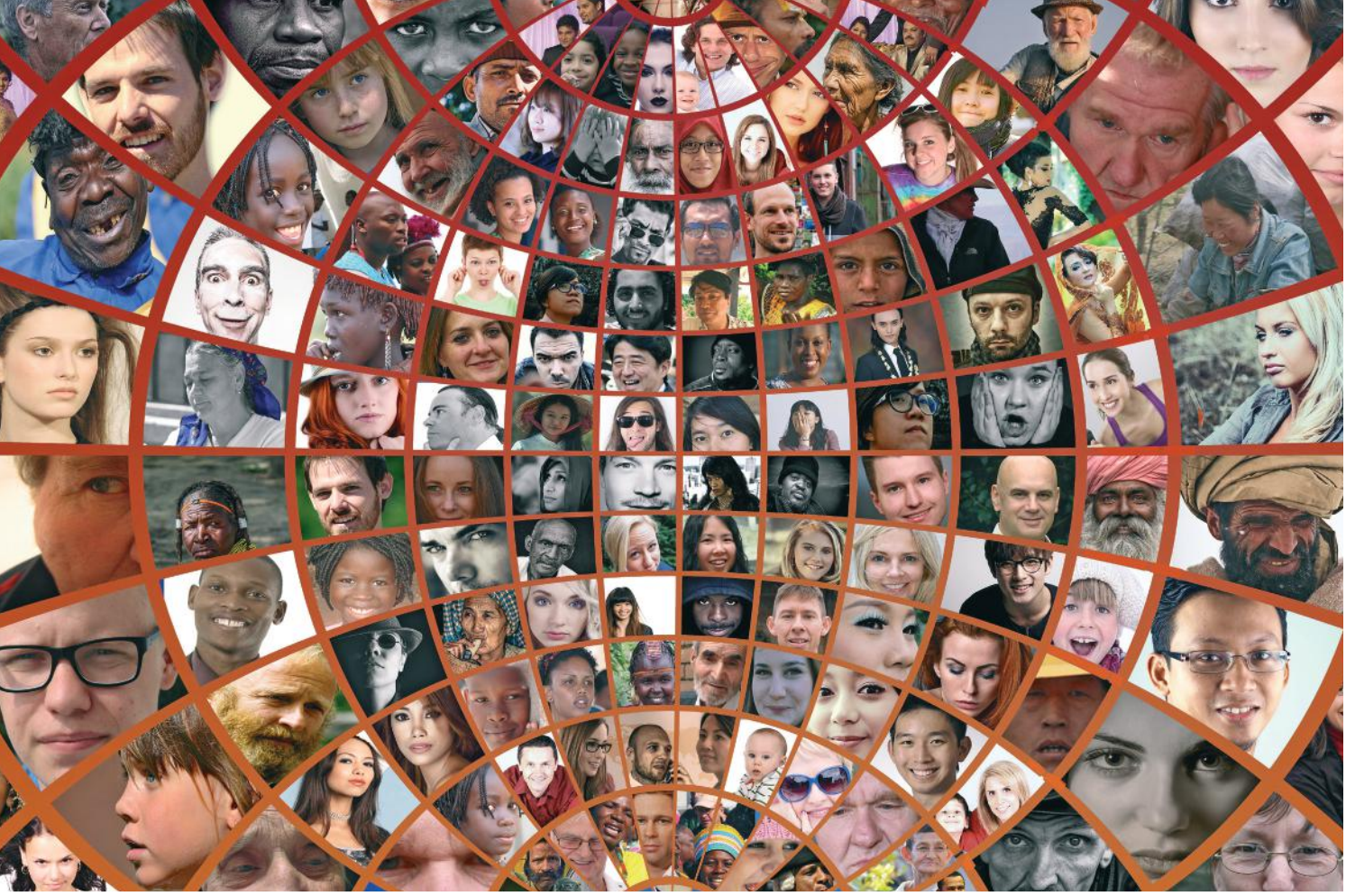
Portugal passou a ser um país mais procurado pelos turistas e para isso, entre outras causas, muito tem, com certeza, contribuído um fator muito positivo: a segurança. Segundo revela o Global Peace Index 2016, ocupamos neste momento a 5.ª posição na lista dos países mais seguros do mundo, o que nos torna mais competitivos. Com muito empenho por parte das forças e serviços de segurança, têm-se conseguido encontrar soluções credíveis e sustentáveis para garantir a segurança dos cidadãos e dos seus bens, o que é sempre um motivo de orgulho.

O espaço Schengen aboliu as fronteiras internas de 26 países europeus e permitiu a livre circulação de mais de 500 milhões de pessoas sem serem sujeitos a controlo de passaportes nas fronteiras comuns. Foi por isso necessário adotar um conjunto de medidas compensatórias para sustentar a abolição dos controlos nas fronteiras internas, designadamente ao nível do estabelecimento de controlos eficazes nas fronteiras externas, no reforço da cooperação entre os serviços de Polícia, Alfândegas e Justiça, e na criação do Sistema de Informação Schengen (SIS), uma base de dados comum aos 26 países que contém informação sobre pessoas desaparecidas, procuradas ou sujeitas a vigilância. Os países aderentes reforçaram também os controlos de pessoas e aduaneiros em qualquer ponto do seu território nacional, no âmbito do trabalho de rotina da polícia, das alfândegas ou dos serviços de controlo da imigração.

> Global Peace Index 2016: Portugal ocupa a 5.ª posição na lista dos países mais seguros do mundo

Ninguém se iluda: se desejarmos conciliar a liberdade de circulação e segurança, acautelando ou minimizando as eventuais ameaças, num território agora mais amplo, a solução terá necessariamente de passar pela aplicação perfeita destas medidas compensatórias.

O Serviço de Estrangeiros e



Fronteiras (SEF) é um serviço de segurança integrado no Ministério da Administração Interna (MAI) que, no quadro da política de segurança interna, tem por missão verificar as condições de permanência dos cidadãos estrangeiros em território nacional, em estreita articulação com outros serviços da Administração.

Para o cumprimento da sua missão, o SEF necessita de dispor de instrumentos que lhe permita conhecer o movimento de estrangeiros que entram em Portugal e proceder ao seu controlo, designadamente dos que entram e aqui ficam alojados, sem terem passado pelo controlo na fronteira externa.

A lei de imigração, Lei n.º 23/2007, de 4 de julho , com a sua atual redação, estipula no seu Artigo 16º, em articulação com o Art.º 45º da Convenção de Aplicação do Acordo de Schengen, que os responsáveis pelas empresas hoteleiras e similares têm que comunicar, sob pena de poder haver sanções penais ou pecuniárias, por meio de **boletim de alojamento**, ao SEF ou, nas localidades onde este não exista, à Guarda Nacional Republicana ou à Polícia de Segurança Pública, que depois os reencaminham para o SEF, o alojamento de estrangeiros, no prazo de três dias. Comunicação idêntica terá que ser feita após a saída, dentro do mesmo prazo.

O progressivo recurso às novas tecnologias conduziu à criação do sistema de informação de boletins de alojamento (SIBA), para utilização dos estabelecimentos, após registo junto do SEF.

Este sistema, que foi criado e é gerido pelo SEF, desmaterializou os Boletins de Alojamento e desburocratizou as relações entre o SEF e operadores nacionais. Este sistema veio permitir não só ao SEF, de uma forma moderna, agilizada e eficiente, controlar a presença de estrangeiros em Portugal, incluindo os nacionais dos outros Estados membros da União Europeia, assegurando um elevado nível e proteção desses mesmos cidadãos num espaço de Liberdade, Segurança e Justiça no território da União Europeia, mas também aos Estabelecimentos hoteleiros e similares, com a maior facilidade, comodidade e em condições de segurança, de acordo com as obrigações decorrentes da legislação sobre proteção de dados, dar cumprimento a uma obrigação legal, por via eletrónica, eliminando-se assim as comunicações em papel, via fax.

> o SEF necessita de instrumentos que lhe permita conhecer o movimento de estrangeiros

Só com projetos inovadores, assentes em tecnologia, onde o SEF tem sido pioneiro em algumas matérias, designadamente relacionadas com o controlo na fronteira externa e na segurança documental, e com coordenação entre todas as entidades competentes, envolvendo as área das informações, da segurança interna e da justiça, se conseguirá conciliar liberdade e segurança.

Este terá sempre de ser o caminho para se garantir a "segurança na hotelaria". ■

# SALÃO EQUIP'HOTEL MOSTRA TENDÊNCIAS COM O SEU STUDIO 16

Antónia Barroso
Jornalista

**Adaptabilidade, flexibilidade, polivalência, modulagem são palavras-chave para quem quer ter sucesso na nova Hotelaria.**

Ser capaz de se adaptar, ser polivalente e flexível de modo a conseguir responder às expectativas dos clientes que mudam conforme o momento ou o tipo de viagem é um dos caminhos para o sucesso e uma das grandes tendências identificadas durante a conferência internacional de apresentação do Salão *Equip'Hotel* que se realiza de 6 a 10 de novembro em Paris.

As novas tendências foram apresentadas em torno da grande novidade que o salão irá apresentar, o Studio 16, um espaço de três andares que poderia ser uma espécie de "*hotel pop-up*", não fosse o caso de ter o propósito único de ser um local de reflexão e de inspiração aos profissionais do sector mostrando o que de novo se faz no capítulo do alojamento e restauração, no que diz respeito a arquitetura, *design* dos diferentes ambientes, numa área vertical de 3.000 metros quadrados.

"O Studio16 é o grande projeto da edição deste ano da *Equip'hotel*", afirmou Corinne Ménégaux, diretora do salão de hotelaria e restauração que se realiza bienalmente no parque de exposições Porte de Versailles em Paris, durante a conferência de imprensa onde a Dirhotel foi a única revista portuguesa presente.

> o Studio 16, um espaço de três andares que será uma espécie de hotel efémero

O "hotel efémero, onde só falta poder dormir", tal como disse Corinne Ménégaux, ficará localizado no pavilhão 7 da feira e contou com a colaboração de um painel de 25 especialistas, entre *designers*, arquitetos, *chefs*, que cujos objetivos eram "analisar os desafios, partilhar a sua visão e agitar as convenções". Os profissionais deram as suas visões sobre o caminho da nova hotelaria e *catering* nos próximos três anos e criaram as principais áreas dentro de um hotel entre os quais o *lobby*, quarto, restaurante e "área de trabalho" num total de seis projetos. O fio condutor de todas as áreas e a todos os níveis é a polivalência para poder atender a diversidade dos clientes.

Cada espaço oferece soluções, ins-

Sogenave®
Food Solutions

# 40 anos a crescer
## ao serviço da restauração e hotelaria

Somos especialistas na compra, venda e distribuição de uma vasta gama de produtos alimentares e não alimentares de qualidade garantida.

Além da mais completa seleção de produtos alimentares: mercearia, bebidas, frutas e legumes, carne e peixe, também fornecemos produtos não alimentares como plásticos, papéis e detergentes.

A nossa frota, com dezenas de viaturas, assegura a distribuição a milhares de pontos de entrega em todo o território Nacional. Um serviço que é cuidadosamente planeado e executado de acordo com as necessidades específicas dos nossos clientes.

Porque o nosso sucesso é o sucesso dos nossos clientes, asseguramos um serviço sem falhas que lhe permite poupar tempo e dinheiro, fazendo o seu negócio crescer.

DIVELLA · Ceres The perfect place to grow juice · Garoto · AZTECA · MATILDE VICENZI

GRISBÌ · Fratelli Beretta 1812 · FRYTOP Óleo Vegetal Refinado Para Uso Profissional Gold · pivetti Saper Far Farina. · PONS

Vaté Grand-Mère · panealba · GRANAROLO · CARRETILLA · Quescrem

Campiello · Miguel & Miguel Porco Preto Qualidade e Prestígio · profiteroles · SALYSOL Snacks Since 1983 · LEYMARIE

Eurochefe · SPRING · DELLIZZIA Sabor Autêntico · Ultrafish · Pantrigo Tradicional

Prato Pronto · Arom café · frud · Tapada Ducal Vinho Regional · Castelo de Moças Vinho Regional · Monte da Cerca Vinho Regional

apcer ISO 9001 · apcer ISO 14001 · apcer ISO 22000 · IQNet Certified Management System

**SOGENAVE – Sociedade Geral de Abastecimentos à Navegação e Indústria Hoteleira,S.A.**

*Lisboa • Rua da Garagem, 10 • 2794-022 Carnaxide • Porto • Rua das Cardosas, n.º 1495 • S. Pedro Fins • 4425-510 Maia*

NORTE
910 019 320 / 220 406 945
SUL
912 899 275 / 210 420 063
www.sogenave.pt

Maquetas do lobby, o quarto e área de trabalho tipo biblioteca no Studio16

talações e equipamento que foram inspirados através da observação dos clientes. No primeiro piso do Studio16 irão estar as tendências para o exterior e o *lobby*.

Depois de uma jornada pela natureza num pátio cujo lema são as sensações e as experiências construídas em torno de um bar, os visitantes do Studio16 entram no *Lobby*, projeto da responsabilidade do arquiteto Jean-Philippe Nuel. Este espaço irá transformar-se cada vez mais num local para se viver, um "*lieu de vie*" onde não se faz apenas o *check in* ou o *check out*, sendo a fronteira entre o exterior e o interior cada vez mais ténue.

Com o advento do *check in* e *check out* digitais, a tendência será que a receção deixe de ser um ponto de paragem obrigatório para os clientes e por isso é muito possível que o seu tamanho seja substancialmente reduzido ou mesmo que desapareça. O desafio é descobrir como manter o contacto com o cliente. A ideia é oferecer um serviço com maior qualidade, em que os colaboradores estão mais concentrados nos serviços com maior valor acrescentado do que nos detalhes operacionais. Enquanto parte estrutural do *lobby*, a receção do futuro irá libertar mais espaço e isso irá colocar o bar como equipamento de referência na receção, ao mesmo tempo que se torna num local para relaxar, conviver e apreciar.

No projeto de Jean-Philippe Nuel, que trabalhou com dois paisagistas, o *lobby* apresenta-se como um espaço vivo que se funde com a sua envolvente. Transforma-se no local "onde as cidades e os hotéis se encontram". Na disposição escolhida pelo arquiteto responsável pelo projeto, o bar é a área chave para a confraternização, a confluência entre o exterior e o interior, e a receção, devido à desmaterialização do *check in*, oferece um contato mais próximo com os clientes. O *layout* da área favorece ainda a facilidade de poder ser alterado de modo a possibilitar outros usos durante o dia.

O projeto de Julie Gauthron, responsável pelas áreas de trabalho foi inspirado na diversidade de clientes e pelos novos estilos de vida que são cada vez mais flexíveis e móveis. Além do conforto e a iluminação, que são fundamentais na criação de uma área de trabalho fora de um escritório, as necessidades e hábitos menos formais destes trabalhadores têm que ser tidas em conta, por exemplo, querem um local onde podem consumir, ao mesmo tempo que se mantêm concentrados mas também querem ser estimulados.

Os hotéis são um desses locais uma vez que reúnem a funcionalidade, flexibilidade, conforto e serviço num só local. "Eles vão deixar o *Starbuck* para ir trabalhar para os *lobbys* dos hotéis", afirmou Julie Gauthron que reiterou a ideia do arquiteto do *lobby* quando diz que os *lobbys* serão cada vez mais moduláveis no futuro para permitirem adaptar o espaço aos diferentes momentos do dia.

O projeto desta artista plástica de formação reflete uma imagem polivalente para os espaços que podem transformar-se em salas para seminários, salões e restaurantes, com diferentes usos e temas, para quem utiliza o espaço de forma individual ou em grupo. Neste caso particular, o Studio16 apresentará um espaço de biblioteca.

Neste espaço, situado no segundo andar do Studio16, serão também apresentadas quatro tendências no *catering*, nomeadamente no que diz respeito a pequenos-almoços e *snacks* nos intervalos dos seminários.

Outra das tendências que a conferência de apresentação do Sudio16 revelou foi a procura do bem-estar na natureza e no espaço. Aqui a casa de banho no quarto ganha

EquipHotel 2016/Collectif Stéphane Laure

Alguns dos designers do Studio16

mais importância, assim como a cama é a peça central. Os espaços de arrumação alteram-se porque "os clientes não desfazem as suas malas", diz Guillaume Terver, responsável pelo desenho do quarto.
No fundo a base do projeto reflete quatro áreas vitais do quarto: camas, espaço de arrumação, quarto de banho e versatilidade. No chão estará desenhado um esboço que representa uma disposição *standard* que pode ser facilmente alterada.

EquipHotel 2016/Collectif Stéphane Laure

Conferência internacional EquipHotel 2016

As áreas de restauração estão contempladas no terceiro piso do Studio16 e divididas em três zonas que estarão abertas ao público durante a feira: o bar; o VIP Lounge, onde os visitantes poderão comer *snacks*, e o restaurante gastronómico denominado *Le Resto des Chefs*, uns a seguir aos outros, inspirados num tabuleiro de xadrez e que por um lado prestam tributo aos *terroirs* franceses e por outro celebram a alegria de viver, "combinando a funcionalidade com a poesia" criando um espaço. Nesta área recupera-se o conceito do balcão, conhecem-se as últimas tendências em termos de *design* de equipamentos como copos de cocktail, whisky e de cerveja.
No *Resto* des *Chefs* todos os dias haverá uma equipa diferente constituída por um *chef* com estrela Michelin e respetiva brigada, um empregado de mesa e um de vinho que a partir de uma cozinha aberta, irão criar um menu diário para 150 clientes. Os visitantes poderão acompanhar o serviço da brigada, uma vez que a tendência é ter uma cozinha cada vez mais aberta.
O salão de equipamento para a hotelaria e restauração realiza-se em novembro e conta com mais de 1600 expositores e cerca de 200 mil visitantes.
Além do Studio16, a edição deste ano conta com outras novidades como um corredor de compras e um conselho de "influenciadores". O objetivo é alterar "o prisma de como trabalham". ■

# DESAFIOS DA HOTELARIA PASSAM PELO SERVIÇO E PELA FLEXIBILIDADE

Antónia Barroso
Jornalista

**CORINNE MENEGAUX**
diretora do salão Equip'hotel

**Dirhotel - O conceito de hotelaria evoluiu muito e introduziu uma série de novidades mas no final, não deixa de ser um negócio de pessoas. Como é que define a hotelaria na atualidade?**
**Corinne Menegaux -** Penso que tem razão, no final é um negócio de pessoas. O mais importante é receber bem é sentir que o cliente se sente bem-vindo. Eu digo sempre que quando alguém escolhe um determinado local para estar é porque se sente no local certo para estar. Sente-se confortável, com a decoração certa porque é isso que ele espera, um bom serviço, com as pessoas certas e com a comida que lhe agrada. Mas uma pessoa não escolhe um local apenas por uma razão, seja ela a gastronomia ou outra. Escolhe por um conjunto de razões é por isso que é muito importante que tudo seja coerente, caso contrário não resulta.

**Dirhotel - O que acabou de dizer vai ao encontro do que disse na conferência desta manhã, que as pessoas querem sentir-se "em casa".**
**Corinne Menegaux -** Não sei se as pessoas querem sentir-se realmente como estão em casa. Eu quando vou a um hotel não quero sentir-me como se estivesse em casa. É diferente. Mas estamos à procura de algo que corresponde às nossas expectativas naquele momento e isso é uma dificuldade mas também uma oportunidade para os hoteleiros porque as expectativas mudam. Podem ser diferentes de um momento para outro. Se for em viagem de negócios e ficar num local e depois for com a família e ficar no mesmo local, as expectativas são diferentes por isso falávamos esta manhã sobre a multifuncionalidade. O local tem de ser flexível, adaptável e multifuncional e ser capaz de responder a todas as necessidades. Se conseguir fazer isso, será capaz de atrair toda a gente.

**Dirhotel - Então o futuro dos hotéis passa pela adaptabilidade...**
**Corinne Menegaux -** E flexibilidade! Muito focado na vivência, na experiência que se partilha e isso é muito importante porque se não se integrar isso no conceito será um problema.

**Dirhotel - Isso quer dizer que acabou a tendência dos hotéis temáticos?**

**Corinne Menegaux -** Eu não acredito nos hotéis temáticos, nunca acreditei porque acho que é uma moda. Resulta durante uns anos claro, mas não é um conceito pensado, inteligente e consistente. Pode resultar para algumas coisas, para eventos especiais, mas acredito não substitui um conceito pensado globalmente.
E não consigo acreditar que alguém vá para um hotel porque este tem um quarto chamado Marilyn Monroe ou coisa do género. Uma pessoa vai para um determinado hotel porque se sente bem ali, são bem recebidos, a comida é boa, pode conviver... vai-se pelo serviço.

**Dirhotel - Qual é o desafio principal desafio para a hotelaria de hoje?**
**Corinne Menegaux -** Penso que seja a flexibilidade e o serviço, porque quando uma pessoa sai de um hotel o que vai lembrar-se é do serviço e isso é um verdadeiro valor. O receber bem, um sorriso, sentir-se bem-vindo... não é magia, é uma atitude simpática, com um sorriso, e que é uma peça fundamental nesta indústria.
No que diz respeito à flexibilidade, é muito difícil para um hotel ou um restaurante responder a todas as necessidades dos clientes porque as expectativas deles mudam conforme os momentos. Os que o conseguem tem um sucesso grande. Antes um cliente queria luxo e ia comer ao restaurante de luxo, ia para hotéis de luxo e hoje o mesmo cliente pode querer ir para o Plaza e comer uma sanduiche... É uma mudança completa.

**Dirhotel - Qual será o impacto do Studio16 na Equip'Hotel?**
**Corinne Menegaux -** Esta será a primeira vez que vamos agrupar tudo no mesmo espaço, num estabelecimento, de forma a mostrar aos decisores tudo no mesmo local o que também dará mais consistência e mostra o panorama global e como os todos os ambientes funcionam em conjunto. Por isso é que criámos o Studio16 e digo que se todos os visitantes do Studio16 saírem de lá inspirados e com pelo menos uma só ideia será um êxito. Esse é o objetivo do Studio16.

**Dirhotel - Ao verificar a lista dos expositores vejo algumas dezenas de portugueses...**
**Corinne Menegaux -** Finalmente! Tivemos poucos expositores portugueses mas este ano temos bastantes e a lista cresce de ano para ano.

**Dirhotel - E visitantes portugueses?**
**Corinne Menegaux -** Também! Penso que estão no Top12 de países que visitam o salão. Portugal tem uma grande indústria do turismo por isso é importante para o sector vir à feira e não fica muito longe virem a Paris. ■

# **OMT DEFENDE** MELHORIA DA QUALIDADE DO EMPREGO NO TURISMO

**De acordo com o Secretário-Geral da Organização Mundial do Turismo, Taleb Rifai, 70% dos jovens que estudam Turismo acabam por trabalhar noutra área, o que considera um "investimento perdido e uma desgraça" por isso é imperativo "melhorar a qualidade do emprego" sendo esse um dos maiores desafios do Turismo.**

A afirmação, publicada no Europa Press e no 20minutos, foi feita durante o fórum "Lidera Málaga". O Secretário-Geral atribui o desinteresse a duas razões: ao número de horas que se trabalha e à sazonalidade. "No turismo trabalham-se muitas horas e estas têm de ser pagas" e a sazonalidade.

É preciso atacar a raiz do problema, diz Taleb Rifai, citado pelo Europa-press, para que os trabalhadores do sector possam dedicar-se a este mais do que cinco ou seis meses ao ano, acrescentando que "não há razão para que se tenha uma temporada baixa quando existem países que operam 14 meses ao ano e não 12".

O secretário considera que o turismo pode e deveria criar melhores empregos defendendo que o sector é um dos sectores mais importantes para a economia se não o mais importante. Taleb Rifai vai mais longe e defende que o Turismo é uma forma de vida e deveria ser mesmo um Direito Humano. Segundo os dados apresentados pela OMT no fórum, o Turismo representa 10% do PIB mundial e 7% do comércio internacional total vem do sector. "Nunca viajaram tantas pessoas de todo o mundo apesar dos obstáculos e das barreiras", admitindo que "praticamente não há um lugar que não se visite atualmente".

> o turismo pode e deveria criar melhores empregos

Outras das propostas para impulsionar o turismo passa pela criação de um *cluster* de experiências. O responsável da OMT defende que não se pode depender apenas de um segmento, como o turismo gastronómico, de compras ou de saúde. Devem unir-se todos os nichos.■

# **FUNDAÇÃO UNWTO.THEMIS** EM PROL DA FORMAÇÃO

**O sucesso do turismo como um sector de serviços depende largamente da qualidade, por isso é crucial ter uma mão-de-obra qualificada e motivada. O turismo é principalmente um negócio de pessoas, e a qualidade das interações entre o turismo e pessoal do sector do turismo tornou-se um dos componentes mais importantes da experiência geral do turismo.**

A educação e a formação são fatores chaves no desenvolvimento do turismo sustentável, proporcionando a pessoas de todos os níveis de aptidão, competências importantes para assumirem uma responsabilidade ativa. O estudo do turismo é relativamente recente e continuam a existir intervalos entre a educação e formação disponíveis e as verdadeiras necessidades do sector, ao mesmo tempo que novos desafios emergiram, que necessitam de formação contínua daqueles que já estão a trabalhar no sector.

A Fundação UNWTO.Themis é o órgão responsável pelo trabalho da OMT no campo da educação e formação, proporcionando aos estados membros da organização avaliação relacionada com a formação e educação, orientação estratégica e formação especializada para aumentar a competitividade e sustentabilidade dos seus sectores do turismo.

Com sede em Andorra, a fundação UNWTO.Themis opera quatro programas: UNWTO Strategy, UNWTO. Capacity, UNWTO. Volunteers e UNWTO.TedQual..■

# A ADHP AGRADECE A COLABORAÇÃO ÀS SEGUINTES EMPRESAS

| | | |
|---|---|---|
| A62 AMENITIES EXCLUSIVOS SA PORTO / MADRID | atrian BAKERS | DELTA CAFÉS |
| Sealed Air Diversey Care | host Hotel Systems algardata | IT BASE ¦ WAREGUEST WWW.WAREGUEST.ITBASE.PT |
| KELLY SERVICES | LOUSANI Luxury Amenities www.lousani.pt | MEDIAPEARL COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS, LDA. |
| ORACLE HOSPITALITY | PSG Segurança Privada | Roca |
| SEGUR - FOGO | Workcare A saúde da sua empresa. | |

# ESHTE CUMPRE 25 ANOS
## COM OLHOS POSTOS NA INTERNACIONALIZAÇÃO DA OFERTA

Raul Filipe e Sancho Silva, presidente e vice-presidente da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril disseram à Dirhotel quais as principais iniciativas que vão acontecer ao longo do ano e levantam um pouco o véu do futuro que passa pela possibilidade começar este ano com disciplinas oferecidas em inglês e mais tarde pela oferta de cursos bilingues em português e inglês.

**Dirhotel - Qual é o balanço que fazem destes 25 anos da ESHTE?**
**Raul Filipe** – Foi uma escola que começou com menos de 100 alunos e com 3 bacharelatos e que neste momento tem mais de 2000 alunos, divididos por 5 licenciaturas, vários cursos de mestrado, pós-graduações, curso de doutoramento. A procura é ótima, este ano para 430 vagas tivemos cerca de 2500 candidatos, ou seja mais de 2000 ficam de fora.

**Dirhotel - A triagem é feita através da nota?**
**R.F.** – Sim, a escola é completamente asséptica a essa situação. Os alunos inscrevem-se através do gabinete de ingresso no ensino superior e entra-se nesta escola como se entra em qualquer outra instituição de ensino superior. São colocados pelo gabinete. Penso que a média mais baixa de entrada deverá rondar os 13 valores.

**RAUL FILIPE E SANCHO SILVA**
Presidente e Vice-Presidente da ESHTE

aquilo que nos dá muito prazer são os prémios que recebem os nossos alunos

Sancho Silva e Raul Filipe, vice-presidente e presidente da ESHTE

**Dirhotel - Podemos dizer que é um balanço positivo...**

**Sancho Silva** – Em termos de candidaturas de alunos podemos dizer que é positivo. De facto nestes anos a evolução na oferta foi significativa, adaptando-se às novas exigências e necessidades do próprio Turismo e a procura tem correspondido muito bem.

Falando nos 25 anos, no decurso deste tempo a escola marcou, tem hoje uma imagem perfeitamente consolidada junto do sector e entendemos que ao nível da procura e da atratividade que vem evidenciando em todos os seus cursos, tem uma estabilização e uma situação muito favoráveis em termos de posicionamento de escola. Em termos da nossa ação principal que é a formativa, penso que o balanço é altamente favorável.

**R.F.** – Aliás como sabe estamos numa situação em que a demografia não ajuda, a maior parte das instituições de ensino superior debate-se com falta de alunos e nós nunca tivemos tantos alunos de primeiro (licenciatura) e de segundo ciclo (mestrado) como agora. Nunca tivemos tantos alunos de mestrado e doutoramento como agora.

Aliado a isso, aquilo que nos dá muito prazer são os prémios que recebem os nossos alunos. Este ano o melhor diretor de agências de viagens de lazer nos prémios Amadeus foi um antigo aluno nosso, pelos prémios da ADHP tivemos dois finalistas para melhor jovem diretor de hotel, tendo ganho um deles e também o melhor diretor de hotel foi nossa aluna, pela primeira entregue a uma mulher. O vencedor do concurso *Chef* de Cozinha do Futuro, que já tinha uma estrela Michelin, também foi nosso aluno. Ou seja a noção que temos é que cada vez mais os alunos da ESHTE estão a ser considerados. Há 20 e tal anos quando entrei para a escola, uma das minhas funções era visitar estagiários e uma das coisas que me perguntavam com alguma sobranceria sobre o ensino superior na área do turismo, era quantos diretores de hotéis tínhamos, quantos prémios, e eu dizia que começamos há 3 ou 4 anos, que tínhamos poucos... agora já me podiam perguntar que nós enchíamos o peito porque já temos alunos pelo mundo, nos cinco continentes, desde diretores de châteaux a diretores de multinacionais.

**S.S.** - Em complemento a este sucesso a que o Raul se refere, há um dado muito importante. Segundo os dados do Ministério, a nossa escola tem um índice de empregabilidade de 95%. Penso que é um fator muito importante na distinção da nossa escola. Os alunos sabem que vêm para cá, têm uma preparação laboratorial, quer ao nível da hotelaria, da restauração ou animação turística ou agências de viagens, e isso faz com que tenham uma proximidade grande ao mercado de trabalho. Por outro lado, os nossos planos curriculares ao integrarem disciplinas obrigatórias de estágio, fazem com que os alunos todos os anos tenham onde praticar nas empresas do sector. Isso não só é uma janela de oportunidades que se abre aos alunos de poderem ficar nessas empresas, como também lhes dá uma bagagem de prática muito importante.

**R.F.** – Aliás às vezes estou em reuniões em certas instituições de ensino superior que se debatem com a falta de locais para acolhimento dos estagiários. Connosco passa-se precisamente o contrário. Temos anualmente um Fórum Carreiras onde convidamos várias empresas do sector e muito dificilmente uma empresa que não venha nesse dia consegue depois ficar com estagiários nossos porque a procura pelos nossos estagiários é muito superior ao número de estagiários que temos. São alunos muito preparados para lidar no terreno. Não só a preparação é diferente como a postura. São alunos que têm a noção de que o turismo é uma vida dura. Não vale a pena virem com a perspetiva romântica porque é duro realmente.

**Dirhotel – Acaba por ser um paradoxo, é uma indústria do lazer, mas as pessoas que trabalham nela não têm uma vida fácil.**

**S.S.** – Durante muitos anos correu essa ideia de que as pessoas que trabalhavam no turismo eram privilegiadas, que viajavam muito, que era uma vida sagrada... é um erro porque de facto, a maior parte dos empregos no turismo são na receção dos turistas. São empregos bem duros em que as pessoas têm que estar permanentemente na sua atividade muitas vezes até prescindindo de fins-de-semana e descanso com a família.

**R.F.** – Na prática estamos em contra horário. Para que os outros possam ter ceias de Natal ou de Ano ou férias em agosto, alguém tem que estar a trabalhar para eles. É um mundo completamente diferente.

estamos a desenvolver o Museu Virtual do Turismo, perante a dificuldade de termos um Museu físico do turismo

**Dirhotel – Voltando ao aniversário, que iniciativas é que foram feitas ou estão a pensar fazer?**
**S.S.** – Foram feitas muitas iniciativas. Nós pretendíamos que as comemorações dos 25 anos abrangessem todo o ano civil de 2016, de maneira que desde janeiro e até ao final do ano temos um programa variado de eventos, destinados não só à comunidade escolar, mas também dedicado a todos os *stakeholders* do turismo com quem interagimos de diferentes maneiras, dedicado também aos atores mais locais desta região. Tentámos criar um programa que tocasse vários pontos. Desde atividades culturais, científicas, atividades com carácter mais lúdico e recreativo, sessões solenes e oficiais, produção de obras que estão associadas aos 25 anos da escola. Nesta última componente, nos livros, é algo que fica para o futuro. Estamos a concluir um livro mais institucional sobre os 25 anos da escola com o Carlos Torres, é ele que está a centralizar a produção, faz um pouco o balanço histórico destes 25 anos, com os contributos das várias presidências, foi feito um esforço para não marginalizar ninguém. Ou seja ouvimos todos os presidentes desta escola, todos os elementos que por aqui passaram, para nos darem a sua perspetiva relativamente à evolução ocorrida. Depois temos um livro sobre o planeamento turístico que derivou de várias contribuições de docentes da escola e de outros especialistas de turismo também nessa área, portanto é uma publicação feita pela escola. E temos também uma publicação mais técnica, virada para a hotelaria e restauração também feita a partir da compilação de um conjunto de artigos desenvolvidos pelos nossos colegas nessas áreas e também por alguns especialistas que foram convidados a participar, dando os seus pontos de vista em determinadas áreas.
Ao nível das sessões oficiais, tivemos dois momentos mais altos que já ocorreram. O ponto mais solene foi no dia 26 de maio que é o Dia da Escola, consagrado nos estatutos onde tivemos as duas secretárias de Estado, quer a do Ensino Superior quer a do Turismo, tivemos uma comunicação do ex-Presidente da República Jorge Sampaio que só não esteve presente porque tinha sido sujeito a uma intervenção cirúrgica. Nessa sessão aproveitámos para homenagear as pessoas que neste decurso justificavam ter o devido reconhecimento. Estamos a falar de funcionários, quer docentes quer não docentes, mais antigos, os antigos presidentes não só da escola mas dos diferentes órgãos que a escola tem, o conselho técnico-científico, o conselho pedagógico, a comissão instaladora da escola, a grande impulsionadora da escola, o professor Licínio Cunha que na altura era o Secretário de Estado do Turismo e que também homenageámos, o Dr. Vitor Neto, SET a quem a escola também está ligada, foi um defensor da escola, homenageámos também o sr. Celestino Domingues, com quem a escola tem uma dívida de gratidão forte porque ele deixou para a escola todo espólio que possuía em termos de documentação do turismo. Isso tem isso algo que enriqueceu particularmente o acervo que temos na biblioteca, como também nos permitiu arrancar para projetos que tiram partido dessa informação.

**Dirhotel - Que tipo de projetos?**
**S.S.** - Neste momento estamos a desenvolver um projeto que se chama Museu Virtual do Turismo, perante a dificuldade de termos um Museu físico do turismo, a ideia é ter um sistema onde seja possível visitar, ter imagens das várias regiões, de filmes promocionais, de aspetos marcantes na evolução do turismo.

**Dirhotel - Este museu não poderá vir a tornar-se físico?**
**S.S.** - Poderá sempre, mas será difícil porque o Turismo é uma atividade que tem muitas peças que, por exemplo, são propriedade de determinadas pessoas e não será fácil que as pessoas disponibilizem as peças para serem colocadas em Museus, algumas porque estão em hotéis. Se conseguirmos através do Muvitur é uma forma de dar visibilidade e promover as peças sem haver problemas de direitos, de levar as peças...

**Dirhotel - Já há alguma data?**
Já foi feita uma apresentação, no início de junho, relativamente ao sistema, mostrámos a solução informática existente, os parceiros com quem estávamos a trabalhar porque o projeto é ainda mais ambicioso. Passa também por ligações internacionais de determinadas escolas e outras entidades que gostavam de dar a este museu uma dimensão ainda maior e fizemos a apresentação. Neste momento o projeto está a andar e com certeza que nos vamos candidatar a um programa para podermos usufruir desses apoios para podermos avançar para as etapas seguintes.

**Dirhotel - Relativamente aos cursos, quais são os mais procurados? Imagino que seja o de gestão hoteleira...**
**R.F.** – É de facto o de gestão hoteleira, mas

todos têm bastante procura, temos mais de 2500 candidaturas para 438 vagas. Somos considerados a instituição de referência e isso é importante para nós.

**Dirhotel - A escola é pública, certo?**
**R.F.** - Sim, mas enquanto uma universidade é constituída por uma série de faculdades e um instituto politécnico é constituído por um conjunto de escolas superiores, existem cinco escolas superiores em todo o país que não são integradas e a ESHTE é uma deles, a par das três escolas de enfermagem, Lisboa, Porto e Coimbra e a Escola Náutica Infante D. Henrique. O que significa que respondemos diretamente à tutela.

**Dirhotel - O que é que preciso mudar na formação do turismo?**
**S.S.** - Sendo Portugal um país de turismo, de facto o turismo é encarado como muito importante, tanto no impacto económico como noutros domínios, penso que justifica ter uma estratégia para formação e educação em conformidade com esse princípio. Sabendo nós que no turismo as coisas mudam com muita velocidade, que há uma competição muito forte entre os vários destinos, que os turistas têm vindo a alterar os seus perfis, os seus gostos, as suas motivações, ora o ensino do turismo deve ser canalizado precisamente para dar uma resposta efetiva nesse sentido. Se Portugal quer continuar a ser um país bem sucedido ao nível do turismo, e sabendo nós que a formação tem um papel importantíssimo, que é um elemento que os turistas muito valorizam nas suas estadas, não há dúvida que a organização do estudo do turismo tem, na nossa perspetiva, de ser um pouco repensada.
Olhamos o ensino profissional, há uma grande profusão de escolas, há a rede que provavelmente é a que tem mais qualidade que é a do Turismo de Portugal, mas depois há cursos do IEFP, há cursos de escolas privadas do turismo, e nota-se a concentração de cursos em áreas reduzidas. Praticamente dá-se cursos do mesmo em todo o sítio. Na minha perspetiva, e indo ao encontro da necessidade de diversificação que o país tem que dar resposta ao nível turístico, também na parte da formação, os cursos nas diferentes regiões, deviam ter uma maior aderência às características das diferentes regiões. Acho que ao nível profissional era importante trabalhar nesse sentido. Depois a articulação entre o nível profissional e o nível superior, para um aluno que entra para o nível profissional poder ter uma perspetiva de carreira até ao fim e essa articulação, na minha perspetiva, não está a ser feita. Poderá ser amplamente melhorada. Ao nível do ensino superior também se verifica um pouco o que acontece no ensino profissional. São muitas escolas a darem o mesmo tipo de cursos, ou até tentarem dar o mesmo tipo de cursos mas não conseguem.

> a organização do estudo do turismo tem, na nossa perspetiva, de ser um pouco repensada

**Dirhotel - Mas a Secretária de Estado do Turismo tem como uma das suas bandeiras os Recursos Humanos e o Presidente do Turismo de Portugal é quem tem o dossier das escolas de turismo.**
**R.F.** – Devo dizer que quando agraciamos as diversas personalidades do turismo, a Secretária de Estado do Turismo foi uma delas, e ela teve uma atitude que achei de louvar. O galardão que foi atribuido está no meu gabinete porque ela disse que quando conseguisse resolver o problema das nossas instalações vinha busca-lo. Foi agradável porque pela primeira vez um político em funções assumiu publicamente que

queria resolver a questão das instalações, por isso nós estamos à espera que haja uma alternativa qualquer que viabilize o sucesso das duas escolas (ESHTE e a Escola de Hotelaria e Turismo do Estoril que pertence à rede das escolas do Turismo de Portugal) que funcionam no mesmo edifício. Precisamos de resolver esta questão até para poder voar mais alto.
É importante começarmos a funcionar em termos internacionais. Daí que vamos tentar arrancar este ano com algumas disciplinas em inglês, recebemos muitos alunos de outros países, enviamos também muitos, é muito importante para eles terem uma experiência internacional. Vai ser importante termos algumas disciplinas em inglês podendo no futuro haver cursos oferecidos em inglês e português também. ■

Carlos Botelho
Inst. Sup. de Ciências Sociais e Políticas - Universidade de Lisboa

# O PAPEL DAS EMOÇÕES NAS ATITUDES

**O papel das emoções do orgulho, gratidão e paixão na exibição por parte das pessoas de atitudes e comportamentos críticos para o sucesso das organizações**

## Propósito

Este estudo procura analisar a influência de um trio de emoções que marcam o essencial da vida emocional em contexto organizacional, a saber, o orgulho, a gratidão e a paixão. As quais se focam naquilo que pode ser definido como os três alvos principais da vida organizacional. Em concreto, a própria organização como um todo, as pessoas com quem interagimos regularmente no espaço organizacional, seja na qualidade de colegas ou de managers, e, o trabalho desenvolvido no âmbito das funções que nos estão atribuídas.
Por outro lado, o estudo vai igualmente aprofundar o conhecimento disponível sobre as associações existentes entre o domínio das reações emocionais e a base afetiva de algumas atitudes organizacionais reconhecidas como críticas para o sucesso das organizações. Encontram-se nesta condição o comprometimento organizacional afetivo, as relações de confiança afetiva, e, o envolvimento com o trabalho ("work engagement").
E, por último, verificar se quer as emoções quer as atitudes na sua componente afetiva influenciam positivamente um conjunto de fatores criticos do sucesso organizacional: a exibição de comportamentos de suporte interpessoal e organizacional, a existência de um nível elevado de bem-estar psicológico relacionado com a vida profissional e ainda uma menor intenção de saída das organizações onde trabalhamos.

## Desenho e Metodologia

Foi desenvolvido e testado um modelo que considera as três emoções – orgulho, gratidão e paixão, as três atitudes – comprometimento organizacional, confiança interpessoal e envolvimento com o trabalho, e como consequentes organizacionais, os comportamentos de suporte interpessoal e organizacional, o bem-estar psicológico e a intenção de saída.
Foram recolhidos dados por meio de questionário respondido por 350 indivíduos a trabalharem em mais de duas dezenas de unidades hoteleiras.

> Os dados indicam ser possível criar duas variáveis agregadas, uma para o trio de emoções e outra para o trio de atitudes

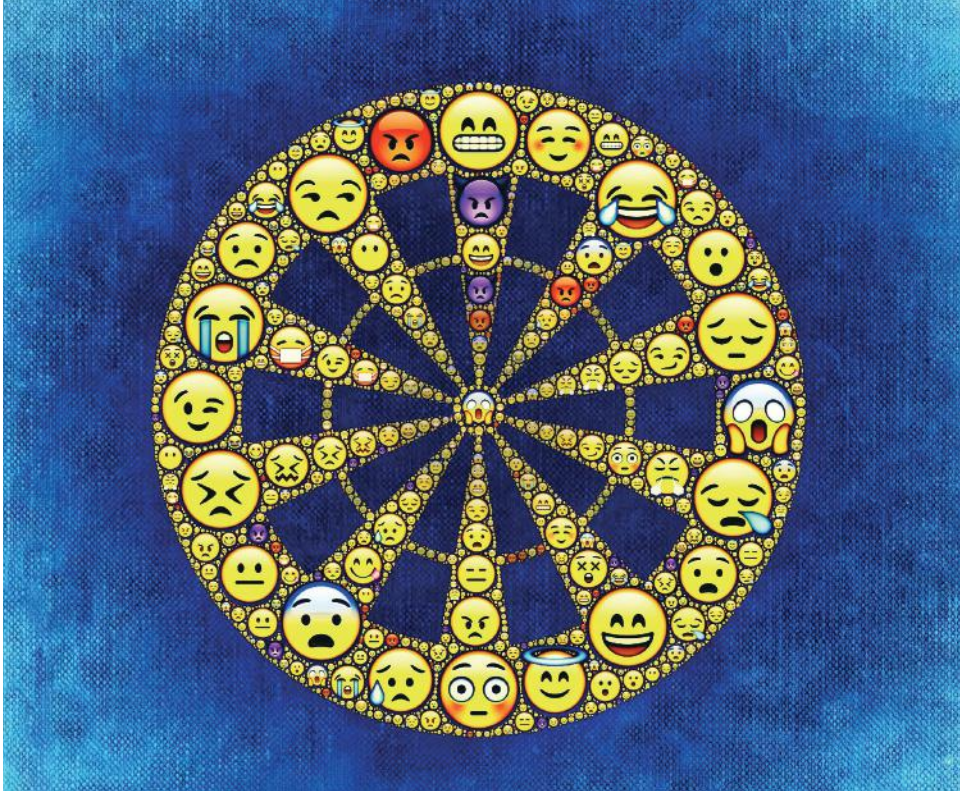
## Evidências

Os dados indicam ser possível criar duas variáveis agregadas, uma para o trio de emoções e outra para o trio de atitudes. No primeiro caso, a variável global das emoções organizacionais – orgulho, gratidão e paixão, resulta do efeito combinado da gratidão .42, paixão .38, e, orgulho .36. E, no outro caso, a formação da variável agregada das atitudes afetivas – comprometimento organizacional, confiança interpessoal,

e, envolvimento com o trabalho, resulta dos efeitos respetivamente de .41, .43 e .35.

Os resultados mostram que a associação existente entre o trio de emoções organizacionais – orgulho, gratidão e paixão, e o trio de atitudes organizacionais na sua componente afetiva – comprometimento com a organização, confiança interpessoal e envolvimento com o trabalho, é positiva, estatisticamente significativa e com uma magnitude moderada a elevada. Mais especificamente, face aos comportamentos de suporte interpessoal e organizacional, uma variância total explicada de .63 (trio de emoções .36 e trio de atitudes .31); ao bem-estar psicológico, uma variância total explicada de .67 (trio de emoções .29 e trio de atitudes .45); e, quanto à intenção de saída, uma variância total explicada de .68 (trio de emoções .33 e trio de atitudes .42). Em qualquer um destes casos foi demonstrado com recurso ao teste de Sobel que existe um efeito de mediação parcial das emoções organizacionais nos consequentes através das atitudes organizacionais.

Em síntese, podemos referir que o modelo testado com base no trio de emoções – orgulho, gratidão e paixão, e o trio de atitudes organizacionais na sua componente afetiva – comprometimento organizacional, confiança interpessoal e envolvimento com o trabalho, se revela adequado face aos dados obtidos e válido em termos de explicar a variância encontrada nos consequentes organizacionais dos comportamentos de suporte interpessoal e organizacional, bem-estar psicológico e intenção de saída.



## Implicações práticas

Este estudo disponibiliza mais um contributo para reposicionar o domínio dos afetos entre os temas importantes para a gestão e em especial a gestão de recursos humanos. A dimensão afetiva, seja na perspetiva da expressão de determinadas reações emocionais (aqui foram analisadas o orgulho, a gratidão e a paixão), ou na formação da componente afetiva das atitudes organizacionais (no caso, o comprometimento organizacional, a confiança interpessoal e o envolvimento com o trabalho), demonstrou ser um preditor relevante para um conjunto de fatores facilitadores do sucesso organizacional. Desde logo, através da demonstração de comportamentos de suporte interpessoal e organizacional os quais são facilitadores do desempenho individual e coletivo (Griffin, Neal e Neale, 2000; LePine e Erez, 2002; Organ e McFall, 2004). Depois pelo facto de contribuirem para elevar o nível de bem-estar psicológico ou subjetivo de natureza profissional, o qual remete para um tema que continua a estar presente nas discussões acerca dos afetos em contexto organizacional e que está associado à ideia de que uma pessoa feliz é uma pessoa produtiva (Lucas e Diener, 2003; Wright, Cropanzano, 2004; Wright, Cropanzano e Bonett, 2007). E, por último, mediante a influência que têm na construção da intenção de saída das organizações. Fator especialmente critico num contexto de um mercado de trabalho muito competitivo.

> Este estudo disponibiliza mais um contributo para reposicionar o domínio dos afetos entre os temas importantes para a gestão e em especial a gestão de recursos humanos

Do ponto de vista mais aplicado, os resultados proporcionam aos gestores um modelo para intervirem nas organizações, bem como sublinham a importância de alargar a forma da gestão conceber aquilo que é importante, estabelecendo uma ponte entre um discurso mais técnico e racional e muito assente na adopção das assim referidas como boas práticas de gestão, e uma análise mais humana e personalizada dos fenómenos organizacionais, onde as emoções e as atitudes organizacionais na sua vertente afetiva, são reconhecidas e adoptadas enquanto variáveis criticas para o sucesso das organizações. ■

# ADHP MANTÉM LUTA PELO DIRETOR DE HOTEL

**O novo hotel Palácio do Governador em Belém foi o cenário para a tomada de posse dos órgãos sociais da ADHP para o triénio 2016-2019 onde o presidente reeleito, Raul Ribeiro Ferreira confirmou o desígnio de manter a luta pelo regresso da figura de diretor de hotel, extinta por decreto.**

"Se não conseguirmos convencer a secretária de Estado e outros parceiros de que um hotel tem de ter um diretor, então teremos de admitir que falhámos", disse Raul Ribeiro Ferreira no seu discurso de tomada de posse a 11 de maio.
A reversão da desregulamentação da profissão de diretor hoteleiro tem sido uma luta diária da direção da ADHP e que os recém-empossados, liderados pelo presidente, pretendem continuar, tendo já iniciado trabalhos, nomeadamente no que diz respeito aos Recursos Humanos. Neste sentido a ADHP apresentou uma proposta à secretária de Estado do Turismo, Ana Mendes Godinho, para que os recursos humanos passem a integrar os critérios de classificação hoteleira.
Neste novo mandato a ADHP continua a apostar na formação e na certificação, proporcionando ferramentas que levem os profissionais a serem diretores de hotel dos tempos atuais, isto é, pessoas que devem estar muito mais atentas às crises económicas, às alterações culturais, aos novos mercados emergentes, às novas modalidades de educação, aos novos canais de venda e de distribuição, às mudanças nos transportes, às novas tipologias de alojamento, aos nichos de mercado, para poder valorizar o seu próprio produto. "Este é o diretor de hotel em que a ADHP acredita e quer ajudar a construir", afirmou Raul Ribeiro Ferreira. O presidente reeleito lembrou ainda que o trabalho desenvolvido pelos diretores de hotéis é responsável em parte pelos bons resultados que a hotelaria tem vindo a conseguir. Esse facto servirá para explicar aos empresários que há profissionais devidamente habilitados para estarem à frente de uma unidade e tirar o máximo de rentabilidade desta, ao contrário do que pode acontecer se optarem por outras pessoas que, embora possam ser mais baratas a *priori*, acabam por custar diariamente muito dinheiro à unidade. ■

**Corpos Sociais ADHP**

**ÓRGÃOS SOCIAIS PARA O TRIÉNIO 2013 – 2016**

| | |
|---|---|
| **Assembleia Geral** | |
| Presidente | José Portugal Catalão |
| 1º Secretário | Henrique Pontes Lopes |
| 2º Secretário | Sérgio Renato das Neves Simões |
| **Direção** | |
| Presidente | Raúl dos Santos Ribeiro Ferreira |
| Vice-Presidente | Fernando Miguel Farropas Garrido |
| Secretária | Ana Cristina Soares Reis Afonso Beatriz |
| Tesoureiro | Paulo Jorge Ferreira Cabaças Lopes |
| 1º Vogal | José João Jordano Serrano |
| 2º Vogal | António Manuel da Silva e Melo |
| 3º Vogal | Marco Aleixo Pinto Moura da Silva |
| 4º Vogal | Nuno José Rodrigues Rasteiro |
| **Conselho Fiscal** | |
| Presidente | Fernando Mateus Dias Carvalho |
| 1º Secretário | Carlos Ferreira da Costa |
| 2º Secretário | Maria da Luz Deslandes Pinto Basto |

# **CONCLUSÕES** DO CONGRESSO 2016

Caros Associados
Junto transcrevemos as principais conclusões nos temas a debate durante o XII Congresso Nacional da ADHP nos passados dias 13 e 14 de Abril em Lisboa:

## 1. 8 ANOS DE LEGISLAÇÃO HOTELEIRA – BENEFÍCIOS E CONSTRANGIMENTOS

No rescaldo destes 8 anos, poderemos afirmar que a legislação hoteleira, trouxe como grande benefício, a garantia de uma oferta de um produto hoteleiro de melhor qualidade, fruto da necessidade regular de reclassificação das unidades.
Como constrangimentos foram identificados os casos de algumas incongruências entre a atual realidade do mercado e as algumas exigências da legislação. A título de exemplos foram abordados os casos da necessidade de empresas certificadas para algumas áreas como é o caso do cliente Mistério, onde a lei não é clara na certificação exigida e o caso da limpeza de colchões, onde para além de não ser claro a certificação exigida, não salvaguarda os casos das unidades que usam sobre-colchões (cada vez mais usual), aos quais não é exigida a obrigatoriedade de higienização dos mesmos. Existe a necessidade de clarificar este tipo de detalhes.
Outro dos pontos que a maioria do mercado está contra é a possibilidade de ausência de classificação por estrelas, que originará a confusão ao cliente, no momento da seleção entre a oferta disponível. Na opinião da maioria dos presentes, o mercado ainda não está suficiente amadurecido, para implementar este tipo de solução.
Por outro lado, foi identificado uma oportunidade numa futura alteração legislativa da portaria 309/2015 que regulamenta a classificação dos empreendimentos turísticos integrando uma área de pontuação dedicada especificamente aos recursos Humanos.
A ADHP já apresentou à Secretaria de Estado de Turismo, uma proposta de inclusão na qual propomos a majoração na pontuação final da classificação das unidades que possuam Recursos Humanos com formação específica na área de hotelaria e turismo (quer formação superior, quer intermédio).

## 2. FORMAÇÃO EM GESTÃO HOTELEIRA - EXPERIÊNCIAS E TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS

Foram apresentados diferentes exemplos de modelos de formação superior, por uma escola Nacional e três internacionais, no qual ficou provado, que nem tudo está mal, na formação em
Portugal, ficando, no entanto, visível que há trabalho a fazer no sentido de unificar otimizando soluções entre a formação nacional e internacional, através de *benchmarking* entre as principais referências de formação hoteleira.
Foi realçada a necessidade de novas metodologias, meios e métodos necessários para a geração 'millenial', assim como uma formação de profissionais no activo com máxima flexibilidade e interacção tendo-se considerado o networking como factor primordial na formação avançada.
Por fim, o caráter fundamental da componente prática, impossível de substituir por qualquer ferramenta, seja pelas atividades realizadas na escola, seja pelos estágios – algo que sempre distinguiu esta indústria – eleva a importância da interação com os hotéis, seja através de formadores que estejam no ativo, seja através da realização dos estágios.

## 3. A SEGURANÇA - FATOR CHAVE NA ATRATIVIDADE DE UM DESTINO

Sendo um dos temas mais sensíveis da atualidade, não fugindo à regra, no congresso da ADHP as conclusões deste painel cingiram-se aos congressistas presentes neste painel, podendo referir-se apenas que apesar de sermos uns pais seguro, cabe-nos a nós e às nossas equipas, trabalharmos em conjunto com as autoridades ligadas à Segurança Nacional, de forma garantirmos a manutenção deste nível de segurança.
Foi apresentada uma clarificação de conceitos e caracterização da ameaça terrorista e realçada a importância dos hotéis na área da segurança devido à mobilidade dentro do espaço Schengen.
Na apresentação a cargo do SEF alertou-se para a necessidade do envio atempado e correto da informação havendo ferramentas e os canais disponíveis para introdução/disponibilização de dados
Foi realçada também a importância dos funcionários de andares na identificação de potenciais factores de risco e a necessidade de formação informação de todo o staff, incluindo o staff em regime de *outsourcing*.

### 4. QUANTO VALE UMA ESTRELA MICHELIN – NOTORIEDADE VERSUS RENTABILIDADE

Neste painel realçou-se que a necessidade da abordagem a adoptar relativa à manutenção de uma estrela Michelin tem de ser ganha todos os anos e não somente mantida pelo que a estratégia deve ser sempre orientada à excelência do produto/serviço e não à estrela em si.

Relativamente à rentabilidade dos restaurantes com estrela Michelin foi defendido que os mesmos podem ser autossustentáveis, sendo que devem beneficiar da estrutura de suporte do hotel e da restante operação de F&B.

Por fim foi afirmado por todos os intervenientes que para garantir a sustentabilidade necessária, a excelência tem de existir no produto/serviço mas também no rigor do controlo e que a parceria com as escolas de hotelaria é fundamental para atrair o talento.

### 5. O PODER DO PREÇO – DA RECEITA AO POSICIONAMENTO E À NOTORIEDADE

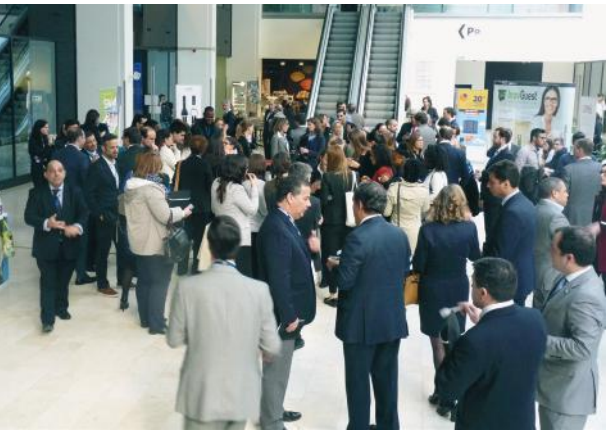
Ambos os intervenientes começaram por salientar a complexidade da função e variedade de players envolvidos tendo referido a necessidade da especialização da função (preferencialmente não acumulada com funções de recepção ou reservas)

Sendo a definição de produto, posicionamento e estratégia o factor chave para o revenue management reafirmaram a importância crítica da noção/percepção de valor (dinâmica) consoante o momento e as necessidades e a percepção e compreensão de fenómenos esperados vs. fenómenos inesperados assim como a importância da informação (informação = poder) nunca esquecendo que a coerência e transparência de preço são os principais factores de credibilidade

### 6. SHARING ECONOMY – NOVAS TIPOLOGIAS, NOVAS RESPONSABILIDADES

Neste painel confirmou-se que o aparecimento de novos tipos de alojamento é uma realidade que não poderá ser travada, no entanto os Diretores de Hotéis vem com muita preocupação a falta de conhecimentos técnicos da maioria dos operadores que estão nesta área, levando a uma falta de qualidade nos serviços prestados, na generalidade dos casos. ■

# PATROCINADORES SATISFEITOS COM O FEEDBACK DO CONGRESSO



**O Congresso da ADHP teve como o palco o *Leap Center* no Espaço Amoreiras, onde reuniu uma plateia de delegados que entre 13 e 14 de abril discutiram o que de mais importante temas no setor hoteleiro. Os patrocinadores, que este ano tinham uma maior visibilidade, sendo os delegados obrigados a passar por eles, mostraram-se, uma vez mais, satisfeitos por terem aderido à reunião magna da Associação.**

A PT foi uma das empresas presentes que disse à DirHotel que "gostaram muito dos temas abordados". Para Paulo Cavique, da PT Empresas a organização foi "muito boa", no entanto considerou que "os participantes não estavam com muita apetência para as tecnologias da comunicação". O responsável presente considerou porém que a empresa está sempre aberta para apresentações de produtos e a ter reuniões e mostrarem o seu showroom. Consideram ainda que a ADHP como uma "mais-valia" para potenciar o seu negócio. "os nossos produtos aportam bastante valor aos hotéis", rematou.

A diretora comercial da Control Vet, Sara Bastos, considerou que a presença no congresso "correu muito bem".

"O fator mais positivo da ADHP é o *networking* entre os diretores de hotel", diz a diretora comercial que acrescentou que veem o congresso como uma forma de se reencontrarem. Mesmo que muitos já sejam clientes, a presença no congresso como patrocinador é uma forma de reforço da marca, pois de ano para ano que estão presentes, há um maior reconhecimento da marca, considera a responsável.

Para Luís Fonseca, da Elis, o congresso foi "mais uma vez positivo em termos de potenciais clientes" e garantiram que "para o ano vão mais uma vez estar presentes". O responsável considera que "de ano para ano vai aumentando a participação e há mais pessoas com interesse em ouvir os oradores.

A PSG também concluiu que "à semelhança dos outros anos, correu bastante bem". Joaquim Santos disse que "encontrou muitos clientes" mas considerou o espaço para os patrocinadores "muito grande" levando à dispersão. O regresso em 2017 está garantido.

António Valadas da Multiway considerou que fez contactos muito bons com escolas de hotelaria que são "pessoas-chave".

Já João Martins, da Delta, defende a realização do congresso fora de Lisboa porque "puxa a participação" e deu dicas para a organização do próximo evento, tais como uma melhor gestão do horário do primeiro dia por causa dos prémios e temas como cybersegurança, *business intelligence*. ■

# PREMIADOS ADHP

**MELHOR DIRETOR DE HOTEL**
**Isabel Guerreiro** (Grupo Pestana Pousadas)
*"É uma gratificação enorme. São 20 anos de dedicação à profissão e ser reconhecida pelo mundo hoteleiro é do melhor que podemos ter"*

**MELHOR JOVEM DIRETOR**
**Nuno Leandro** – The Vintage House Lisboa
*"É um prémio do qual muito me orgulho, mas é acima de tudo um prémio de equipa"*

**MELHOR OUTSOURCING**
**Modo Distinto** (Jorge Ferreira)
*"Trabalhamos muito em prol dos nossos clientes e é muito bom vermos isso reconhecido pelos nossos pares que são disrectores de hotéis"*

**MELHOR DIRETOR F&B**
**Luís Ferreira** (Grupo Onyria)
*"É sempre agradável receber um prémio, e ao fim de 30 anos a trabalhar é bom e agradeço a iniciativa da ADHP"*

**MELHOR DIRETOR DE ALOJAMENTO**
**Bruno Matos** (Hotel Mundial)
*"Costumo dizer que não temos dias maus no turismo porque temos de gostar daquilo que fazemos, mas nos dias menos bons são este tipo de recordações que nos fazem chegar a casa com vontade de que chegue um novo dia"*

**MELHOR DIRETOR COMERCIAL MKT E VENDAS**
**Pedro Ribeiro** (D. Pedro Hotéis)
*"É sempre gratificante recebermos estes prémios na hotelaria, sobretudo sermos reconhecidos pelos nossos pares"*

**PRÉMIO CARREIRA**
**Luís Alves de Sousa** (Administrador dos Hotéis Heritage)
*"De facto é um reconhecimento, de que todas as conversas, embora por vezes com divergências fortes, foram uteis e isso dá-me satisfação. Saber que toda a experiência que transmiti, toda a informação que pude dar foi útil e será boa para o turismo em Portugal"*

# PRÉMIOS DE EXCELÊNCIA ADHP

## Presidente da República reconhece valor dos diretores de hotel

A Gala de entrega dos Prémios de Excelência ADHP contou este ano com um convidado "omnipresente". O Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa não quis deixar de enviar uma mensagem a todos os presentes não só no jantar como também no congresso.

Na sua mensagem, o Presidente da República realçou a importância de um encontro de diretores de hotel, destacando o elemento humano e a valorização dos recursos humanos como fator de qualidade, determinante no sucesso e no crescente relevo do sector do turismo na economia portuguesa.

O Presidente destacou a qualidade de "como acolhemos e fazemos regressar a Portugal", acrescentando que os diretores de hotéis são um "contributo fundamental" localizado numa área sensível do turismo e têm todos os dias a possibilidade de alterarem para melhor o panorama positivo dos últimos anos.

"Estou otimista em relação ao turismo português (...) e uma parte do otimismo passa por vocês [diretores de hotel]", terminou.

Veja a mensagem do Presidente na íntegra.

http://bit.ly/2afhBzq

# 6 DE OUTUBRO 2016 A 17 DE FEVEREIRO 2017 ADHP LANÇA NOVO CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DIREÇÃO HOTELEIRA

**Já estão abertas as inscrições para o novo curso de Especialização em Direção Hoteleira promovido pela ADHP nas suas instalações e que decorre entre 6 de outubro e 17 de fevereiro.**

O novo curso visa "contribuir para a valorização da função de Diretor/a de hotel". Na sequência do fim da regulamentação do acesso à profissão, a ADHP deseja contribuir para a formação contínua dos atuais e futuros Diretores/as de hotel em Portugal, providenciando formação iminentemente prática, ministrada por profissionais do setor com elevado *know-how* prático e teórico.

O curso de Especialização em Direção Hoteleira nasce da experiência no desenvolvimento de 13 cursos de graduação em Direção Hoteleira (homologado pelo Turismo de Portugal, I.P) desde 2009, envolvendo 240 Diretores/as e futuros Diretores/as de hotel.

Este curso, reformulado, proporciona conteúdos, cargas horárias e módulos essenciais, concebidos de forma a responder às necessidades de formação do setor e da função.

Os conteúdos de formação foram atualizados para responder às novas tendências na hotelaria, ao comportamento do consumidor, a funções emergentes e a novas realidades de distribuição *online*, bem como ao momento de transformação da hotelaria nacional e aos desafios que enfrenta.

As aulas são dadas às quintas e sextas-feiras das 18h30 às 22h30, e aos sábados das 09h00 às 13h00 e das 14h00 às 18h00, em turmas de 10 a 20 formandos.

## OBJETIVOS GERAIS

- Contribuir para a valorização dos profissionais do setor da hotelaria.
- Preparar tecnicamente profissionais que pretendam exercer funções de Diretor/a de Hotel que provenham de outras áreas de atividade, ou que estejam no início das suas carreiras.
- Auxiliar os atuais Diretores/as que desejem atualizar conhecimentos e partilhar boas práticas.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Demonstrar competências na gestão de hotéis, de diferentes tipologias, supervisionando a eficiência e qualidade de serviço, em todos os domínios da operação – Alojamento, Comidas e Bebidas, Vendas, Manutenção, Segurança, Qualidade, RH e Gestão.
- Demonstrar competências de gestão e supervisão diária da operação e gestão estratégica da(s) unidade(s) refletindo as melhores práticas nacionais e internacionais estabelecidas.

## DIFERENCIAÇÃO PEDAGÓGICA

A formação do curso de especialização é eminentemente orientada para a prática, com reflexão constante da aplicação dos conteúdos formativos ao desempenho da função de Diretor/a de hotel.

O módulo de *business plan* é transversal a toda a ação, sendo um projeto prático onde os formandos desenvolverão o plano de negócios para o seu hotel (plano simulado se não desempenharem de momento funções de Direção).

Os formadores são profissionais em hotelaria, em hotéis de referência, com carreiras sólidas e formação superior especializada.

100% do corpo docente com experiência de docência de ensino superior e/ou formação de graduação em Direção hoteleira.

Formação baseada em estudos de caso, partilha de experiências, trabalhos de grupos, simulações, análise e implementação de boas práticas e principais SOP *(standard operational procedures)* por categoria de produto hoteleiro.

## PRÉ REQUISITOS DE SELECÇÃO E ACESSO AO CURSO

Tendo em conta os objetivos gerais do curso, a seleção de formandos cumpre a seguinte lista de preferências:

- Atuais Diretores/as ou Subdiretores/as de hotel.
- Atuais chefias intermédias em hotelaria;
- Profissionais licenciados em outras áreas de atividade que desejem exercer funções em hotelaria – preferência a licenciaturas nas áreas de gestão, economia, turismo.
- Licenciados em gestão hoteleira, ou curso técnico profissional das escolas de Hotelaria e Turismo de Portugal, sem experiência de Direção funcional ou gestão.
- Licenciados em outras áreas de atividade sem experiência de gestão.

Todas as inscrições serão consideradas por ordem cronológica e após o respetivo pagamento. ■

## ESTRUTURA DO CURSO

| MÓDULO | CARGA HORÁRIA | FORMADOR |
|---|---|---|
| Gestão Estratégica | 20 | Álvaro Dias |
| Business Plan | 20 | Álvaro Dias |
| Gestão de Recursos Humanos | 28 | Vítor Silva |
| Gestão Comercial | 24 | Isabel Froufe |
| Tecnologias e Marketing na Hotelaria | 20 | Teresa Sousa |
| Gestão de Operações Hoteleiras F&B | 28 | Pedro Pinto |
| Gestão de Operações Hoteleiras FO | 28 | Artur Fernandes |
| Gestão de Instalaçoes e Equipamentos | 20 | Henrique Pontes Lopes |
| Gestão Financeira | 20 | Sergio Borges |
| Legislação Hoteleira | 24 | Carlos Torres |
| Revenue Management | 24 | Henrique Henriques |
| Qualidade e Ambiente | 16 | António Melo |
| TOTAL HORAS | 272 | |

## **ALUNOS DA ESCOLA PROFISSIONAL DO ALENTEJO** FAZEM PROVAS DE APTIDÃO PROFISSIONAL

**A Escola Profissional do Alentejo (EPRAL) em Évora realizou as provas de aptidão profissional do curso Profissional de Técnico de Restauração 2013-2016.**

As provas foram concluídas por cerca de 40 alunos com a vertente restauração e cozinha. Os alunos apresentaram diversas temáticas, tais como Gastronomia Regional, Gastronomia e Vinhos, Gastronomia Saudável, Gastronomia para Diabetes no período de gestação, Gastronomia para doentes oncológicos, à Mesa com Fernando Pessoa, Gastronomia de Moçambique, Gastronomia Polaca.

Na área da restauração temas como o vinho do Porto, Cerveja, Vinhos regionais, Espumantes, Gin como bebida da moda etc.

O júri, composto internamente pela Direção Pedagógica da Escola, Chefes de Cozinha, Restaurante e, externamente, pela ADHP - Delegado do Alentejo, e pelo Turismo de Portugal, foi nomeado pela Escola de Hotelaria e Turismo de Portalegre.

O júri externo enalteceu a qualidade das provas apresentadas quer na vertente de cozinha como no restaurante realçando o trabalho dos chefes responsáveis por toda esta formação. ■

## **PINEAPPLE WEEK – HOTEL À MESA** DINAMIZA RESTAURAÇÃO NOS HOTÉIS

**A *Chefsagency*, que se apresenta como "consultora estratégica de comunicação gastronómica" vai organizar a *Pineapple Week* - Hotel à Mesa, de 29 de setembro a 9 de outubro, contando para isso com a adesão dos restaurantes dos hotéis.**

A iniciativa, que terá a sua primeira edição, pretende dinamizar e chamar a atenção para a restauração inserida em unidades hoteleiras, contando por isso, com o apoio da ADHP.

O ananás, símbolo da hospitalidade, é o mote para convidar as pessoas a deixarem-se conquistar por esta restauração que tão bem sabe receber os seus clientes e de grande importância no sector.

De 29 de Setembro a 9 de Outubro os restaurantes de hotel da área da grande Lisboa, aderentes a esta iniciativa, vão apresentar uma dinâmica de grupo inserida no evento, apresentando diferentes menus que sejam reflexo da sua proposta gastronómica, jantares harmonizados, prova de cocktails, entre outras ações, para que conquistem o seu papel de destaque no panorama gastronómico nacional.

Para participarem os restaurantes deverão cumprir algumas condições, entre as quais a de estarem inseridos numa unidade hoteleira, ter um preço médio de refeição inscrito num dos 3 níveis definidos: Menu *Green Pineapple* 25€, *Menu Yellow Pineapple* 35€ ou *Menu Golden Pineapple* 45€, elaborar um menu em que o elemento ananás esteja presente.

A inscrição, através de um formulário disponível em https://goo.gl/MiV8wr, tem um custo mínimo de 120 euros para os hotéis para os menus *Green Pineapple*, 150 euros para os menus Yellow *Pineapple* e de 180 euros para os *Menus Golden Pineapple*, devendo a escolha de nível de inscrição ser feita de acordo com o posicionamento habitual do hotel/restaurante.

A adesão à iniciativa deve ser feita até à primeira semana de Setembro, de forma aos participantes beneficiarem da comunicação associada ao evento. ■

## **PROGRAMA '+PATRIMÓNIO +TURISMO'** APOIA EMPRESAS DO TURISMO

**Decorrem até 31 de Julho as candidaturas ao Programa "+Património +Turismo", promovido pela Portugal Ventures e pelo Turismo de Portugal, que pretende estimular o nascimento de *startups* e de novos negócios, nomeadamente de base local ou regional, associados ao turismo e à valorização do património cultural e natural do país. Os desafios que se colocam hoje ao turismo exigem uma aposta na criação de propostas de valor inovadoras, assentes em fatores distintivos, capazes de gerar mais-valias competitivas para Portugal enquanto destino turístico. Neste contexto, afigura-se essencial a incorporação do património cultural e natural nacional nas propostas de valor associadas ao turismo.**

Com um valor global previsto de 10 milhões de euros, o Programa "+Património +Turismo" vai analisar e avaliar as propostas dos candidatos e atribuir-lhes um financiamento até um montante máximo de 500 mil euros.

Podendo, ou não, ser de base tecnológica, os projetos apresentados no Programa "+Património +Turismo" têm de ter na sua base a constituição de uma nova empresa ou partirem de empresas existentes que pretendam desenvolver projetos inovadores face ao seu modelo de negócio atual. E devem ter como objetivo essencial a fruição turística do património cultural e natural do País, valorizando aspetos como a história, a arte, a arquitetura, o património religioso, o enoturismo e gastronomia, o desporto associado à natureza ou o geoturismo.

O Programa "+Património +Turismo" surge enquadrado na Estratégia Nacional para o Empreendedorismo StartUP Portugal e quer estimular o surgimento de *startups* e de novos negócios, de base local ou regional. ■

## **BARBOT PROPÕE NOVAS SOLUÇÕES** PARA RENOVAR OS EXTERIORES

**A Barbot sugere duas novas soluções para dar uma nova cor e um novo brilho às madeiras e metais de exterior.**

Um das novidades é *Barbolux Acqua*, um esmalte aquoso, que permite acabamentos perfeitos e duradouros. Com elevada capacidade de resistência à passagem do tempo e aos fenómenos naturais, como a luz, este novo esmalte da Barbot não amarelece, proporcionado assim uma boa retenção do brilho e da cor. À durabilidade, o novo esmalte da Barbot junta a facilidade de aplicação, secagem rápida e boa lacagem.

O produto está disponível em latas de 0,375 ml, 0,75 ml e 4 l, e em diversas cores, nomeadamente nos tons tendência para este ano, tais como marfim, amarelo, cinza, vermelho, verde-garrafa e azul, sem esquecer a possibilidade de um acabamento brilhante ou mate.

O primário aquoso da *Barbot, Hydrolite Primer*, é o produto indicado para as paredes exteriores que possam ser mais complicadas e pouco consistentes, devendo ser utilizado antes da aplicação de tintas aquosas. Ao ter uma boa selagem da superfície a pintar e um bom poder de penetração, o *Hydrolite Primer* permite um maior rendimento das tintas de acabamento enquanto regulariza a absorção da superfície. ■

## **SILENCE E REFLECTION** SÃO NOVIDADE NA COSENTINO BATH COLLECTION

**Silence e Reflection são dois dos modelos de lavatório da *Cosentino Bath Collection* que melhor se adaptam à criatividade dos ambientes decorativos mais atuais, tanto para o âmbito privado como público.**

Os dois modelos juntam-se à revolucionária Coleção de Banho da Cosentino, caracterizada pelo conceito de grande formato à medida. Os elementos diferentes, fabricados em Silestone, podem moldar-se de forma a adaptar-se ao espaço, originando ambientes bonitos com muito poucas peças e de um único material.

A coleção passa a ter um total de dez modelos de lavatório *(Elegance, Armony, Balance, Equilibrium, Symmetry, Basic, Simplicity, Exclusive, Silence* e *Reflection*), que se fabricam à medida e que podem ter um tamanho de 40 cm a 60 cm de largura e desde 80 cm até 280 cm de comprimento.

A *Cosentino Bath Collection* é composta também por uma linha de sete modelos de bases de duche *(Ducal, Kador, Fresh, Doppio, Freccia, Bubbles* e *Simplicity)*, que se elaboram à medida e que podem alcançar uma largura de até 130 cm e um comprimento de 75 cm até 200 cm.

Esta linha de banho oferece também outro tipo de elementos como revestimentos, pavimentos, bancos, painéis, banheiras, rodapés, etc., permitindo assim a possibilidade criar todo o ambiente com produtos elaborados com Silestone. ■

## **POLIDO, SUEDE E VOLCANO** SÃO AS DIFERENTES TEXTURAS SILESTONE BY COSENTINO

**Polido, Suede ou Volcano são os três tipos de acabamentos da Silestone by Cosentino que permitirão ter a bancada, piso ou parede com a textura que sempre quis.**

Volcano é a nova textura rústica, e mas ao mesmo tempo suave, resultante do trabalho realizado pelo Departamento I+D para chegar a uma superfície atrativa e que responda às demandas do mercado. Esta textura amplia a oferta para os amantes dos materiais rugosos e está vocacionado para ser utilizado em revestimentos verticais e bancadas, tanto para casa de banho como para cozinha.

Por sua vez, a Suede é o mais recente acabamento extra-mate (fosco) que se destaca pela suavidade da textura aveludada. Representa uma revolucionária textura nunca antes vista em superfícies de quartzo.

Polido é o acabamento mais tradicional da Silestone e intensifica qualquer tipo de cor e respetivos reflexos. Dos brancos mais puros ao mais profundo dos pretos, todas as cores ganham vida própria, espetacularidade e um brilho capaz de iluminar qualquer tipo de espaço, tanto de casa de banho como de cozinha. ■

## **DEKTON** APRESENTA VALTERRA

**Dekton Valterra reproduz na perfeição a estética da beleza natural graças aos seus tons acastanhados e formato linear, que torna qualquer tipo de divisão da casa num espaço de harmonia e naturalidade.** Este acabamento permite atribuir um conjunto de propriedades técnicas e estéticas que normalmente apenas estão disponíveis em superfícies de um "look" mais moderno, a uma superfície de tonalidades clássicas e naturais.

Integrada na coleção *Dekton Wild Collection, Valterra* pode ser aplicada nos mais diversos tipos de superfície, tanto em interior como em exterior, seja uma cozinha familiar, um *barbecue* ou o pavimento de uma sala de grandes dimensões. ■

## **CERVEJA INEDIT** AGORA COM NOVO FORMATO PARA O CANAL HORECA

**A Sumol Compal, no âmbito da parceria estabelecida com o Grupo Damm para a área de cervejas, vai passar a distribuir mais um formato da Inedit. A nova garrafa de 0,33lt, que se junta à sua "irmã mais velha" de 0,75lt, estará presente no canal Horeca, mas com uma estratégia que passa por alguma seletividade dos pontos de venda, em virtude das características da própria cerveja.**

A Inedit foi concebida especificamente para acompanhar refeições, sendo por isso uma bebida de sabor intenso e pronunciado, ligeira acidez e final de boca prolongado. Destaque para notas de especiarias doces e frutas, assim como um toque floral que permanece. Aconselha-se o consumo a acompanhar sabores cítricos ou picantes, entradas, saladas e peixes go rdos. Com 4,8% de teor alcoólico, deve ser servida em copos de vinho branco e bastante fresca.

Criada através de um *blend* de malte de cevada e trigo, a Inedit conta com a assinatura de Ferran Adrià, famoso chef conhecido pelo seu trabalho e investigação ao nível da gastronomia molecular e que liderou durante anos o restaurante ElBulli, em Barcelona. ■


ASSINE

☐ **1 Ano** (4 números) € **31,80** ☐ **Estudantes -20%** **Para o estrangeiro acrescem portes CTT**

Nome: _____ Cargo: _____

Empresa: _____ Ramo de Actividade: _____

Morada: _____ C.P. _____ - _____ Localidade _____

Contribuinte: _____ N.º Telefone: _____

Homepage: _____ E-mail: _____

Estabelecimento de Ensino: _____

MODO DE PAGAMENTO:

O Cheque n.º _____ Banco _____ no valor de € _____ à ordem de Mediapearl ou Transferência Bancária para o NIB: 0033.0000.45395537505.05 em nome de Mediapearl, no valor de € _____.

MEDIAPEARL COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS, LDA.

Para mais informações contacte:
Assinaturas - Tel.: 214 036 76 56 | 218 680 277 - dirhotelassinaturas@mediapearl.pt

Luz Pinto Basto
Diretora executiva da cadeia de restauração Origem | Cozinha Saudável

# A IMPORTÂNCIA DOS RECURSOS HUMANOS NA HOTELARIA!

**Quem viu o filme "Grand Budapest Hotel" (2014), do criativo Wes Anderson, não pôde ficar indiferente à genial interpretação de Ralph Fiennes como concierge do hotel.**

*Monsieur Gustave H.*, acompanhado pelo fiel *Zero Moustafa, Lobby Boy* do Hotel, resolvia todas as questões do hotel, fosse através dos seus conhecimentos de todas as áreas e de todas as línguas, fosse através do seu charme, implacável com as mulheres ou com os bandidos que, ao longo de todo o filme, insistentemente se atravessavam no seu caminho.

Quem trabalha em Hotelaria, nomeadamente no lugar de concierge, sabe que a a descrição da sua função como *"disponível para satisfazer qualquer pedido de qualquer cliente, desde o mais extravagante até ao mais simples (como chamar um taxi), dar informações sobre o próprio hotel e os seus serviços ou sobre a cidade e seus pontos turísticos, venda de passeios na região, aluguer de carros, reservas e indicações de restaurantes, etc."*, não tem limites, desde que se cumpra o objetivo de manter um cliente satisfeito e feliz. Este objetivo, aliás, é regra fundamental, comum a todas as funções do hotel!

Sendo os Recursos Humanos o tema principal desta revista, conto-vos um dos mil episódios que vivi e que reflete bem a importância do capital humano (concierge ou não) numa organização hoteleira.

Estávamos em Junho de 2007 e o Hotel onde eu trabalhava recebeu como hóspede a famosa actriz italiana Cláudia Cardinale (celebrizada no filme "O Leopardo, de Luchino Visconti, em 1963). A deslocação da actriz a

Portugal deveu-se ao convite para apresentar o Festival Rota dos Monumentos, o qual consistia na exibição de vários filmes (alguns deles protagonizados por ela própria), e na interpretação de vários "clássicos do cinema" por uma orquestra composta por elementos de vários países.
No 2º dia de estada, a organização tratou de reservar, no nosso hotel, uma sala para uma conferência de imprensa, com 20 cadeiras dispostas em plateia, 1 mesa de presidência decorada com 1 arranjo de flores, 1 microfone e colunas. Às 11h desse dia, iríamos receber cerca de duas dezenas de jornalistas que se deslocariam ao hotel para fotografar e entrevistar a diva do cinema que tínhamos *in-house*.
O único problema... é que... não apareceu ninguém. À excepção da própria Cláudia Cardinale, que, à hora marcada estava toda aperaltada e bem cheirosa, e se encontrava pacientemente sentada a fumar o seu 30º cigarro do dia e a comer o seu 4º chocolate (são conhecidos estes dois vícios da actriz)... mais ninguém apareceu... Foi confrangedor!
Se foi falha da organização ou falta de cultura dos jornalistas portugueses, não chegámos a saber. Mas nesse dia tínhamos de fazer sair um Press Release (com fotos e texto), por isso tínhamos de resolver o problema.
O que fizemos? Eu fui buscar uma máquina fotográfica clássica, de rolo, que existia no hotel (relembro que estávamos em 2007 e ainda não tínhamos telefones com essa funcionalidade), e educadamente pedi a Ms. Cláudia Cardinale que se dirigisse à varanda com o melhor cenário, para captarmos umas imagens. Enquanto isso, uma colega minha, orientada por telefone por um membro da organização do referido festival, redigia algumas perguntas que seriam feitas à actriz.
Depois de 57 cliques, em 35 poses, com o sorriso 44, apercebi-me que a dita máquina não tinha rolo e de que aqueles últimos 15 minutos tinham sido em vão!...
Depois de um "excuse me" e de um sorriso muito amarelo, fui a correr ao gabinete da Direcção onde tinha ido buscar a máquina, abri todos os armários e gavetas (tal e qual uma cena de banda desenhada, com tudo a voar), e lá consegui encontrar um rolo, que rapidamente coloquei na máquina, retomando a surreal sessão iniciada anteriormente.
Terminadas as fotos, a minha colega, muito aplicada, fez todas as perguntas que lhe tinham dado e tomou nota de todas as respostas.

Depois de 57 cliques, em 35 poses, com o sorriso 44, apercebi-me que a dita máquina não tinha rolo e de que aqueles últimos 15 minutos tinham sido em vão!...

Conclusão: com as magníficas fotos tiradas por mim e o fantástico texto redigido por ela, fizemos sair um memorável Press Release, que alguns jornais no dia seguinte, sem terem noção de todas estas peripécias, publicaram quase integralmente!
Este é só um exemplo, que mostra como na nossa profissão não há limites, desde que se cumpra o objectivo de manter um cliente satisfeito e feliz!

Neste caso, nada teria sido como foi, se não fosse o pessoal do Hotel. ■

# MENSAGEM DO PRESIDENTE

**Raul Ribeiro Ferreira**
Presidente da Direção

Caros sócios,

Escrevo poucos dias depois de darmos por terminado o nosso 12º Congresso com um sentimento de orgulho pelo trabalho apresentado. Contámos com a presença de mais de 250 congressistas que, durante dois dias, partilharam as experiências levadas pelos oradores. A todos muito obrigado. Agradecemos também aos nossos incansáveis parceiros pois sem eles não seria possível pôr de pé este evento. Assim, em nome da ADHP, obrigado e contamos sempre convosco: **MOLAFLEX – Colchões, S.A.; SW – Success Work, S.A.; PT EMPRESAS; ROCA, S.A.; SCC - SOCIEDADE CENTRAL DE CERVEJAS, S.A.; ELIS -SPAST; DIVERSEY CARE; MANUEL RUI AZINHAIS NABEIRO, LDA – Delta Cafés; CONTROLVET – Segurança Alimentar, S.A.; WAREGUEST; PSINOVE; PSG – Segurança Privada, S.A.; FHCONTRACT; SOGENAVE, S.A.; CLICK AND PLAY; COSTA VERDE; HOTEL PALÁCIO DO ESTORIL; MESSAGE IN A BOTTLE; MEDIAPEARL – Comunicação e Serviços, LDA; SOGRAPE DISTRIBUIÇÃO, S.A.; CARMASIL; A62; UNICRE-Instituição Financeira de Crédito, S.A.; LG - Electronics Portugal, S.A.**

O Congresso da ADHP já é, hoje, um evento onde cada vez mais o sector está presente. Dos 250 congressistas, podíamos encontrar diretores de hotéis, jovens em início de carreira, estudantes e representantes de vários setores da nossa indústria como, por exemplo, técnicos do Turismo de Portugal, técnicos das câmaras municipais, empresas que se relacionam com o sector, diretores e professores das várias instituições de ensino superior e de escolas de Formação profissional. A imprensa especializada deu-nos também toda a cobertura ao evento.

Apesar de reconhecer o aumento do número de diretores de hotéis associados que marcaram presença neste Congresso, não posso deixar de sentir alguma tristeza quando vejo colegas que nunca aparecem por falta de tempo mas que conseguem estar presentes em eventos de outras entidades. Fico a pensar se são obrigados a ir ou se é por vaidade ou para serem vistos. Este Congresso, mais do que ser importante para a Associação pela visibilidade que traz, é fundamental para engrandecer a posição do diretor de hotel, daí que, na nossa opinião, as matérias discutidas irem mais ao encontro das nossas necessidades do que se pode encontrar noutros congressos. Acreditamos que, com trabalho e com o aumento da visibilidade que a Associação tem tido, este tipo de atitudes irão começar a ser alteradas.

O XII Congresso contou este ano com vários painéis de interesse como se pode confirmar pelos inúmeros artigos escritos. Não posso deixar de agradecer a honra de podermos ter aberto o Congresso com uma mensagem do Sua Excelência o Presidente da República que mostrou como a presença do diretor de hotel é o garante da qualidade dos serviços e da rentabilidade dentro de um hotel. A mensagem pode ser vista no nosso site www.adhp.org e na nossa página do Facebook que conta já com mais de 23 mil visualizações.

As conclusões do XII Congresso são publicadas nesta revista, no entanto, não posso deixar de chamar a atenção para o primeiro painel no qual discutimos os oito anos de legislação hoteleira, os seus benefícios e os constrangimentos na sua aplicação. Como é perceptível por todos nós esta matéria trouxe uma alteração à gestão dos empreendimentos turísticos: não só por passarmos a ter auditorias de quatro em quatro anos (e recentemente alterada para de cinco em cinco anos), mas principalmente pelo aparecimento do alojamento local de forma tão facilitada que tantas alterações nos trouxe à concorrência que temos de enfrentar actualmente nas nossas unidades.

A formação foi um dos pontos mais debatidos, com o convite feito a três instituições das mais conhecidas internacionalmente (EUHT StPOL, Suisse Education Group e Cornell) que nos trouxeram a sua experiência e demonstraram quais as diferenças do que é feito em Portugal.

A segurança também foi um tema fortemente debatido, com uma apresentação a cargo da PCM. Aconselho a lerem as conclusões e que consultem as apresentações feitas que estão ao dispor na ADHP.

Os Prémios de Excelência tornaram-se já num acontecimento que muito nos orgulha a todos e engrandece a nossa categoria profissional e a dos nossos associados, onde reconhecemos os profissionais de hotelaria e as empresas do sector que se destacaram no ano, nas suas diferentes áreas ou departamentos de actuação.

Este ano batemos todos os recordes de votos, com 62 668 votos validados. A todos os que votaram um muito obrigado. Aos que participaram gostava de dizer que são todos vencedores, parabéns por todos os dias fazerem da nossa indústria, como se diz agora, a indústria dos afectos e, para o próximo ano, contamos com todos.

Por fim, mas não menos importante, em nome de toda a equipa, queremos agradecer a confiança demonstrada pelos sócios por nos reeleger para um segundo mandato. Encaramos este mandato como se fosse o primeiro ou como se os sócios nos tivessem a dizer "força!", que o trabalho feito não está terminado e por isso não podemos parar de trabalhar. Sabemos que o principal desafio é não deixar cair a nossa bandeira: o regresso da certificação do diretor de hotel. Não me cansarei, enquanto representar a nossa classe, de dizer que o diretor de hotel tem de ser reconhecido pelo trabalho que desenvolve e pela responsabilidade que tem, por ser o garante da rentabilidade do património que lhe é deixado à sua gestão.

Hoje é cada vez mais importante ter um maior conhecimento da operação, mas também na aposta dos profissionais em estarem mais adaptados aos novos desafios, a formação tem de ser constante e não só na área do saber fazer e saber estar, mas na procura de aquisição dos conhecimentos em soft *skills* que fazem parte do dia-a-dia do diretor de hotel e que na nossa realidade podem fazer a diferença.

Os próximos tempos vão ser muito exigentes para esta equipa que agora toma posse, mas para nós vale a pena porque acreditamos que existe um profissional que merece todo o trabalho que fazemos e esse profissional são todos os nossos associados. ■

Cordiais Saudações Hoteleiras

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 / 218 680 277
Rua de Xabregas, 2, Piso 2, sala 2.06 • 1900-440 Lisboa

shoppingspirit.pt

# so food portugal taste so good

## 27>29 OCT 2016
## EXPONOR

**Beatriz Sotelo**
Espanha

Chef espanhola do ano 2008.
**1 Estrela Michelin.**
Restaurante "A Estación".

**Carlos Mariel Albert**
Espanha

Professor na Escola Richemont/Suíça.

**Hélio Loureiro**
Portugal

Responsável gastronómico da Selecção Portuguesa de Futebol.
Consultor da "Cerger" e do "Continente".

**Javier Olleros**
Espanha

**1 Estrela Michelin.**
Restaurante "Culler de Pau".

**Lígia Santos**
Portugal

Vencedora do 1º Masterchef Portugal. "Club MasterCOOK".

Saiba mais: **www.sofoodsogood.eu**

Com expositores de áreas como alimentação biológica e glúten free, azeites, carnes e derivados, frutas e hortícolas, panificação e pastelaria, conservas e vinhos, entre outras, este evento proporcionará uma verdadeira experiência gastronômica e um deleite para todos os sentidos.

**DATA** 27 a 29 Outubro 2016 | 27 e 28 » Exclusivo para Profissionais | 29 » Público e Profissionais **HORÁRIO** 10h00 - 20h00

**Show Cooking Central** | **Creative Show Cooking** | **Cooking Lab** | **Food Forum** | **Tasting Experience** | **Bar & Lounge** | **Stands**

Mantenha-se a par das novidades em: **www.sofoodsogood.eu** https://www.facebook.com/sofoodsogoodportugaltaste

Organização: EXPONOR FEIRA INTERNACIONAL DO PORTO, apcer, I.Net, AEP

Patrocinador Principal: PORTUGAL SOU EU

Apoio: avicasal

Apoio Institucional: PORTUGAL FOODS, fipa, PRO VAR, AIPAN

Media Partner: TECNOALIMENTAR, ShoppingSpirit