

Universidade da Maia
Departamento de Ciências Empresariais



Dinâmicas operacionais num empreendimento turístico Hotel
Vincci Porto

Relatório de estágio

João David Mira Corro de Azevedo Ribeiro

Mestrado em Turismo, Património e Desenvolvimento

Orientador institucional

Prof. Doutor Eduardo Gonçalves



Relatório de estágio



Vincci Porto 4****

Trabalho efetuado sob a Supervisão de:
Professor Doutor Eduardo Cândido Gonçalves
Trabalho elaborado no âmbito da
Unidade Curricular «Estágio»
Do 2º ano do mestrado em Turismo

Hotel Vincci Porto

Declaração de autoria de trabalho.

Declaro ser o autor deste trabalho, que é original e inédito.

Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluídas.

Assinatura:


Nome: João David Mira Corro de Azevedo Ribeiro

Data: 09/05/2022

Programa: Mestrado em Turismo, Património e Desenvolvimento.

Copyright:

A Universidade da Maia tem o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar este trabalho através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, de o divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

"Sábio é aquele que de todos aprende. É forte o que vence a si mesmo. Rico o que se contenta com o que possui. Só aquele que respeita a pessoa humana merece por sua vez respeito."

Talmude

Agradecimentos

A realização deste estágio de mestrado revelou-se de grande importância não só pelo crescimento profissional, como também pela minha formação pessoal e social.

À minha família, o meu pilar, que me apoiou incondicionalmente e constantemente durante todas as etapas do relatório, a eles agradeço e dedico este relatório.

Ao Professor Doutor Eduardo Gonçalves os meus agradecimentos por ter aceitado ser meu orientador e por toda a disponibilidade e ajuda prestada durante o período de estágio.

A toda a equipa do Hotel Vincci Porto a minha gratidão, sobretudo aos departamentos de *Front-Office* e *Housekeeping* que contribuíram para o meu crescimento profissional.

À Diretora de Unidade Hoteleira, Dra. Catarina Nolasco, agradeço a disponibilidade com o meu processo de acolhimento no hotel Vincci Porto e à Front-Office Manager Dra. Marta Vieira por ter aceitado ser a minha supervisora de estágio no hotel.

Gostaria de agradecer a todas as pessoas supracitadas, a realização deste estágio de mestrado.

Resumo

O presente relatório tem como objetivo analisar criticamente todo o nosso percurso de estágio que teve a componente de contacto no Hotel Vincci Porto, unidade ligada ao grupo *Vincci Hoteles*, entre o período de 15 de fevereiro a 28 de abril de 2022.

A opção pelo estágio prende-se com a importância que atribuímos à possibilidade de concluir este ciclo de estudos com uma experiência em contexto de trabalho. Por sua vez, o relatório regista todo o percurso de estágio, bem como a contextualização da entidade de acolhimentos nas dinâmicas turísticas da cidade do Porto e respetivo entorno. É, pois, apresentada e caracterizada a unidade hoteleira onde decorreu o estágio, tal como o seu enquadramento no grupo hoteleiro a que está associada - *Vincci Hoteles* –, a que se seguiu a caracterização dos departamentos da unidade, com especial incidência naqueles onde decorreu o estágio. Do mesmo modo, aludimos particularmente às atividades desenvolvidas no departamento de operação, maioritariamente no de *Front-Office* e, já residualmente, em *Housekeeping*.

Pareceu-nos adequado realizarmos uma revisão de literatura sobre o tema do alojamento, por forma a fundamentarmos teoricamente o enquadramento do estágio efetuado, o que nos proporcionou consubstanciar uma narrativa em torno das ações desempenhadas. Por último, refletimos os contextos laborais adentro do setor hoteleiro, das suas especificidades na hotelaria da cidade do Porto, o que nos conduziu a problemáticas de segmentação do mercado e de posicionamento laboral e remuneratório dos profissionais do setor.

O presente estágio proporcionou, além de uma recolha empírica de informação, como também uma adaptação pessoal ao mundo laboral no setor do alojamento, aplicando competências, especialmente a nível da gestão das operações.

Palavras-chave: Alojamento; empreendimentos turísticos; hospitalidade; Vincci Hotel; operações hoteleiras.

Abstract

This report aims to critically analyse our traineeship, which had a contact component at the Hotel Vincci Porto, a unit connected to the Vincci Hoteles group, from February 15th to April 28th, 2022.

The choice of internship has to do with the importance we give to the possibility of concluding this cycle of studies with a work experience. In turn, the report records the entire internship route, as well as the contextualisation of the host entity in the tourist dynamics of the city of Porto and its surroundings. The hotel unit where the internship took place is therefore presented and characterised, as well as its framework in the hotel group to which it is associated - Vincci Hoteles - followed by the characterisation of the unit's departments, with special focus on those where the internship took place. In the same way, we alluded particularly to the activities developed in the operation department, mainly in the Front-Office and, already residually, in Housekeeping.

It seemed appropriate to conduct a literature review on the theme of accommodation, in order to theoretically support the framework of the internship carried out, which provided us with a narrative around the actions performed. Finally, we reflected on the labour contexts within the hotel sector, on its specificities in the hospitality industry in the city of Porto, which led us to issues of market segmentation and labour and remuneration positioning of professionals in the sector.

This internship provided not only an empirical collection of information, but also a personal adaptation to the world of work in the accommodation sector, applying skills, especially at the level of operations management.

Keywords: Vincci, Hotel, Reception, internship.

Índice

Índice de Figuras.....	11
Lista de abreviaturas	12
Glossário	13
Capítulo 1 – Introdução	14
1.1 Objetivos.....	14
1.2 Estrutura do relatório	16
1.3 Metodologia.....	16
Capítulo 2 – Revisão de literatura	17
2.1-A hotelaria no contexto da atividade turística	17
2.2- Mercado hoteleiro no Porto	21
2.3- Conceito de Hotel.....	22
2.4-Segmentação do mercado hoteleiro.....	26
2.5 Departamentos	28
2.5.1 Departamento de alojamento- Recepção/ <i>Front-office</i>	28
Recepção.....	29
Portaria.....	30
Reservas.....	31
2.5.2 Departamento de <i>Housekeeping</i>	32
Departamento de andares.....	33
Departamento de lavandaria	33
Departamento de limpeza	34
2.5.3 Departamento <i>Food & Beverage</i>	34

Economato	35
Restaurante	36
<i>Room service</i>	39
Bar.....	40
Capítulo 3- Caracterização da empresa	41
3.1- Natureza jurídica e sede	41
3.2- Objetivos da Vincci Hoteles.....	42
3.3- Localização e acesso	43
3.4- História concisa de Vincci Hoteles	44
3.5- Caracterização do Hotel Vincci Porto	45
3.6- Estrutura organizacional.....	48
3.7- Problemáticas remuneratórias	49
Capítulo 4- Descrição do estágio	51
Atividades desenvolvidas durante o estágio	51
<i>Front-office</i>	51
Estágio	61
Conclusões finais	64
Bibliografia.....	67
Anexos	69

Índice de Figuras

Figura 1-Vista topográfica e por satélite do Hotel Vincci Porto. _____	69
Figura 2-Gabinetes Johnson Wax,em Wisconsin, EUA. _____	70
Figura 3- Pilares do restaurante 33 Alameda, inspiram-se nas colunas “cogumelo” de Frank Lloyd Wright. _____	70
Figura 4- Representação do antigo mercado do Peixe, anos 30. _____	71
Figura 5- Restaurante 33 Alameda (vista interior). _____	71
Figura 6-Douro Lounge, bar interior. _____	72
Figura 7-Douro Sky Lounge Rooftop bar. _____	72
Figura 8- Parte histórica do antigo mercado do peixe, que viria a ser renovada. _____	73
Figura 9- Fronte exterior do restaurante 33 Alameda. _____	74
Figura 10- Vãos de acesso para as unidades de alojamento. _____	74
Figura 11- Organograma da cultura organizacional do hotel Vincci Porto. _____	75
Figura 12-Remuneração média mensal. Fonte: Pordata (março de 2022). _____	76

Lista de abreviaturas

F&B- *Food and beverages* (alimentação e bebidas)

ADR- *Average Daily Rate*

OPO- Aeroporto do Porto/ Francisco Sá Carneiro

HSK- Housekeeping

OCC- *Occupancy*

OD- *Occupied Dirty*

OMS- Organização Mundial da Saúde

OMT- Organização Mundial do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

REVPAR – *Revenue per Available Room*

VC- *Vacant Clean*

VD- *Vacant Dirty*

VIP- *Very important Person*

WTO – *World Tourism Organization* (OMT)

SMS – *Short Message Service* (Serviço de mensagens curtas)

UNESCO – *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*
(Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura)

Glossário

Average Daily Rate- É uma métrica utilizada para calcular a taxa média por quarto ocupado, através do cálculo do montante da receita gerada pelos quartos a dividir pelo número de quartos vendidos.

OCC/Occupancy- Corresponde à taxa de ocupação que é a divisão do total de quartos vendidos pelos quartos disponíveis para venda, multiplicado por 100.

Early Arrivals – São as entradas de hóspedes antes do horário previsto do *check-in*, ou do dia previsto.

Front Office- Departamento que engloba todo o serviço de atendimento ao cliente, desde os serviços de receção, concierge ao porteiro.

É o departamento que recebe os clientes no período do *check-in* e assegura o seu *check-out* no período de partida.

Housekeeping- Departamento que se destina à gestão da limpeza e manutenção dos andares e quartos, da lavandaria e rouparia que possam existir numa unidade hoteleira.

Late Check-out- São as saídas depois do horário previsto do *check-out*.

Overnight stay – É o termo de pernoitar, ou seja, é uma estadia com a duração de apenas uma noite.

REVPAR- É uma métrica utilizada para determinar a receita por quarto disponível calculada a partir da multiplicação da ADR pela OCC.

A remuneração bruta mensal por trabalhador corresponde ao rácio entre o somatório do volume de remunerações pago pelas empresas e o total de trabalhadores nessas empresas.

A sua evolução reflete, por essa razão, variações no volume das remunerações pagas (como, por exemplo, o pagamento de bónus, de subsídio de férias ou de trabalho suplementar), mas também no número de trabalhadores e na sua composição, sobretudo em termos de características não observadas nesta base de dados (a tempo parcial vs. A tempo completo; nível de escolaridade; profissão; anos de experiência; horas trabalhadas; entre outras).

Capítulo 1 – Introdução

O presente relatório insere-se no âmbito do 2º ano do curso de Mestrado em Turismo, Património e Desenvolvimento, referente aos anos de 2021/2022 da Universidade da Maia, ISMAI.

Neste encontram-se as atividades executadas durante o período de tempo de 15 de fevereiro a 28 de abril, num total de 390 horas.

O relatório abrange informações sobre o hotel, nomeadamente a sua história, a sua cultura organizacional e a sua temática.

Serão caracterizados os diferentes departamentos *de Front-Office* e *Housekeeping*, onde decorreu o estágio, e as atividades realizadas em cada um deles.

1.1 Objetivos

O estágio realizado representou para o aluno um dos primeiros contactos com o mundo do trabalho, considerando assim de extrema relevância, visto que, nesse período e espaço escolhido para o desempenhar, foram colocadas em prática e “à prova” todas as aptidões adquiridas no contexto académico, ao longo de quatro anos (três anos de licenciatura e um de mestrado), bem como, foi permitido aplicar cunho pessoal autodidata, adquirindo novas competências e métodos de trabalho para serem utilizados num futuro profissional.

O foco principal deste estágio foi poder adquirir a experiência “*on the job*”, ou seja, no local, numa unidade hoteleira, que permitisse a realização de tarefas numa situação real de trabalho. Constatar as disparidades entre as realidades dos diferentes departamentos, assim como, das responsabilidades que cada posto de trabalho acarreta, participando nas rotinas de trabalho e adquirindo capacidades que facilitem o contato com os colegas de trabalho, de forma a auxiliar e facilitar a inserção no mundo profissional, bem como, escrutinar o que o setor hoteleiro pode oferecer em termos de oportunidades.

A decisão em realizar este estágio teve como principal motivo o interesse e a curiosidade em conhecer uma nova cultura e organização de trabalho, novos métodos e ambientes de trabalho que permitissem experienciar situações fora da zona de conforto, assim como, complementar e enriquecer as noções e experiências adquiridas até então, neste meio hoteleiro; visto que o aluno só havia experienciado a hotelaria como um utente em função de lazer, permitindo deste modo, uma nova ótica sobre este setor.

A junção das competências teóricas obtidas durante o percurso académico com a experiência prática adquirida com o decorrer deste estágio, tornaram possível a aquisição de uma perspetiva real do setor hoteleiro, das suas diferentes condutas, o que permitiu conhecer de forma realística esta carreira profissional.

Para além do relato das tarefas realizadas durante o estágio, este presente relatório aborda ainda um enquadramento teórico e uma revisão da literatura de outros tópicos como o Turismo e a Hotelaria, focando-se, sobretudo no município do Porto, visando tornar este trabalho mais completo e rigoroso ao consolidar as componentes práticas e teóricas adquiridas ao longo de todo o percurso académico do aluno.

Durante o estágio ambicionou-se que fossem colocados em prática os conhecimentos adquiridos durante o processo de formação especialmente no que respeita à gestão do departamento *de front-office e housekeeping*, e que novas competências e saberes tivessem sido adquiridos.

Competências transversais às várias áreas tais como: orientação para o cliente, o planeamento de atividades, trabalho em equipa, postura adequada, linguagem e oralidade de vários idiomas dominados, a análise de informação e capacidade de raciocínio rápido.

Acrescentando competências técnicas no departamento de alojamento nas componentes *front-office e housekeeping* como o atendimento geral ao público na receção, procedimentos de *check-in/check-out* de acordo com os standards, atendimento e encaminhamento de telefonemas, a abertura, movimento e fecho de caixa, a verificação e confirmação diária de todas as reservas, a emissão das chaves dos quartos e gestão dos andares.

1.2 Estrutura do relatório

O relatório está dividido em capítulos diferentes, o primeiro trata-se de uma pequena contextualização, que inclui a introdução, os objetivos e motivações da realização do estágio.

O segundo capítulo refere-se à revisão de literatura. Esta inclui a definição do conceito de Hotel, fazendo referência à estrutura interna de um hotel e aos segmentos de mercado que devem ser adotados pelos hotéis.

Este capítulo abrange, também, os grandes departamentos de um hotel: departamento de *Food & Beverage* (comidas e bebidas) e o departamento de alojamento (recepção e *housekeeping*).

O terceiro capítulo aborda a caracterização do hotel, nomeadamente a localização, acessibilidades, a história, os serviços, a missão, a visão e valores, e por último a estrutura organizativa/ liderança.

O quarto capítulo define as funções desempenhadas no estágio, descrevendo as tarefas executadas no departamento de F&B e no departamento de Alojamento (recepção e *housekeeping*).

No quinto capítulo fazem-se as considerações finais sobre a realização deste estágio.

1.3 Metodologia

A metodologia aplicada na realização do relatório recorreu ao uso de referências bibliográficas para a realização da revisão da literatura, à execução de entrevistas informais aos colaboradores para obter o maior número de informações sobre o hotel e por fim, na observação rigorosa e participação pessoal nas diferentes funções departamentais do hotel, visando a compreensão dos procedimentos a adotar em cada departamento e, aprendendo as funções atribuídas a cada colaborador.

Para completar o referido estágio, foi também necessário recorrer a uma metodologia de trabalho específica, tendo sido, maioritariamente, através da instrução dos sistemas informáticos específicos no local de estágio e a realização correta dos procedimentos, através de questões colocadas aos colegas da equipa de recepção.

Inicialmente foi fornecido um diretório, algo que se assemelha a um “abecedário” do hotel para poder consultar e conhecer melhor os serviços do hotel e um guia para instalar a aplicação para telemóvel da rede Vincci para conhecer os serviços disponibilizados pelo hotel.

Capítulo 2 – Revisão de literatura

Neste segundo capítulo procede-se a revisão da literatura, na qual se recorreu à consulta de demarcadas fontes bibliográficas, definindo assim, os conceitos e a temática a desenvolver no relatório de estágio.

Repartindo o capítulo em oito subcapítulos, estes primeiros descrevendo o fenómeno da indústria hoteleira à escala nacional , através da caracterização da hotelaria no contexto da atividade turística , a evolução recente da procura turística, a sua organização interna e a sua segmentação de mercado(no norte do país e município do Porto); seguindo-se da descrição objetiva e lexical de Hotel e dos dois grandes departamentos do Hotel, o departamento de F&B e o departamento de Alojamento (recepção e *housekeeping*), onde se focou o estágio.

2.1-A hotelaria no contexto da atividade turística

Segundo o Instituto Nacional de Estatística, 2019 foi o melhor ano que o setor turístico nacional teve, especialmente no que concerne a indústria hoteleira, estimando-se que o número de chegadas a Portugal de turistas não residentes tenha atingido 24,6 milhões, correspondendo a um crescimento de 7,9% face ao ano anterior, superior ao verificado em 2018 (+7,5%).

Neste sub-capítulo será feita uma descrição pormenorizada do ano de 2019 em valores concretos e rigorosos, autenticando o ónus que o Turismo acarretou para a economia nacional nesse mesmo ano, utilizando essas informações para relevar a importância da hotelaria no país, e promovendo a sua viabilidade, mesmo durante a pandemia de Covid-19 e a sua previsível recuperação como principal atividade económica para o país e doravante.

Posto isto, Espanha manteve-se como o principal mercado emissor de turistas internacionais (atingindo uma quota de 25,5%), tendo registado um crescimento de 8,2% em 2019 (mais 8,9% do que em 2018) e contribuído com cerca de 26,1% para o acréscimo total no número de turistas chegados.

Relativamente aos turistas do Reino Unido (15,4% do total), estes aumentaram em 7,6%.

As chegadas de turistas de França (quota de 12,6%) cresceram 2,1%, contudo perdeu alguma representatividade.

O mercado alemão (7,9% do total) apresentou uma variação nula em 2019, enquanto o mercado brasileiro (5,5% do total) aumentou 13,9%.

Fora da União Europeia, destacou-se um incremento de 23,2% nos turistas provenientes dos Estados Unidos.

A generalidade dos meios do alojamento turístico, estes sendo estabelecimentos de alojamento turístico, campismo, colónias de férias e pousadas da juventude, no total estavam em atividade 7 155 estabelecimentos (+19,2% relativamente a 2018).

Nos estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, alojamento local e turismo no espaço rural/habitação) concentraram-se 92,0% dos hóspedes e 90,2% das dormidas que se verificaram na generalidade dos meios de alojamento turístico, sucedendo os parques de campismo (quotas de 6,8% e 8,9%, respetivamente) e as colónias de férias e pousadas da juventude (1,2% e 0,9%, pela mesma ordem).

Nesse ano recordista para o país, em exclusivo, a hotelaria registou 58,0 milhões de dormidas.

O mercado interno assegurou 26,1 milhões de dormidas, correspondendo a 33,6% do total registando um crescimento de 5,9% em 2019 (+6,0% em 2018).

As dormidas dos mercados externos aumentaram 3,5% (+2,0% em 2018) e atingiram 51,7 milhões de dormidas (66,4% do total).

Porém, a estadia média, de 2,64 noites, reduziu-se 2,9% (-1,5% no caso dos residentes e -3,5% no de não residentes).

O Reino Unido manteve-se como principal mercado emissor (18,8% do total das dormidas de não residentes), tendo registado um aumento de 1,0%.

O mercado alemão (12,3% do total) apresentou uma diminuição de 5,3%, enquanto o mercado espanhol (11,0%) cresceu 7,6%.

Entre os principais mercados, salientaram-se também os mercados norte-americano (+21,3%), chinês (+16,8%), brasileiro (+14,9%), irlandês (+9,9%) e canadiano (+9,6%).

Nos estabelecimentos de alojamento turístico os proveitos totais ascenderam a 4,3 mil milhões de euros (+7,8%) e os de aposento a 3,2 mil milhões de euros (+7,9%), abrindo face ao ano anterior (+8,1% e +9,1%, respetivamente).

O “alojamento fornecido gratuitamente por familiares ou amigos” foi o meio de alojamento que concentrou o maior número de dormidas (38,3 milhões, 38,6%), revelando-se a principal opção nas viagens em território nacional (41,6%).

Nas viagens ao estrangeiro, o principal meio de alojamento foi “estabelecimentos hoteleiros e similares” (53,6% das dormidas).

Nos estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, alojamento local e turismo no espaço rural/habitação) registaram-se 92,0% dos hóspedes e 90,2% das dormidas, seguindo-se os parques de campismo (6,8% e 8,9%, respetivamente) e as colónias de férias e pousadas da juventude (1,2% e 0,9%, pela mesma ordem).

O mercado interno assegurou 26,1 milhões de dormidas, correspondendo a 33,6% do total, e registou um crescimento de 5,9% em 2019 (+6,0% em 2018).

As dormidas dos mercados externos registaram um crescimento inferior (+3,5%, após +2,0% no ano precedente) e atingiram 51,7 milhões de dormidas (66,4% do total).

Nos estabelecimentos de alojamento turístico (hotelaria, alojamento local e turismo no espaço rural/habitação), os proveitos totais ascenderam a 4,3 mil milhões de euros (+7,8%) e os de aposento a 3,2 mil milhões de euros (+7,9%), abrindo face ao ano anterior (+8,1% e +9,1%, respetivamente).

Na hotelaria, os hotéis abrangiam 68,4% da capacidade de alojamento total oferecida (camas), os hotéis-apartamentos 13,9% e os apartamentos turísticos 10,8%.

Nos hotéis, as categorias de quatro e três estrelas representavam 45,5% e 24,3%, respetivamente, do total da capacidade (camas) da tipologia, enquanto nos hotéis-apartamentos as unidades de quatro estrelas detinham uma quota de 68,4%.

Com tais valores tão significantes em 2019, prosperamente o setor hoteleiro encontra-se atualmente em vias de recuperação, pois à data de redação deste relatório o INE divulgou dados promissores para o ano de 2022 e posteriores, sendo que o setor do alojamento turístico registou 2,4 milhões de hóspedes e 6,0 milhões de dormidas em abril de 2022, correspondendo a aumentos de 424,6% e 548,4%, respetivamente (+462,6% e +540,6% em março, pela mesma ordem).

Face a abril de 2019, registaram-se crescimentos de 1,6% e 1,1%, respetivamente.

É a primeira vez, desde o início da pandemia, que se regista crescimento face ao período homólogo anterior à pandemia.

Em abril, o mercado interno contribuiu com 1,9 milhões de dormidas e os mercados externos totalizaram 4,1 milhões, o maior valor desde o início da pandemia.

Face a abril de 2019, o mercado interno cresceu 15,0% e os mercados externos diminuíram 4,4%.

Em abril, 22,9% dos estabelecimentos de alojamento turístico estiveram encerrados ou não registaram movimento de hóspedes (32,6% em março; 50,4% em abril de 2021 e 88,5% em abril de 2020).

No conjunto dos primeiros quatro meses de 2022, as dormidas aumentaram 449,2% (+181,0% nos residentes e +1 022,1% nos não residentes).

Comparando com o mesmo período de 2019, as dormidas decresceram 11,9%, como consequência da diminuição dos não residentes (-18,4%), dado que as de residentes registaram um aumento (+3,4%).

A totalidade dos dezassete principais mercados emissores registou aumentos expressivos em abril, tendo representado 88,0% das dormidas de não residentes nos estabelecimentos de alojamento turístico neste mês.

O mercado britânico (19,8% do total das dormidas de não residentes em abril) cresceu 1,4% face a abril de 2019.

As dormidas de hóspedes alemãs (12,6% do total) diminuíram 5,1% em abril face ao mesmo mês de 2019.

O mercado espanhol (quota de 12,2%) aumentou 0,9% face a abril de 2019.

Comparando com abril de 2019, os maiores crescimentos foram registados nos mercados checo (+78,5%), romeno (+58,6%), norte americano (+22,5%), irlandês (+18,9%) e polaco (+16,3%).

As maiores diminuições foram registadas nos mercados sueco (-30,9%), brasileiro (-20,0%) e francês (-15,0%).

Em abril, registaram-se aumentos das dormidas em todas as regiões.

O Algarve concentrou 27,1% das dormidas, seguindo-se a AM Lisboa (26,5%), o Norte (16,7%) e a RA Madeira (12,1%).

2.2- Mercado hoteleiro no Porto

De acordo com os dados supracitados, o setor hoteleiro tem estado em plena recuperação desde o primeiro trimestre de 2022, especialmente com o levantamento das restrições, a hotelaria encontra-se num caminho promissor à recuperação face a dois anos custosos.

Focando só no Porto, situando a unidade hoteleira onde foi efetuado o estágio, foi realizada uma consulta dos boletins estatísticos relativamente aos empreendimentos turísticos na cidade, visando uma interpretação de como tem evoluído recentemente a procura hoteleira e a segmentação do mercado, apesar dos retrocessos previamente mencionados, recorrendo a dados provenientes do portal do município.

No final de 2021, encontravam-se em processo de aprovação, na Câmara Municipal do Porto 118 processos de licenciamento de empreendimentos turísticos, dos quais 87% se destinavam a novas unidades.

Em 2021, deram entrada no Departamento Municipal de Gestão Urbanística 23 processos para empreendimentos turísticos, distribuídos equitativamente entre o 1º e 2º semestre.

Os novos empreendimentos turísticos, em termos de oportunidades de investimento, estimavam-se em cerca de 282 milhões de euros, dotando a cidade de uma maior e diversificada oferta hoteleira, nos quais 86% dos processos para novos empreendimentos turísticos seriam para hotéis, agregando 96% do total da capacidade prevista.

Centrando a análise apenas nas novas unidades hoteleiras, tais dados permitiram concluir que houve um interesse transversal em investir em todas as categorias de hotéis, contudo os estabelecimentos hoteleiros de gama alta - 4 estrelas (40%) e 5 estrelas (21%), estes representam 61% do total das futuras unidades.

O mesmo ocorreu com a capacidade prevista: 46 % nas unidades de 4 estrelas e 23% nas unidades de 5 estrelas, totalizando 69% da oferta futura.

Analisando os dados dos processos em curso, as unidades hoteleiras registadas no Turismo de Portugal permitiram conjecturar que a oferta hoteleira na cidade do Porto possa crescer 73%, atingindo as 245 unidades, enquanto a capacidade aumentará em 37%, ou seja, para perto das 24.500 camas.

Tendo em conta os estabelecimentos hoteleiros registados no Turismo de Portugal, os hotéis de 5 estrelas poderão crescer 127%, seguidos pelos de 4 estrelas com 69%.

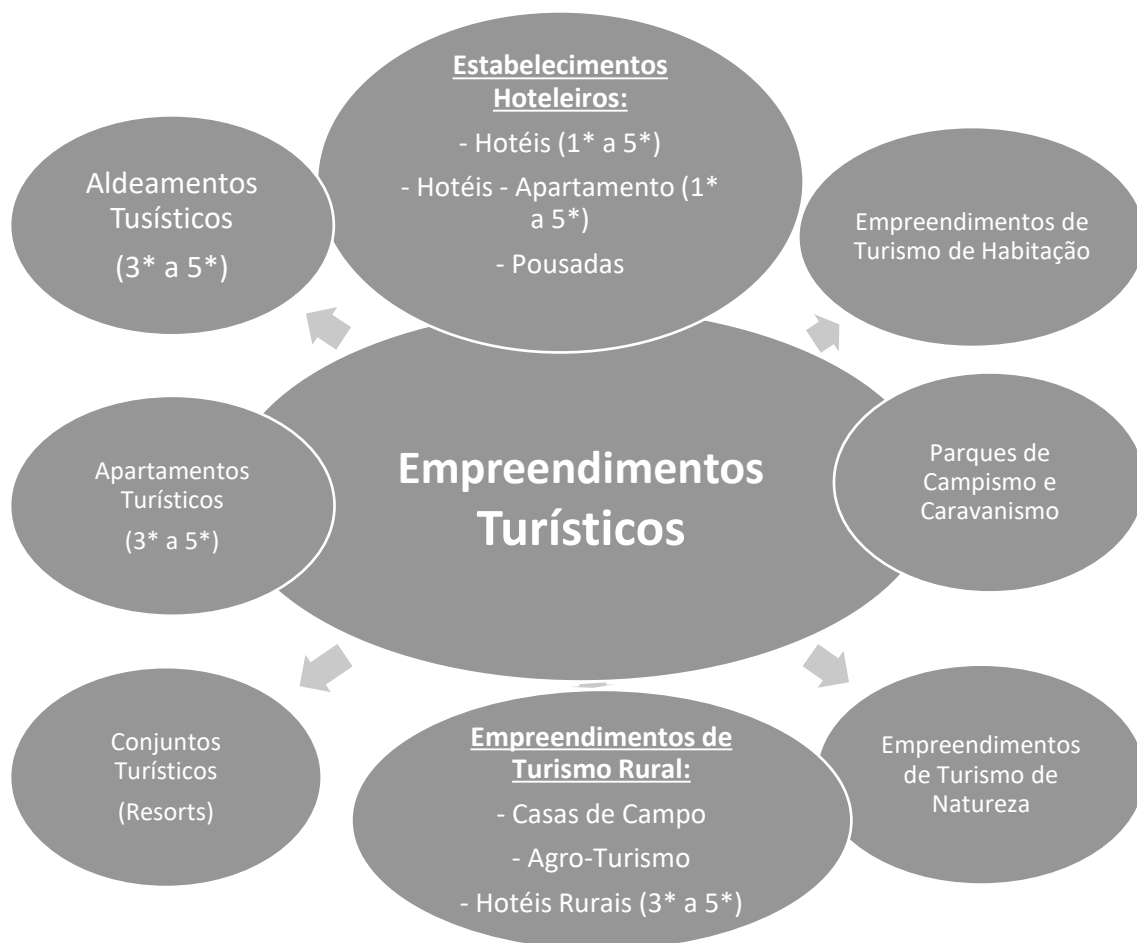
O mesmo se verifica na capacidade destas unidades, com aumentos previstos de 57% nos hotéis de 5 estrelas e 34% nos de 4 estrelas.

Os hotéis de 1 e 3 estrelas apresentam igualmente taxas de crescimento relevantes: 57% e 56% no número de unidades e de 29% e 33%, respetivamente, em termos de capacidade.

2.3- Conceito de Hotel

Consultando o Diário da República para referência oficial dos conceitos que se seguem, constata-se através do Decreto de Lei 228/2009 de 14 de setembro, Secção I - Noções e tipologias, Artigo 2º - Noção de empreendimentos turísticos que, "*Consideram-se empreendimentos turísticos os estabelecimentos que se destinam a prestar serviços de alojamento, mediante remuneração, dispendo, para o seu funcionamento, de um adequado conjunto de estruturas, equipamentos e serviços complementares.*" (p. 6290, ver imagem 1).

Imagem 1- **Empreendimentos Turísticos**



Fonte: Decreto-Lei nº 228/2009, de 14 de setembro.

O mesmo decreto de lei, na Secção III - Estabelecimentos Hoteleiros, Artigo 11º - Noção de estabelecimento hoteleiro, define como "*estabelecimentos hoteleiros os empreendimentos turísticos destinados a proporcionar alojamento temporário e outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimento de refeições, e vocacionados a uma locação diária*" (p. 6292).

A portaria 327/2008 - Ministérios do ambiente, do ordenamento do território e do desenvolvimento regional e da economia e da inovação, do Diário da República, 1ª série - Nº 82 - 28 de abril de 2008, refere que "*os estabelecimentos hoteleiros, os aldeamentos e os apartamentos turísticos se classificam nas categorias de 1 a 5 estrelas, atendendo à qualidade do serviço e das instalações*" (p. 2419).

Recorrendo a autores externos, define-se o conceito de Hotel, segundo Mata (2003), "*um estabelecimento que oferece um conjunto de bens e serviços para satisfação das necessidades dos seus clientes*" (p. 25).

Na sequência da mesma noção, Quintas (volume II, 2006) definiu hotel, como "*um estabelecimento destinado essencialmente a fornecer, mediante pagamento, alojamento temporário ao público, assegurando ainda, em regra, outros serviços (alimentação, bebidas, animação, lavandaria, etc.) de uma forma organizada e integrada*" (p. 363).

Complementando estas ideias, Medlik & Ingram (2002), defendem que "*Um hotel é um estabelecimento que oferece hospedagem, alimentação e bebidas para os viajantes e residentes temporários e, frequentemente, refeições e descanso e, muitas vezes outras instalações, para outros tipos de usuários*" (p. 4).

Na sucessão de conceitos de que um Hotel presta e dispõe de serviços aos seus clientes, a definição de serviço traduz-se em qualquer ação ou desempenho que uma parte possa ofertar a outra e que seja fundamentalmente intangível e não resulte na propriedade de nada, estando a sua produção vinculada, ou não, a um bem material.

Ainda, neste contexto, segundo Almeida (2010), o serviço pode ser entendido como um compromisso entre o prestador do serviço e o consumidor, isto é, ações ocorridas no contacto direto entre o cliente e quem está a fornecer o serviço.

Conquanto um hotel apresente uma panóplia de serviços para ofertar ao hóspede, a instituição deve ter a cautela ao escolher os seus serviços de acordo com as necessidades dos seus hóspedes.

Seguindo essa orientação, Quintas (Volume II, 2006) afirma que "*não deverá perder-se de vista que os clientes esperam dos hotéis a que recorrem ser tratados com cortesia, privacidade,*

conforto e segurança, não podendo o hoteleiro falhar na satisfação de nenhuma destas exigências", (p. 465).

Constatando que o hóspede, nos dias vigentes, é mais rigoroso e exigente, torna-se crucial que o hotel, para além de satisfazer as suas necessidades, consiga proporcionar um serviço com qualidade, excedendo as suas expectativas.

Para Almeida (2010), procurar conhecer o que o consumidor espera do serviço é fulcral para a empresa que está a prestar o serviço.

No sector turístico, prestar um serviço de qualidade, que venha atentar as expectativas do consumidor, está a tornar-se sucessivamente mais competitivo, visto que, o consumidor, está cada vez mais bem instruído e mais escrupuloso, conseqüentemente, assim procurando um serviço de maior qualidade, de forma a corresponder e até mesmo superar as suas expectativas.

Desta forma, um serviço de qualidade só será possível ser fornecido se um hotel apresentar uma estrutura interna planeada e devidamente organizada.

Quintas (volume II, 2006) afirma que, um hotel só atua de forma organizada se subsistir uma organização interna, para tal, o hotel divide-se em dois departamentos, *o Front of the Office* e *o Back of the Office*.

O Front of the Office engloba as áreas do hotel que têm um contato direto com o hóspede como a receção, o restaurante, o bar e o departamento de housekeeping.

O Back of the Office abrange as áreas que não tenham um contato direto com o hóspede, prestando-lhe assistência de uma feição indireta, como é o caso da cozinha, economato, serviços técnicos, administração (p. 368).

Relativamente à estrutura organizacional de um hotel, Quintas (2006, Volume II) compreende um conjunto de funções, todas estas com desígnios distintos, mas só em conjunto conseguirão satisfazer as necessidades de quem as usufrui.

Tais funções nomeiam-se:

- *Administração do Hotel- esta contende assegurar o controlo de gestão das atividades administrativas e financeiras, ou seja, tem a seu cargo os serviços administrativos, a direção financeira, a contabilidade financeira e analítica, a faturação, o secretariado e o contencioso.*

- *Direção do Hotel – componente responsável com poder decisivo sobre a organização, espectando objetivos de gestão e articulando as políticas necessárias à sua obtenção, assegurar as estruturas da organização e garantindo o domínio dos meios utilizados pela gestão e dos resultados obtidos pela entidade.*

- Departamento de Marketing e comercial – *compete-lhe promover a venda dos produtos e serviços do hotel através de campanhas publicitárias e de ações de relações públicas, assegurando, ainda, o serviço de pós-venda. Para que isto seja possível, é necessário que este departamento realize um estudo de prospeção do mercado, de forma a selecionar os segmentos de procura, os canais de distribuição mais convenientes, os níveis de preços a praticar e os packages (pacotes de ofertas) a criar.*

- Departamento de Recursos Humanos - *responsável pela gestão dos colaboradores da instituição, sendo encarregue por todas as fases de recrutamento e seleção dos colaboradores, assim como a sua avaliação profissional, a assistência médica, o processamento de ordenados e prémios de desempenho.*

- Departamento de manutenção - *responsável pela conservação e reparação do edifício, instalações e todos os equipamentos do hotel.*

- Departamento de segurança - *este pode estar ou não interligado com o departamento de manutenção, dependendo da capacidade e localização do hotel, é responsável pela segurança do estabelecimento, no que se refere ao patrulhamento das áreas periféricas do edifício, conservação do equipamento de vigilância, segurança, higiene e controlo de pessoas.*

- Departamentos de produção - *asseguram a realização das funções que garantam o desempenho eficaz dos serviços do hotel, como o serviço de quartos e o sector de alimentação e bebidas. Este departamento compreende secções como, o alojamento, a lavandaria, o restaurante, o bar, o room service, a cozinha, a pastelaria, o economato, as compras e o controlo.*

- Departamento de animação - *responsável pela realização das atividades compreendidas no programa de animação, coordenando a utilização dos equipamentos de lazer e desporto disponíveis para uso dos clientes, estes equipamentos englobam, por exemplo, a piscina, Health Club, campo de golfe, courts de ténis, ginásio, bicicletas.*

- *Outros departamentos complementares da atividade principal como as lojas e espaços comerciais, instalações de lazer e desportivas, discoteca, cabeleireiro, garagem, oficinas. (p. 377)*

Mesmo que um hotel apresente uma estrutura seccionada em departamentos com os seus colaboradores, com estes distribuídos por diferentes setores e, responsáveis pela execução das diversas funções necessárias ao favorável funcionamento da unidade hoteleira, em determinados casos, torna-se imprescindível recorrer à subcontratação, quer de recursos, quer de serviços.

Nomeadamente em serviços específicos que requerem uma maior especialização em determinado âmbito ou, em serviços onde é necessário um maior número de expedientes.

De acordo com Quintas (volume II, 2006) um hotel pode não conter suficientes estruturas ou, registar escassez de recursos humanos especializados para o desempenho de determinada função.

Nessas situações, o hotel necessitará de recorrer à subcontratação de recursos humanos ou determinado serviço, designadamente mencionado, o fenómeno de *outsourcing*.

Esta aplicação é bastante vulgar nas unidades hoteleiras e, podendo incidir em áreas como a lavandaria, limpeza e arrumação dos quartos, restaurante, animação, contabilidade, controlo de qualidade, formação do pessoal, segurança, manutenção ou funções financeiras.

Numa visão mais recente, o recurso ao *outsourcing* é mais acentuado devido "*à necessidade de redução dos custos, como forma de fazer face ao acréscimo da concorrência e ao surgimento das novas tecnologias que requerem um alto grau de especialização*" (p. 28).

Supracitada a organização interna de um hotel, aludindo aos seus diversos departamentos e aos serviços oferecidos aos hóspedes e utentes, de modo a satisfazer as suas necessidades, pode-se destacar que cada hotel deve destacar os seus serviços para um determinado grupo de clientes.

Ou seja, o hotel deve definir o segmento de hóspedes que pretende satisfazer, e dirigir os seus serviços de acordo com as necessidades desse específico grupo de clientes.

Esta segmentação de mercado facilita a organização da estrutura interna da unidade hoteleira, de modo a realizar serviços de excelência para os seus clientes, indo de encontro às suas necessidades.

2.4-Segmentação do mercado hoteleiro

Uma unidade hoteleira não consegue atuar em todos os mercados, nem satisfazer todas as necessidades dos diferentes públicos; para tal é estritamente necessário que cada hotel defina a tipologia de mercado-alvo onde irá atuar, bem como deverá assinalar quais os principais focos que irá aplicar sobre o hóspede que irá angariar.

Ou seja, cada hotel deverá realizar a sua segmentação de mercado.

A segmentação de mercado consiste na divisão do mercado em grupos que apresentem características semelhantes, havendo uma atenção pormenorizada para as necessidades de cada grupo.

Para Maroco & Maroco (2011), “A situação dos mercados turísticos é, na atualidade, altamente competitiva, nomeadamente no setor da Hotelaria, pelo que os seus representantes começam a sentir a necessidade de desenvolver um novo tipo de estratégia de marketing à semelhança do que ocorre noutros setores de atividade.” (p.72).

Segundo Medlik & Ingram (2002), " O mercado para os produtos dos hotéis pode ser dividido em vários componentes ou segmentos, o que permite que os hotéis individuais identifiquem os seus usuários reais e potenciais de acordo com os diversos critérios.

A segmentação, dessa forma, oferece a base para o marketing de produtos do hotel, para uma maior atenção às exigências de diferentes usuários e para a monitorização do desempenho nos mercados escolhidos por um hotel" (p. 22).

Torna-se necessário proceder à segmentação de mercado, de modo que as ofertas, por parte dos hotéis, correspondam e satisfaçam as necessidades dos seus clientes.

Mata (2003) refere que, " A segmentação mais usada em todos os hotéis é feita, levando em consideração, os diferentes tipos de negócio que o hotel alberga. Este tipo de segmentação divide-se em dois grandes grupos a saber: Individuais e Grupos" (p. 37).

As unidades hoteleiras, como referido anteriormente, podem estar subdivididas em diversos departamentos, de forma a melhorar a sua organização interna.

Os departamentos operacionais essenciais ao bom funcionamento de uma unidade hoteleira identificam-se como: Departamento *Food & Beverage* (F&B) e o departamento de alojamento, *front-office* (receção) e *housekeeping*.

Aplicando estas definições e projetando para um contexto real, no município do Porto onde se insere o hotel Vincci Porto, permite compreender a posição estratégica e competitividade que o hotel tem, face à segmentação da hotelaria.

Segundos os dados do 2º semestre de 2021 do boletim de empreendimentos turísticos, dados consultados do portal do município do Porto, demonstram uma concentração dos empreendimentos turísticos nos territórios centrais da cidade (79%), com destaque para a freguesia de Santo Ildefonso com 33% do total.

Na análise da distribuição espacial constata-se que estão previstas para os territórios centrais 84 novas unidades, ou seja, 82% dos novos empreendimentos.

Destes, destacam-se as freguesias Santo Ildefonso (27%), Sé e Cedofeita (12% cada) e Bonfim (11%), com 62% do total das novas unidades hoteleiras.

No território de Aldoar não existe, nem está previsto, qualquer empreendimento, enquanto para a Foz do Douro não está prevista nenhuma nova unidade hoteleira.

A concentração na zona central da cidade permite verificar que as artérias: Gonçalo Cristóvão (4), Aliados (4), D. João IV (4), Fernão de Magalhães (4), Bonjardim (3), Santa Catarina (3), e por fim, Boavista (Avenida), Alexandre Herculano, Almada, Cedofeita, Costa Cabral, Faria Guimarães, Pinto Bessa, Infante D. Henrique e S. João, com dois empreendimentos cada, concentram 37% do total da oferta hoteleira prevista.

Apesar da atual pandemia, o Porto mantém-se como um território atrativo ao investimento no setor do turismo como o demonstra o aumento e a diversificação da sua oferta hoteleira e garante ao hotel Vincci Porto uma clara vantagem sobre o resto da concorrência da edificação e prospeção de novos e atuais empreendimentos turísticos, pois esta unidade hoteleira situa-se exclusivamente na área territorial da união de Freguesias de Massarelos e Lordelo do Ouro, sendo que fica estrategicamente localizada na ria, propositadamente a metade do caminho beira-rio entre a Alfândega e a Foz do Douro, possuindo clara vantagem sobre a acessibilidade, meios de transporte e vistas sobre o rio, concorrendo diretamente com o hotel Torel Avantgarde, unidade de cinco estrelas com vistas para o rio mas a mais de 900 metros da beira-rio, ao invés do Vincci Porto, que está a 20 metros.

Todos estes detalhes são elementos diferenciadores relevantes para o hotel Vincci Porto, contribuindo para o seu posicionamento na segmentação do mercado hoteleiro, sendo estes explorados e expostos no capítulo seguinte.

2.5 Departamentos

2.5.1 Departamento de alojamento- Recepção/ *Front-office*

O departamento de alojamento, centrando-se em torno do *front-office* (receção), é o departamento que acompanha toda a estadia dos seus clientes, desde a chegada até à saída.

É este departamento cujas funções se focam na realização de reservas, pela receção dos clientes às instalações do hotel, por informar os clientes de todas as atividades e serviços do hotel, por auxiliar o hóspede ao longo de toda a sua estadia e, ao findar a sua estadia, cobrar o hóspede de quaisquer consumos ou serviços do hotel, procedendo assim à despedida.

De acordo com Quintas (2006, Volume II) "*A atividade do Front Office ao serviço dos clientes tem 19 frequentemente início em fase anterior à sua chegada ao hotel e prolonga-se*

até à sua saída, incluindo as operações relacionadas com a entrada e permanência daqueles no estabelecimento", (p. 409).

Quintas (2006, volume II), refere, também que, este departamento inclui outros departamentos compartilhados: receção, caixa, portaria, reservas e telefones.

Na receção realiza-se o acolhimento dos hóspedes aquando da chegada destes à unidade hoteleira, efetuando o seu Check-in (registo da entrada dos hóspedes), verificar o room status (controlo da situação dos quartos) e, realizar a faturação dos produtos e serviços usufruídos pelos hóspedes, durante a sua estadia. A caixa, essencialmente é a receção, só alterna a nomenclatura, tem o encargo de efetuar o check-out dos clientes, ou seja, o controlo do crédito dos clientes e a admissão das suas contabilidades.

À portaria cabe as funções de assistir os clientes, no que se refere a informações, transporte de bagagens, serviço de mensagens, recebimento, distribuição e expedição de correio e, de vigiar e manter a segurança do hotel e dos seus clientes.

As reservas ocupam-se de reservar e vender os quartos/habitações e os serviços do hotel, controlando a capacidade disponível do hotel.

Por fim, a categoria dos telefones é responsável por todo o serviço telefónico que ocorra no hotel. (p. 409).

No departamento de *Front-Office* é imprescindível o uso e recurso a sistemas automáticos, computadorizados, para facilitar a organização interna, geralmente *Protel, Oracle* e *Maestro*.

Estes sistemas, devem conter as reservas efetuadas, histórico de informações específicas e relevantes sobre todos os hóspedes do hotel, o *room status*, ou seja, a situação da disponibilidade dos quartos, o registo dos consumos, depósitos e faturação de cada cliente, e ainda o controlo e registo do *check-in* e *check-out* dos seus hóspedes.

Receção

A receção, é a secção do departamento de *front-office* que estabelece o contacto inicial e interpessoal com o hóspede, deste modo, segundo Manuel Quintas (2006, Volume II) *"não será difícil reconhecer a necessidade de garantir o funcionamento, superiormente eficaz deste departamento, por forma a causar nos visitantes uma impressão agradável, predispondo-os, favoravelmente para os serviços que posteriormente lhes serão prestados."*(p. 410).

Assim sendo, a receção desempenha um papel vital, através da receção dos hóspedes com uma postura correta, projetando-lhes uma imagem ideal do estabelecimento, visto que o primeiro contacto é a imagem de marca de qualquer estabelecimento.

As funções atribuídas à receção, compreendem a receção e o acolhimento dos hóspedes aquando da sua chegada ao hotel, a reserva de serviços do hotel sempre que solicitados pelos seus utentes, a faturação do alojamento e dos serviços, o atendimento dos pedidos e reclamações dos clientes ao longo de toda a sua permanência.

Além de desempenhar tais funções, a receção, também é responsável pela organização e manutenção dos arquivos da secção, para que estes estejam sempre organizados e de fácil acesso a todos os colaboradores da secção e *back-office*.

A caixa, uma das funções da receção, é responsável por todas as tarefas relacionados com a concessão e o controlo de crédito, operações de câmbios e receção de contabilidades, realizando-se ao instante do *check-out*.

Segundo Mata, (2003), esta secção tem como principais objetivos, registar todas as vendas realizadas, mantendo tanto as contas, tanto como o controlo interno atualizado, recebendo as contas dos hóspedes e as receitas dos vários pontos de venda e organizando a contabilidade dos cofres.

"A Caixa desempenha, ainda, outras tarefas, como fazer câmbios de moeda estrangeira, aceitar valores para guardar nos cofres, etc., mas a sua preocupação principal deve ser, a de que o check-out seja para o cliente o corolário de uma estada bem passada" (p. 149).

Esta secção tem um nível de responsabilidade superior, visto ser responsável por todas as transações monetárias realizadas num estabelecimento hoteleiro, sendo assim, relevante que os colaboradores responsáveis por esta secção mantenham os documentos e relatórios de contas sempre organizados, de forma a facilitar a sua consulta por parte dos restantes membros do estabelecimento, aquando necessário.

Portaria

Na portaria foca-se na assistência aos hóspedes, quer nas informações sobre o hotel, quer no transporte de bagagens e até mesmo na admissão do correio e, em determinadas unidades hoteleiras, na sua segurança.

Segundo Mata (2003) *"À portaria está consignada uma grande responsabilidade e a seleção dos Porteiros deve ser feita com grande cuidado, pois eles representam, quase sempre, a imagem do hotel."* (p. 171).

Posto isto, deve-se salientar que os porteiros devem expressar com os hóspedes uma relação hospitaleira e amigável, de forma que estes se sintam bem acolhidos e cómodos à chegada da unidade hoteleira.

Os porteiros devem estar informados sobre todos os serviços do hotel para, se necessário, comunicarem ao hóspede quando este solicitar alguma informação, cabendo-lhes ainda auxiliar os hóspedes, quando necessário, através do transporte da bagagem ou apenas transmitirem informações.

A organização do correio e de mensagens que poderão chegar para os hóspedes, também, fazem parte das tarefas dos porteiros.

O departamento da Portaria pode englobar outras funções, como o denominado Trintanário e o Bagageiro, sendo que, por definição Trintanário é a pessoa que se ocupa da porta do hotel, recebe os hóspedes e notifica a receção da chegada destes.

De acordo com Mata (2003), "*O seu lugar é diante a porta do hotel. Abre as portas das viaturas que chegam e cumprimenta os clientes. Quando se trata de uma chegada, avisa a receção...*", (p. 193).

O Bagageiro é a pessoa responsável pela bagagem do cliente, a ele cabendo-lhe a função de, no momento da chegada do hóspede ao hotel, retirar a mala do carro e transportá-la até ao quarto do cliente.

O mesmo fará no momento em que o cliente termina a sua estada e sai do hotel.

Reservas

A divisão das reservas, como será de prever, de reservar e transacionar os quartos e os serviços do hotel, ou seja, em grande porção dos casos é o primeiro contacto que o hóspede realiza com o hotel.

De acordo com Américo Mata (2003), "*..., definimos reserva como um pedido adiantado de venda de um quarto para uma data futura.*" (p. 49).

Igualmente, outras mais definições de reserva defendidas por Mata (2003), "*... o departamento que faz o controlo eficiente e rentável do fluxo de entradas e saídas dos hóspedes, auxiliando no planeamento antecipado das ocupações e assegurando a disponibilidade dos quartos à chegada do cliente.*" (p. 50)

As reservas são planeadas e organizadas pelos sistemas de reservas, sendo que cada unidade hoteleira cria o seu sistema de reserva de acordo com o tipo e dimensão do seu hotel, bem como

em função do serviço que apresenta, sendo fulcral que o sistema de reserva adaptado à escolhida unidade hoteleira abranja aspetos como o *Yield Management* (o sistema que propõe os preços ideais a vender no momento em que é feita a reserva), o *room status* (inventário de disponibilidade dos quartos), *Guest History* (histórico dos hóspedes), os contratos com as agências de viagens e os operadores turísticos, *registration card* (formulário de reserva) e, a confirmação de reserva.

As reservas podem ser efetuadas de duas formas: diretamente com o hotel (ao balcão, por telefone ou por e-mail), denominado de *walk-in*, ou através de intermediários (agências de viagens, operadores turísticos).

2.5.2 Departamento de *Housekeeping*

O departamento de *housekeeping* tem como funções a limpeza, desinfeção, arrumação, apresentação dos quartos dos hóspedes e das áreas comuns do hotel.

Segundo Medlik & Ingram (2002) “A principal função de um hotel é acomodar aqueles que estão longe de casa, e as acomodações para dormir são o produto mais característico de um hotel”, (p. 87).

Visto que a principal função de um hotel é alojar os seus hóspedes, Quintas (2006, volume II) afirma que os “quartos constituem o produto básico dos empreendimentos hoteleiros e o único insuscetível de ser dispensado por estes, valendo sobretudo pelos níveis de conforto, higiene e comodidade proporcionados aos seus utentes.” (p.465).

Para que um hotel apresente um nível de conforto, higiene e comodidade de referência é necessário que este se apresente bem estruturado e organizado; para tal objetivo, deve-se distribuir tarefas e encargos por diversos departamentos.

O departamento de andares centra-se na limpeza, arrumação e apresentação dos quartos do hotel.

O departamento da lavandaria, a este compete a limpeza e a desinfeção da roupa utilizada no hotel e por fim, o departamento da limpeza, ao qual corresponde ao saneamento do hotel, ou seja, de todas as áreas comuns do hotel.

Departamento de andares

Segundo Quintas (2006, Volume II) “*A organização do departamento de andares deverá permitir prestar a atenção devida à generalidade dos hóspedes, garantindo o conforto, segurança e bem-estar a que têm direito em todas as circunstâncias.*” (p. 469).

Sendo este departamento responsável pela limpeza, arrumação e apresentação do alojamento dos hóspedes, é necessário que haja rigor e disciplina por parte dos colaboradores do hotel, para que desempenhem corretamente as suas funções e, encantem os seus hóspedes.

Quintas (2006, Volume II) refere que, “*A disciplina de trabalho e o comportamento do pessoal de quartos deverão ser completados por uma irrepreensível apresentação das empregadas, concorrendo significativamente para o prestígio do estabelecimento.*” (p. 465)

Departamento de lavandaria

O departamento de lavandaria, como a função a denomina, realiza a lavagem, secagem, engomadoria e arrumação da roupa utilizada no hotel.

A roupa do hotel necessita de um tratamento particular, uma vez que esta será usada pelos utentes e, de certa forma, na higiene pessoal e atividades mais íntimas.

Afirma Quintas (2006, Volume II) que, “*o tratamento dispensado à roupa do hotel, a fim de garantir a higiene e a apresentação exigíveis, o qual deverá contribuir para a imagem de qualidade global do estabelecimento*” (p.495).

Indo além deste cargo, o departamento, também procede ao cuidado e preservação da roupa dos seus colaboradores e da roupa pessoal do hóspede, sempre que este o requisite.

Neste sentido, os estabelecimentos hoteleiros ao oferecerem um serviço de lavandaria aos seus frequentadores, necessitam de desempenhar esse serviço de uma forma eficiente e cuidada.

De acordo com Quintas (2006, Volume II), “*trata-se, obviamente, de um trabalho da maior importância e responsabilidade, no qual os serviços de rouparia deverão pôr o melhor cuidado e atenção, garantindo a entrega da roupa aos clientes com a rapidez pretendida por estes*” (p. 503).

Quanto à arrumação da roupa, após devidamente lavada e engomada, esta deve ser colocada num local limpo e protegido de conspurcações, separando a roupa dos quartos da roupa da restauração.

Segundo Quintas (2006, Volume II), “*A roupa do hotel deverá ser armazenada e estantes e prateleiras de capacidade uniforme, convenientemente resguardada do pó... A roupa de*

quartos, por exemplo, deverá encontrar-se separada da de mesa, devendo atender-se ainda, para efeitos de arrumação, às suas dimensões e modelos, quando variáveis.” (p. 504)

Departamento de limpeza

O departamento de limpeza encarrega-se de limpar, desinfetar e ordenar as áreas comuns do hotel, ou seja, receção, casas de banho públicas, zona de refeições, salas de lazer e conferências, e outras mais instalações que a unidade disponibilizar.

Generalizando, entende-se que este departamento se responsabiliza pela higiene dos espaços públicos do hotel, sendo assim indispensável uma dedicação e rigor no local de trabalho, visto que o hóspede valoriza a apresentação do hotel no momento da sua chegada.

Segundo Quintas (2006, volume II), "*A apresentação das instalações dos estabelecimentos hoteleiros de qualquer natureza e categoria deverá obrigar a especiais cuidados de limpeza e higiene destinados a libertar as superfícies (pavimentos, paredes e tectos), mobiliário, elementos decorativos e equipamentos de qualquer tipo de sujidade, e a assegurar a higiene indispensável a um ambiente saudável*" (p. 472).

2.5.3 Departamento *Food & Beverage*

O departamento de *Food & Beverage*, traduz-se no departamento de restauração (comidas e bebidas), onde o sector de produção engloba as secções que transformam a matéria-prima em produto final, caso das cozinhas, e que do serviço dependem todos os pontos de venda e secções anexas como restaurantes, bares, mini-bares, *room servisse* e copas.

No departamento F&B (abreviado) é essencial que os colaboradores se sintam estimulados e principalmente que possuam a capacidade de trabalhar em equipa, não descuidando, obviamente, da sua aptidão técnica e formação profissional.

De acordo com Quintas (2006, volume II), "*os principais fatores residem na dimensão e categoria do estabelecimento, o tipo de cozinha (exemplo: cozinha tradicional, cozinha temática), da qualidade e quantidade dos equipamentos disponíveis e na importância do serviço de banquetes*". (p. 586)

De uma forma geral, e segundo Quintas (Volume II, 2006) "*o departamento de F&B deve conter, cozinheiros, pessoal de sala e copeiros. Dependendo dos fatores mencionados anteriormente, podemos repartir estas funções, por chefe de cozinha, cozinheiro, pessoal da*

pastelaria, pessoal da cafetaria, chefe de sala, pessoal de sala, pessoal de room service, barman, pessoal do economato, chefe de copa e copeiros.

O essencial é estabelecer uma hierarquia, de modo que todos os colaboradores consigam respeitar-se e, conseqüentemente se sintam motivados para desempenharem as suas funções corretamente". (p. 586)

O departamento de F&B abrange diversas secções, todas com finalidades distintas e que exclusivamente realizando tais encargos de forma simultânea e de mutualidade, poderão alcançar um produto final, isto sendo, um produto que tem como desígnio a satisfação das necessidades dos consumidores.

Visando clarificar as relações entre as diferentes secções de economato, restaurante (pequenos-almoços, almoços e jantares), *room service* e bar, procede-se à descrição das atividades desenvolvidas por cada uma.

Economato

O Economato, uma das secções do departamento de F&B, de acordo com Moser (2002) é definido como "*o local onde são armazenados todos os géneros alimentícios perecíveis, ou seja, produtos enlatados, enfrascados, ensacados, engarrafados, empacotados, enfim, os também designados produtos de mercearia.*" (p. 97).

O autor, também, evidencia que este local deverá ser um refrigerado, com pouca humidade, de forma a não alterar a qualidade dos produtos.

O economato deverá conter bancadas e prateleiras para armazenamento de produtos, bem como câmaras frigoríficas, de modo a conservar todos os alimentos que necessitem de ser armazenados ao frio, prolongando a sua validade e mantendo as suas características próprias.

Cada câmara frigorífica deverá conter apenas produtos com características semelhantes, de forma a evitar a alteração e deterioração das mercadorias.

Quintas (volume II, 2006) menciona que, "*as operações de aprovisionamento referem as seguintes fases: Encomenda, Autorização, Requisição, Compra, Receção e Armazenamento. A primeira fase, a Encomenda, refere-se ao momento em que é dada a ordem de compra, isto acontece quando é ultrapassado o stock mínimo de cada produto.*

A ordem de compra terá de ser transmitida, através de uma nota de encomenda à pessoa responsável pela realização das compras, obtendo, então, a autorização para efetuar essa compra. Após a autorização será realizada a requisição, elaborada pela pessoa responsável pelo economato e remetida à pessoa responsável pelas compras.

No serviço de compra deverá ter-se em atenção as especificações das mercadorias de acordo com as ofertas dos fornecedores, escolhendo as mercadorias que melhor se adequem às necessidades do hotel, estabelecendo, assim, uma política de compras.

Aquando da receção de mercadorias, a pessoa responsável deverá verificar a quantidade, qualidade e preço de cada um dos produtos, conferindo se as mercadorias correspondem à encomenda realizada.

Após a receção das mercadorias, estas devem ser armazenadas corretamente e individualmente, nos locais específicos, de acordo com a sua natureza, dentro do economato”. (p. 527)

Assim, o economato é o espaço onde são arrecadados os produtos necessários à atividade da cozinha e, conseqüentemente à restauração.

Torna-se relevante que haja um contacto direto entre secções, para que no economato estejam sempre presentes os produtos necessários ao bom desempenho da cozinha e, naturalmente, do departamento de F&B.

Restaurante

O restaurante de uma unidade hoteleira, como os restantes restaurantes externos, é um espaço onde são consumidas, as refeições confeccionadas pela cozinha, sendo que neste âmbito deve possuir um cunho próprio e pessoal, bem como um conceito inovador, de forma a diferenciar-se de outros hotéis, de forma a atrair atenção e fator de atração do hóspede.

Quintas (Volume II, 2006) refere que "*Os restaurantes dos estabelecimentos hoteleiros deverão possuir uma identidade de qualidade, resultante de uma combinação de design original do espaço físico, mobiliário e decoração; grande qualidade da comida e nível de serviço; aspeto atraente das mesas, composição equilibrada da carta e agradável apresentação do pessoal*", (p. 508).

A acrescentar que, "*O restaurante é sem dúvida uma das secções mais complexas dos estabelecimentos hoteleiros, tanto pela natureza especial da função que lhe cabe desempenhar, como pela importância da sua relação com outros departamentos a que está intimamente ligado e de que depende em boa medida*", nomeadamente a cozinha (p. 513).

Cada estabelecimento oferece ao seu cliente as refeições que considerar importantes, mediante a estrutura e tipo do hotel, não descartando que as refeições possíveis a apresentar pelos hotéis, identificam-se, pelos pequenos-almoços, os almoços e os jantares.

Serviço de Pequenos-Almoços

Geralmente, e dependendo das unidades hoteleiras, o serviço de pequeno-almoço é a única refeição incluída na estadia dos hóspedes, sendo que esta é das refeições que lhes proporciona tempo antes de efetuar o *check-out*, não despendendo de muito do seu tempo no consumo, visto que é uma refeição rápida e eficiente.

Quintas (2006) refere que, "*O pequeno-almoço é, em muitos casos a única refeição que os hóspedes tomam no estabelecimento a que se acolhem, proporcionando, por isso, aos hoteleiros a possibilidade de os impressionar favoravelmente e procurar levá-los a utilizar o restaurante do hotel durante a estadia*" (p. 571).

Uma das formas mais eficientes de servir esta refeição é através do formato de *Buffet*. Sendo um modelo de serviço, denominado de *self-service*, implica que o cliente se sirva a si próprio, a partir de uma mesa ou bancada com os alimentos, bebidas e materiais necessários, como louças, copos e talheres.

Em certos casos, o hotel opta por servir à mesa, a pedido do hóspede, as bebidas quentes (café, chá, chocolate e leite), através de uns recipientes térmicos, de forma a conservar a sua temperatura.

A modalidade de pequeno-almoço *Buffet* é considerada uma mais-valia, apresentando algumas vantagens para o hote, principiando pela facilidade do serviço, visto que é o próprio cliente que se serve, os colaboradores apenas têm de prestar alguma assistência.

Se o serviço é realizado pelo cliente, isso implica uma redução do número de colaboradores necessários ao serviço, e conseqüentemente, uma redução de custos.

Por fim, a modalidade *Buffet* tende a originar um serviço mais rápido, o que por sua vez, garante uma elevada rotação dos lugares disponíveis na sala.

No serviço de pequenos-almoços, mesmo recorrendo ao *Buffet*, é necessário que exista uma carta de pequenos-almoços.

Essa carta deve contemplar todos os alimentos e bebidas incluídos no respetivo serviço e, os seus respetivos preços, para que o cliente a possa consultar e se possa informar do tipo de produtos que terá à sua disposição.

A carta deverá ser elaborada no idioma nacional da entidade hoteleira do país em que se encontra e nas restantes línguas estrangeiras mias comuns, de forma a estar acessível a todos os clientes.

Serviço refeições - almoço e jantar

As refeições mais elaboradas, como os almoços e os jantares podem ser servidos de diferentes formas.

De acordo com Medlik & Ingram (2002), *estes serviços de restaurante dividem-se em três níveis de serviços, o serviço self-service, serviço no balcão e serviço à lá carte.*

No serviço de self-service, também designado Buffet, o cliente é que serve a sua refeição, adquirindo os alimentos junto de uma mesa ou balcão e, posteriormente, senta-se numa mesa para a consumir.

Outro dos serviços, o serviço no balcão, consiste em servir a refeição ao cliente, sendo consumida no balcão.

Por fim, o serviço à la carte, onde o cliente é servido por um colaborador do estabelecimento, que anota o pedido do cliente e o serve na mesa.

Nesta última forma de serviço, à la carte, pode ser oferecido ao cliente dois menus diferentes.

O menu table d'hôtel, que consiste num menu com opções limitadas, e com um preço único para qualquer combinação de itens escolhidos, ou com um preço determinado pela escolha do prato principal e o menu à la carte, este oferece várias opções de itens, sendo que cada item possui um preço específico. (p. 102)

Nos serviços de refeições é necessário que exista uma carta do restaurante, onde sejam contemplados todos os pratos confeccionados no restaurante.

Quintas (Volume II, 2006) afirmou que, *"A carta do restaurante deverá proporcionar a satisfação dos clientes, graças, sobretudo, ao nível, variedade e originalidade das confeções propostas, à qualidade dos produtos utilizados e à oferta de preços considerados justos pelos destinatários."* (p. 520).

O cardápio não deverá ser demasiado extensivo ou descritivo, no âmbito que não seja necessária uma exagerada diversidade de mercadorias, evitando a existência de elevados stocks.

Em relação à sua organização, esta deverá ser organizada pela mesma ordem em que são servidas as refeições, começando pelos acepipes, seguindo-se os cremes, as massas, os peixes, as carnes a fruta e sobremesas e, por fim as bebidas, sendo que as bebidas poderão estar contempladas numa outra carta mais específica.

A carta deve ser alterada constantemente, indo de encontro às necessidades dos clientes, sendo mais aconselhável uma alteração sazonal, visando acompanhar a variação e a

disponibilidade dos produtos do mercado, casos aplicáveis a épocas de carnes de caça, pesca ou marisco.

Room service

Certas vezes, os hóspedes, por qualquer tipo de preferência (inclusive por ser mais prático na sua ótica, questões de mobilidade, privacidade ou simplesmente por questões de preferência e gostos pessoais), refutam o consumo de refeições nas áreas destinadas para esse efeito, preferindo usufruir dessas na comodidade dos seus quartos

Nestas situações o hotel deve oferecer como solução o serviço de *Room Service*.

Segundo Quintas (2006, Volume II), este serviço define-se no "*fornecimento de refeições e pequenos consumos, nos quartos*" (p. 569).

O serviço de *room service* deve ser um serviço efetuado com discrição, qualidade e profissionalismo, de forma a satisfazer corretamente os pedidos dos clientes do hotel.

Este serviço não deverá ser muito delongado, considerando atentivamente o tempo de espera do hóspede, evitando que este espere demasiado tempo.

Quando um hóspede requer a poção de *room service*, indicando uma hora específica, esse horário deve ser prontamente cumprido, evitando futuras reclamações ou insatisfações.

O *room service* é, particularmente, recorrido no serviço de pequeno-almoço, segundo Quintas (2006, Volume II), "*o pequeno-almoço no quarto conserva uma ideia mística e, se tomado na cama, representa mesmo uma noção de luxo e fantasia*", (p. 570).

Outros aspetos a ter em consideração neste tipo de serviço, é a qualidade dos alimentos e o seu arranjo de forma que não comprometa nenhuma característica, sendo até o transporte das bebidas ser feito de acordo com os requisitos do hóspede.

Relativamente aos colaboradores do hotel responsáveis pelo transporte deste serviço aos quartos dos hóspedes, é necessário que estes se apresentem devidamente identificados e que a sua postura permaneça extremamente profissional no desempenho da sua tarefa, tendo sempre em consideração especial à proximidade e respeito para com o hóspede, não invadindo a sua privacidade.

Bar

Maioritariamente das vezes, as instalações do bar são usufruídas pelos hóspedes ou utentes externos quando estes necessitam de um local confortável e discreto para conviver, ou simplesmente para tomar uma bebida ou uma refeição ligeira, como *snacks*.

De acordo com Medlik & Ingram, (2002), “*o bar de uma unidade hoteleira é responsável por servir, tanto os seus clientes, como os não clientes. Neste local do hotel, podem ser servidas as diversas bebidas, bem como algumas pequenas e rápidas refeições, ao longo do dia, de forma a satisfazer as necessidades dos seus clientes*”. (p. 105)

Os bares dos hotéis devem considerar a variedade das bebidas disponíveis, o formato de como do serviço é prestado e a envolvência do espaço.

Relativamente à variedade das bebidas disponíveis, estes devem contemplar uma carta de bebidas onde constem todos os tipos de bebidas (alcoólicas e não alcoólicas), bem como os seus respetivos preços, de modo que o utente a possa consultar e fique informado de todas as bebidas que o hotel oferece.

Se, por sua vez, no bar esteja contemplado o serviço de refeições, deverá também existir uma carta dessas mesmas refeições.

Quanto à prestação do serviço, esta varia de espaço para espaço e do tipo e normas de hotel, até mesmo de condutas que sejam identitárias de uma cadeia de hotéis, o serviço terá de ser realizado por um colaborador/*barman* que possua formação específica na elaboração de todas as bebidas.

O ambiente e o espaço, apresentado neste local, deve contemplar um ambiente acolhedor e agradável, em prol de que os seus utentes se sintam confortáveis e, conseqüentemente, usufruam dele ao longo da sua estadia.

A gestão do *stock*/capacidade de armazenamento e disponibilidade do bar, é necessário que cada estabelecimento estipule um volume de consumíveis mínimo obrigatório, sendo que este deverá estar diretamente interligado com as restantes atividades do estabelecimento.

O responsável pela gestão do bar deverá ter em atenção os produtos disponíveis em armazém e os serviços estipulados para os dias seguintes, desempenhando a gestão, contabilizando o inventário dos produtos em armazém e as encomendas a realizar dos produtos em falta, de forma que o hotel consiga satisfazer diariamente os pedidos dos seus hóspedes.

Capítulo 3- Caracterização da empresa

3.1- Natureza jurídica e sede

A Vincci Hoteles, S.A., é uma sociedade comercial por quotas, com o número único de matrícula e de pessoa coletiva: A-82919945; e de número de identificação fiscal: 980 397 464, ficando sediada na rua Calle Anabel Segura, 11, Edifício A Bajo, Centro de Negocios Albatros, Arroyo de La Vega, Alcobendas, em Madrid, Espanha.

Encontra-se matriculada com os dados de inscrição no Registo Mercantil de Madrid, de Tomo 16500, Fólio 0, folha M 280931, 1ª inscrição.

O endereço de correio eletrónico geral da empresa é dpd@vinccihoteles.com

A empresa Vincci Hoteles, S.A., dedica-se à operação dos seguintes Hotéis (* representam a classificação por estrelas atribuídas):

- Vincci Consulado de Bilbao 4*
- Vincci Albayzín 4*
- Vincci Selección Rumaykiyya 5*
- Vincci Selección Posada Del Patio 5*
- Vincci Málaga 4*
- Vincci Estrella Del Mar 5*
- Vincci La Rábida 4*
- Vincci Lys 4*
- Vincci Palace 4*
- Vincci Mercat 4*
- Vincci Costa Golf 4*
- Vincci Vía 66 4*
- Vincci Soho 4*
- Vincci Capitol 4*
- Vincci Centrum 4*
- Vincci Soma 4*
- Vincci The Mint 4*
- Vincci Puertochico 4*
- Vincci Tenerife Golf 4*
- Vincci Frontaura 4*

- Vincci Bit 4*
- Vincci Gala 4*
- Vincci Mae 4*

No caso do hotel pretendido para realizar o estágio, a Vincci Hoteles S.A. tem como empresas subsidiárias, a Lusovincci e a Falopin como operadoras portuguesas nas cidades do Porto e Lisboa, respetivamente.

LUSOVINCCI UNIPESOAL, LDA., com o número de pessoa coletiva 508642418, sediada na Rua Do Comércio, nº 32 a 38 e na Rua De S. Julião, nº 47 a 57, na freguesia de S. Nicolau, concelho de Lisboa, dedicada à operação destes hotéis:

Vincci Baixa 4*

Vincci Liberdade 4*

FALOPIN HOTÉIS - HOTELARIA E SERVIÇOS, LDA., domiciliada na Rua do Campo Alegre, 830, 9º, 4150 - 171 Porto, dedicada à operação do Hotel Vincci Porto 4* e Hotel Vincci Ponte de Ferro 4*.

3.2- Objetivos da Vincci Hoteles

O lema do grupo Vincci Hoteles, S.A., segundo o website dedicado é *“Escolher um hotel Vincci é escolher um hotel que esteja inteiramente concentrado no hóspede.*

Da conceção ao serviço de uma estadia num hotel Vincci é uma experiência única que se pode esperar em cada visita.

“Um conceito, muitas experiências...”, “Fazer valer pequenos detalhes”, “Porque não há substituto para o relaxamento...”

“Travel. Live. Vincci”.

Enquanto objetivos, Carlos Calero, atual CEO e fundador do grupo hoteleiro, decreta a visão e valores praticados pela Vincci Hoteles:

“Bem-vindo a um grupo que utiliza todo o seu potencial para fornecer valor em troca do tempo e confiança de cada cliente.

Bem-vindo a uma filosofia que combina um excelente serviço, um ambiente singular, e o encanto de edifícios de referência e de vanguarda para transformar o seu negócio e lazer em algo mais do que uma atividade: uma experiência completa.

Visite-nos e verá que tudo se destina a que desfrute da nossa empresa para além dos limites das nossas instalações.

Por favor, entre, está convidado.”

3.3- Localização e acesso

O Hotel Vincci Porto encontra-se situado na cidade do Porto, na Alameda de Basílio Teles 29, de código postal 4150-127, pertencente à união de freguesias de Lordelo do Ouro e Massarelos.

Em termos de facilidade de acesso ao hotel, há variadas possibilidades de deslocações, dispondo de opções como o autocarro público (linhas 500 e 403), comboio elétrico clássico (linhas 1 e 18), pedonal e como é usual, qualquer outro género de viatura de transporte de passageiros.

O hotel encontra-se a 15 minutos de carro do aeroporto Francisco Sá Carneiro; a 5 minutos via elétrico desde a zona da Cordoaria parando no museus do Carro Elétrico, que se situa paralelamente ao hotel; 25 minutos a pé desde a zona da Ribeira acompanhando sempre o trajeto do rio em direção à Foz, na qual a promenade tem um acesso pedonal e para ciclistas dedicado aos transeuntes, inclusive um trajeto definido para os peregrinos que se deslocam pelo roteiro dos Caminhos de Santiago (de Compostela).

Em caso de necessidade, a linha do comboio metropolitano/metro (abreviado), o mais próximo é o da Casa da Música, na rotunda da Boavista, ficando a 10 minutos a pé desde o hotel, e a 25 a pé da estação de comboios de São Bento.

Felizmente será prolongada a linha do metro, transpondo a ter, aproximadamente no fim de 2023/meados de 2024, uma paragem na Galiza, paralela aos prédios Mota-Galiza, permanecendo a 5 minutos do hotel.

3.4- História concisa de Vincci Hoteles

Rufino Calero iniciou a sua carreira profissional em 1953 na Husa Hoteles, permanecendo na cadeia até 1958, ano em que se tornou Diretor Executivo da cadeia Hispanhotel. Em 1961, adquiriu o seu primeiro hotel, em Saragoça, o Hotel Gran Vía, o ponto de partida da sua carreira empreendedora. No ano de 1965 lançou um novo sector na indústria hoteleira, o Hotel Edelweis, em Candanchú, durante quatro anos.

Foi então procurado por Arturo Estrada para criar a Divisão Hoteleira do que foi o primeiro operador turístico espanhol, a OTA, e em 1975 já tinha 15 hotéis em funcionamento. Fundou a empresa Tryp Hotels juntamente com Max Mazín e Antonio Briones, que no ano 2000 tinha 80 estabelecimentos em todo o mundo, com mais de 30.000 camas.

Em 2001, juntamente com os seus filhos, fundou a cadeia Vincci Hoteles.

Fundada em 2001 pela família Calero, a Vincci foi criada como um projeto baseado nas bases de uma vasta experiência no sector hoteleiro (presentemente mais de 50 anos), alcançando, num curto espaço de tempo, uma posição de liderança, rápida expansão e rápido desenvolvimento tanto em Espanha como a nível internacional, estando destacada pela sua entrada nos mercados português e tunisino, onde a sua expansão internacional começou.

Nos anos seguintes, a cadeia foi inaugurando unidades hoteleiras em novos destinos, a completar ainda mais, se isso fosse possível, a carteira da empresa.

Em particular, nos últimos dois anos, Vincci abriu cinco novos hotéis, para dar à cadeia o número de referência de 40 hotéis, como por exemplo o Vincci Ponte de Ferro em Vila Nova de Gaia.

A cadeia tem atualmente 37 hotéis: 29 em Espanha, 6 na Tunísia e 2 em Portugal, em que cada hotel, um carácter único, segundo as alegações da empresa.

Um modelo de negócio que não imutou rigorosamente nada desde a sua conceção, e um foco claro: fazer da estadia de cada hóspede uma experiência completa.

A filosofia da Vincci baseia-se na satisfação dos gostos e exigências de cada um dos seus hóspedes, personalizando a sua estadia, prometendo-lhes exclusividade e um serviço da mais alta qualidade, tentando ser capaz, além disso, de surpreender estes com um design inovador, único para cada projeto hoteleiro.

Um modelo de negócio que foi pioneiro quando foi criado.

Enquanto outras empresas no final dos anos 80 e início dos anos 90 se concentravam na homogeneização dos seus hotéis, tanto em serviços como em design, o grupo Vincci compreendeu o viajante moderno e aplicou esse conhecimento a um novo modelo de negócio.

Segundo Carlos Calero, fundador e CEO da Vincci: *"Sabemos que cada hóspede é diferente, tal como cada razão para viajar. Os nossos hotéis, e os serviços que cada um oferece, são igualmente diversos.*

Criámos VINCCI com o desejo de sermos únicos e de nos posicionarmos no sector com um conceito que não existia na altura: uma cadeia especializada em hotéis de 4 e 5 estrelas, cada um com o seu próprio carácter.

O mesmo hóspede pode sentir-se igualmente confortável num dos nossos hotéis urbanos se estiver a viajar em negócios (localizados mesmo no coração da cidade, em edifícios emblemáticos, bem comunicados e rodeados por uma quantidade incrível de atividades de lazer), como num dos nossos hotéis de férias (sempre localizados em zonas privilegiadas, com as melhores vistas para o mar e uma lista interminável de serviços adicionais para completar a sua estadia e torná-la especial), se estiver à procura de lazer e relaxamento”.

É por isso que, além do alojamento, Vincci oferece uma gama completa de serviços adicionais, como uma vasta seleção de restaurantes com cozinha contemporânea, com cada um deles baseando o seu menu nos produtos locais, serviços adicionais centrados no bem-estar, criando *Spas* relaxantes e áreas exclusivas para organizar os eventos mais especiais, e sempre em hotéis localizados em paisagens urbanas ou naturais.

3.5- Caracterização do Hotel Vincci Porto

O edifício do hotel datado dos anos 30 tem de área e terreno bruto 6854 m², onde se encontra instalado, foi outrora, nesses mesmos anos a Bolsa de Pescado, onde se vendia o peixe para toda a cidade.

O projeto de edificação e compra pelo grupo hoteleiro foi liderado pelo arquiteto Januário Godinho, tendo sido totalmente remodelado e decorado pelo arquiteto José Carlos Cruz, pela construtora Lucios, A400, Projetistas e Consultores de engenharia.

Foram premiados com o Prémio Nacional de Reabilitação Urbana de 2015, na categoria de “Uso Turístico”, concedido pela revista Vida Imobiliária y Promevi, com o apoio do Governo

de Portugal e da Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, para distinguir as obras de reabilitação urbana com grande valor para a sociedade.

O estabelecimento manteve a estrutura do edifício original praticamente intacta do antigo lote, cuja fachada proporciona uma visão dos baixos-relevos que evocavam a vida árdua dos pescadores locais da cidade.

O projeto de recuperação e decoração procurou seguir a vertente estilística *Art Déco* e *Prairie*, especialmente da estilização de Frank Lloyd Wright (Figura 2), dos mais nomes mais proeminentes da arquitetura do século XX, que se vê refletido nos seus espaços amplos e luminosos.

A intervenção prendeu-se essencialmente com a preservação da identidade arquitectónica do antigo edifício "Mercado do Peixe / Bolsa do Pescado" (Figura 4), explorando os critérios-base que dão suporte quer ao seu usufruto público, quer à conservação e restauro dos seus elementos estruturais e arquitetónicos, quer à demanda por evidenciar os elementos reveladores da qualidade arquitetónica desta construção, permitindo aos seus utentes uma leitura global das várias fases de que o conjunto.

A edificação foi sustentada num juízo de valor acerca da importância relativa da construção pré-existentes, juízo esse que se encontrava fundamentado na sua própria história.

O estudo do projeto apresentado pressupôs a demolição do volume edificado correspondente aos antigos armazéns frigoríficos, que se encontravam em avançado estado de degradação, para dar lugar ao volume das unidades de alojamento do empreendimento turístico, sem que com isso se aviltasse o carácter global do conjunto edificado.

Tal substituição permitiu um novo conjunto edificado que, aliado ao volume que se manteve, garante não só a recuperação, mas também a qualificação e revitalização deste imóvel classificado como Património Cultural e toda a sua área de influência.

As diferentes valências funcionais do hotel são distribuídas da seguinte forma:

No piso -1, localiza-se o espaço reservado ao estacionamento (destinado aos utentes do hotel), para cargas/descargas e toda a compartimentação técnica do empreendimento, encontrando-se também a cozinha do restaurante, as instalações sanitárias destinadas ao pessoal, o gabinete do maître, gabinete do chefe de cozinha e o gabinete do chefe de manutenção com áreas de arrumos dedicadas a esses sectores, e por fim localizam-se igualmente as salas de reuniões, com as suas áreas técnicas e espaços de serviços de apoio.

No piso 0, ao nível do rés-do-chão, localiza-se o acesso principal ao empreendimento, bem como o foyer/lobby, o restaurante (Figura 5), 22 unidades de alojamento, o espaço reservado à administração/direção do hotel (*back e front offices*, e departamento de Recursos Humanos), bem como áreas de serviço.

No piso 1, localiza-se o prolongamento do foyer/lobby respeitante à galeria de acesso ao bar, o próprio bar, Douro Lounge (Figura 6), 23 unidades de alojamento, e áreas de serviço como o escritório da governanta.

No piso 2 localizam-se 28 unidades de alojamento e áreas de serviço.

No piso 3 localizam-se 22 unidades de alojamento e áreas de serviço.

No piso 4, com acesso exclusivo por escadaria (até ao piso 3 há elevador), fazendo-se através da área histórica renovada e recuperada das suítes, para o bar exterior de terraço, o Douro Sky Lounge (Figura 7), com vista periférica para toda a área circundante do hotel.

A nível de organização espacial, o volume correspondente à nave da antiga Bolsa do Pescado (a Poente), é o centro estruturador da organização funcional do novo programa (Figura 8).

O principal acesso público faz-se através do vão existente, na Alameda Basílio Teles, por dois lanços de escada, implantados simetricamente à entrada e paralelos à fachada permitindo compensar o desnível que existe entre a rua e o foyer/ lobby proposto, deparando-se de frente com um volume, algo que se assemelha a um cilindro, que alberga o *back office* e o gabinete da direção do hotel, que domina o espaço do foyer fronteiro a esse volume localiza-se o balcão da receção.

Na parte superior deste volume localiza-se um bar com acesso através do varandim existente no piso 1.

No volume da zona de gaveto da Alameda Basílio Teles com a Rua D. Pedro V, localiza-se o restaurante, 33 Alameda que funciona também como a sala de refeições e pequenos-almoços, sendo complanar com o foyer/lobby, fazendo comunicação através de vãos com generosas dimensões.

A opção por esta localização do restaurante (Figura 9) prende-se com o interesse em potenciar a sua “abertura” ao exterior, dado que tem acesso direto à rua, através da porta localizada no gaveto do volume.

Nos pisos acima do restaurante, localizam-se 9 unidades de alojamento (que incluem as 4 suítes), com acesso exclusivo.

Com a nova estruturação procurou-se obter o menor impacto possível sobre a estrutura original, adaptando-a às condicionantes existentes e respeitando integralmente o desenho da fachada original e respetivos vãos.

As unidades de alojamento (quartos) distribuem-se ao longo de um corredor (Figura 10) e as ligações verticais aos vários pisos realizam-se através de três núcleos de escada e ascensor, implantados de modo a garantir os requisitos exigidos pela segurança contra incêndios (dois núcleos destinados a utentes e um núcleo destinado a pessoal de serviço).

Salientando no interior das unidades de alojamento, existem instalações sanitárias completas, acessíveis através de uma antecâmara.

3.6- Estrutura organizacional

O Vincci Porto é um hotel de média dimensão, com 82 quartos, pertencente a um grupo de gestão familiar, a Vincci Hoteles S.A. que é dirigida pelo CEO Mr. Carlos Calero (filho de Rufino Calero, fundador da cadeia hoteleira Tryp).

Em termos estruturais e hierarquia dentro da organização principal que Carlos Calero lidera, é relativamente escassa a informação disponibilizada na Internet, só mesmo pode ser acessada por credenciais próprias atribuída a determinados colaboradores dentro do hotel, através de uma intranet, onde se podem contactar outros colegas e colaboradores internamente.

A estrutura organizacional da unidade hoteleira obedece a determinadas regras no que toca à hierarquia como se pode observar no organograma da figura 11 (em Anexos).

O hotel segue um conjunto de regras “standards operacionais” e “standards de qualidade” formulados pelo grupo ao qual pertence o hotel.

A diretora geral é Catarina Nolasco, sendo assistida por uma sub-diretora, posto inédito dentro do grupo hoteleiro, visto que tal cargo é inexistente noutras unidades do consórcio.

A direção geral é o comando operativo, pois os vários departamentos do hotel estão sobre o seu comando, sendo a gestão feita, segundo a própria de uma forma mais atenta e meticulosa, a denominada micro-gestão, segundo o portal da Infopédia é um *“modo de liderança de empresa, organização ou atividade em que a delegação de funções é mínima ou inexistente, havendo um acompanhamento próximo de cada situação e detalhe e um controlo excessivo por parte de quem dirige”*.

3.7- Problemáticas remuneratórias

Especificamente nas atividades de Alojamento (CAE 55- Classificação da Atividades Económicas), a remuneração bruta mensal por trabalhador situou-se em 1 060 Euros em 2019 (1 033 Euros em 2018), inferior em 217 Euros ao registado no total da economia nacional.

Em 2019, ano cuja economia nacional atingiu novos recordes, através da redução da dívida pública e o Turismo como a atividade económica mais lucrativa para o país, seria previsível, dados estes resultados tão favoráveis, o crescimento da remuneração bruta mensal por trabalhador nas atividades de Alojamento (+2,6%), contudo foi inferior ao registado no total da economia (+2,8%), invertendo uma tendência de crescimento superior neste setor que se verificava desde 2016.

À data da elaboração deste relatório e em plena recuperação económica após quase dois anos de pandemia Covid-19 (ou a tentativa desta) a remuneração total, datada a 10 de fevereiro de 2022, segundo dados oficiais do INE, foi, no entanto, mais baixa nas atividades de agricultura, produção animal, caça, floresta e pesca (855 euros) e nas atividades de alojamento, restauração e similares (881 euros) dados estes que se encontram nos Anexos, Figura 14.

O INE refere ainda que nestas atividades, contudo, a remuneração total aumentou 5,3% e 6,1%, respetivamente, face ao ano anterior (2021).

Visto que nas plataformas INE e Pordata, os salários médios mensais relativos ao setor turístico encontraram-se indevidamente divulgados/declarados do ano de 2021, pela inconstante e instabilidade económicas derivadas da pandemia da Covid-19 que ainda assola os planos de recuperação económica do país (ainda não se alcançaram os resultados recordistas de 2019), ao longo destes dois anos de pandemia ainda permanecem certas dúvidas e incongruências no que concerne à remuneração dos trabalhadores nesta área.

Usufruindo dos conhecimentos dos contactos estabelecidos com os colaboradores do hotel onde foi desempenhado o estágio, por variados departamentos foram sendo questionados os colaboradores e funcionários da unidade, visto que o estagiário tem interesse próprio em averiguar se será uma boa área para início de carreira profissional e prospeções da mesma.

À exceção da direção e de outros elementos da direção como a área de Recursos Humanos e o comercial de vendas, todos os departamentos do hotel alegavam que a sua remuneração foi reduzida significativamente desde 2019, estando até num impasse e imprevisível estado “*on and off*” do estatuto de *lay-off*, trazendo incertezas e dificuldades salariais.

O vencimento anunciado pelo *staff* é de 705 euros, faltando acrescentar o subsídio de alimentação, valor não declarado, sendo este desde 1 de agosto de 2017, o valor de 4,77 euros, no caso da função pública, porém as empresas privadas são livres de praticar o valor que desejarem ou até de não disponibilizar deste benefício, frisando que tais rendimentos aos longos anos têm sido incrementados gradualmente com valores tão reduzidos, tendo em especial atenção à descida de ordenados desde 2020.

Capítulo 4- Descrição do estágio

Atividades desenvolvidas durante o estágio

O seguinte capítulo refere as atividades desempenhadas durante o estágio que decorreu de 15 de fevereiro a 28 de abril de 2022, num total de 390 horas.

Neste refere-se os dois departamentos onde decorreu o estágio, nomeadamente o *Front-office* e um reduzido período no departamento de *Housekeeping*, na qual foi por iniciativa própria, visto que o estágio estava findando.

Front-office

O estágio iniciou-se no departamento de *Front-Office* no dia 15 de fevereiro, tendo sido recebido pela chefe de recepção/*Front-Office* Dra. Marta Vieira que iniciou o meu processo de acolhimento no hotel.

O estágio no departamento de *Front-Office* durou cerca de 3 meses, 390 horas, num horário das 8:30 às 17 horas, onde foram exercidas as funções de rececionista na portaria do Vincci Porto.

No primeiro dia foi entregue, para ser estudado e assimilado o mais rápido possível um manual explicitando determinadas condutas, muito sintetizado em informação, seguindo uma ordem alfabética por conteúdos, cunhado pelos funcionários de “abecedário”.

Nesse mesmo guia constam informações como os acessos ao hotel, informações sobre o município, os géneros de almofadas disponíveis, empresas de aluguer de viaturas, contactos de assistência médica, entre outros.

Seguindo a ordem alfabética, estão explanados variados critérios a memorizar e interiorizar deste “guia de boas condutas”:

A

ACESSOS

A entrada principal para os hóspedes realiza-se pela Alameda Basílio Teles nº 29.

Aberto 24 horas, 365 dias por ano.

Está disponível um elevador adaptado para pessoas com mobilidade reduzida.

O estacionamento já se realiza pela rua lateral, pela Rua Fonte de Massarelos.

ALARME DE INCÊNDIO

Todos os quartos e áreas comuns encontram-se equipados com detetores de incêndio.

Não é permitido fumar em todas as áreas e instalações do hotel, em exceção do *Rooftop Bar*.

ALMOFADAS

Existem 4 tipos de almofada (sujeitas a disponibilidade).

Almofada Suave-Modelo "Pluma"- para um descanso mais suave, toque perfeito e resistência mínima.

Almofada Média - Modelo "Latex Toners- a adaptabilidade perfeita e o preenchimento transpirável que proporcionam o máximo conforto.

Almofada Anatômica - Modelo "Cervical"- posição perfeita para cabeça e pescoço.

Almofada Relax-Modelo "Bon Repo"- para uma noite de repouso absoluto.

ALOJAMENTO

O hotel dispõe de 95 quartos, distribuídos por 2 edifícios diferentes, totalmente equipados com ar condicionado e aquecimento, minibar completo, ligação gratuita à Internet por todo o hotel, TV via satélite, telefone, WC completo e privado, espelho de aumento, secador, carta de almofadas, cofre e também um amplo conjunto de boas-vindas.

ALUGUER DE CARROS

O hotel tem uma parceria (através de comissões e bónus para a equipa de receção) com empresas como a CarFast, Turisrent ou Valpirent.

AMENITIES-SET DE PRODUTOS DE BOAS-VINDAS

Em todos os quartos encontra-se sempre à disposição: gel de banho e champô em doseador, sabonete, esponja, touca e pente.

A reposição realiza-se diariamente e sempre que o hóspede solicitar.

O hotel também dispõe de loção corporal, colónia, kit de barbear, kit dental, kit feminino, kit de beleza, kit de costura (com lima), lenços de papel, calçadeira e engraxador de sapatos (*ON REQUEST*).

ANIMAIS DE ESTIMAÇÃO

Não são permitidos animais de estimação dentro do hotel.

AR CONDICIONADO

Cada quarto dispõe de climatização individual durante todo o ano.

Para contribuir para a poupança de energia tem que se utilizar a climatização com portas e janelas fechadas.

O aparelho não liga nem desliga automaticamente, devendo utilizá-lo somente quando necessário.

ASSISTENCIA MÉDICA AO HOTEL

Clínica Médica da Foz: 226178917

Clínica do Bonfim: 919642166/225103411

Anjos da Noite: 707507707/912561845 (Manuel Pereira)

B

BABY SITTING

Empresa: CandyHands, cobrando de preçário por hora: 20€ (mínimo 2h de serviço)

BAGAGEM

O hotel dispõe de uma sala exclusiva para armazenar a bagagem sem qualquer custo adicional.

BAR DOURO LOUNGE

Localizado no piso 2.

Possui ampla varanda e variada carta de bebidas espirituosas, refrigerantes, cafés e chás *à la carte*.

Possui carta de snacks disponível, decorrendo no horário de funcionamento das 13h00 às 00h00 todos os dias.

BERÇO

Sujeito a disponibilidade e gratuito.

C

CAMA EXTRA

Sujeito a disponibilidade e com um valor adicional de 45€/noite.

CHECK-IN/CHECK-OUT

A hora de entrada é realizada a partir das 14h00.

A hora de saída é até às 12h00, sendo que a chave magnética caduca automaticamente a esta hora.

Se cliente necessitar de permanecer no quarto mais tempo, tem a possibilidade de estender o período de saída até às 14h00 de forma gratuita, mediante a disponibilidade.

Das 14h00 às 18h00 tem um custo adicional de 30€.

Após as 18h00 é considerada uma noite adicional.

COFRE

Todos os quartos dispõem de um cofre de utilização gratuita.

O hotel não se responsabiliza por danos ou perdas causadas a objetos depositados no cofre.

Em caso de o cliente necessitar depositar algo de valor especial, pode sempre fazê-lo na Receção (cofre do escritório da Diretora).

CORREIO

Aceitam-se postais já com selos.

CÁPSULAS DE CAFÉ

Todos os quartos são providos de uma máquina de café com 2 cápsulas de café e outras 2 de café descafeinado, sendo estas cortesia do hotel apenas no 1º dia.

Após o 2º dia, já não são disponibilizadas, mas os clientes podem solicitar as mesmas, tendo um custo adicional de 0,50€/unidade(cápsula).

CÁPSULAS DE LEITE

Estas são cortesia do hotel apenas no 1º dia; após o 2º dia, do mesmo modo, as mesmas já não são disponibilizadas, porém os clientes podem solicitar e ser-lhe-ão fornecidas gratuitamente.

CHÁ

Todos os quartos são providos de uma chaleira com 2 saquetas de chá, uma verde e outra de menta; após o 2º dia, já não são disponibilizadas, no entanto os clientes poderão adquirir mais saquetas de forma gratuita.

Caso seja requisitada uma saqueta de outra variedade/sabor, poderá ser feita uma requisição ao restaurante.

CONTACTOS

Direção:

Directora: Catarina Nolasco - catarina.nolasco@vinccihoteles.com;

Sub Directora: Marina Landin - marina.landin@vinccihoteles.com;

Administração:

Sandra Costa- sandra.costa@vinccihoteles.com;

Chefes de Departamento:

Recepção: Marta Vieira - marta.vieira@vinccihoteles.com;

Chef Cozinha: Élio Pinto - elio.pinto@vinccihoteles.com;

Housekeeping: Tânia Afonso-tania.afonso@vinccihoteles.com;

Manutenção: Francisco Vilela - francisco.vilela@vincclhoteles.com ;

Economato: Sandra Miranda - sandra.miranda@vinccihoteles.com;

Departamento Comercial & Grupos/Eventos:

Comercial: Carlos Cruz- carlos.cruz@vincclhoteles.com;

Grupos: Mariana Dionísio- grupos.porto@vinccihoteles.com e

eventos.porto@vinccihoteles.com

Mail Geral para informação a todo o Hotel-hotelporto@vinccihoteles.com.

D

DESPERTAR:

O hóspede pode solicitar serviço de despertar, na qual de seguida se deve marcar na folha dos despertares e transferências de hóspedes (idas e chegadas com marcação prévia), junto ao telefone a hora e o quarto e marcar diretamente no telefone *55, e de seguida a hora pretendida.

E

ELEVADORES

O hotel dispõe de 4 elevadores; caso o cliente pretenda, pode utilizar as escadas de emergência para aceder aos quartos ou às áreas comuns do hotel.

Só o elevador que dá acesso à garagem é que vai até ao quarto piso, o do lado oposto (acesso às salas de reuniões) vai apenas até ao terceiro.

ESTACIONAMENTO

O hotel possui parque de estacionamento privado, que se encontra localizado, na Rua Fonte de Massarelos.

O custo é de 12,00€ por dia por viatura/espço de estacionamento, apenas havendo 19 lugares para venda, sendo que um é bastante pequeno ou seja (apenas uma mota ou um carro pequeno terá espaço).

F

FATURAS

Perguntar sempre antes se cliente deseja incluir o nº de contribuinte pessoal ou de empresa.

Caso seja de empresa, ver primeiro em Protel se já não está a empresa criada/registada no sistema informático.

Caso não esteja, criar sempre em letras minúsculas e utilizar o site: www.nif.pt para ajuda na criação da empresa em sistema.

DEPÓSITO:

O pagamento é realizado sempre no *check-in* (no entanto hóspedes habituais, é dada a opção *check-in* ou *check-out*).

Permite-se faturar apenas o alojamento e as TT (Taxa Turística) ou só o alojamento, os extras o cliente pode pagar no CO, mediante o fornecimento de um cartão de crédito para garantia.

FINAL

Tem de estar sempre igual à fatura depósito (nome do cliente, NIF, nacionalidade e IVA)

Obrigatório imprimir uma fatura para juntar ao processo outra para colocar na estante de arquivos das saídas e a fatura para o cliente, perguntando se deseja em papel ou se pode ser enviado para o e-mail.

FORMAS DE PAGAMENTO

Formas de pagamento aceites: Dinheiro, Visa, Mastercard, American Express, Diners Club.

FOTOCOPIAS

Preto e Branco: 0,03€

Cores: 0,05€

FIRE REPORTS

Cada turno deverá imprimir a lista de Fire Reports.

No Protel ir a Módulos Adicionales > Fire Reports PDF > colocar a data do dia presente > imprimir.

Isto é muito importante para caso haja falhas de sistema e ser possível realizar os check-ins e check-outs sem o Protel.

I

INTERNET

A rede denomina-se “Vincci Porto”, sendo o acesso condicionado por uma password facultada pela equipa da Recepção ou com o nº de cartão de cidadão ou passaporte do titular da reserva.

Nas salas de reuniões (Bolsa 1 e 2), a rede é “Vincci Salones”.

L

LAVANDARIA

Existe uma folha de lavandaria disponível com os preços para cliente preencher; o serviço não se encontra disponível aos fins-de-semana.

As entregas são realizadas em 24 horas, todavia se o hóspede pretender receber a roupa no mesmo dia-“Serviço Express” - o preço terá um valor acrescido de 50%.

Por questões de segurança, os quartos do hotel não possuem tábuas nem ferros de engomar, mas os clientes podem contactar a Recepção a solicitar os mesmos.

LIMPEZA

A limpeza dos quartos é realizada diariamente entre as 08h00 e as 16h30, porém, se o hóspede requisitar a limpeza do quarto que seja realizada a uma hora que lhe seja mais conveniente, basta contactar a Governanta ou alguém responsável do turno (quando está de folga) e solicitar prioridade de limpeza.

P

PEQUENO-ALMOÇO BUFFET

A sala de pequeno-almoço encontra-se no piso 1 (o mesmo piso da recepção), tendo um custo de 15€ por pessoa por dia mas se aderirem no dia de check-in ou pelo menos um dia antes do dia, que pretendem tomar, o valor é 12€.

O horário de pequeno-almoço de 2ª a 6ª-Feiras é das 07h00 às 10h30; aos sábados, domingos e feriados, das 08h00 às 11h00.

O pequeno-almoço por *room service* está disponível exclusivamente até às 12 horas, contendo uma taxa adicional de *room service* de 4€.

Em caso do cliente solicitar o supracitado serviço por contacto telefónico, no próprio dia, a chamada deverá ser encaminhada para o Restaurante

Quando o cliente solicita de um dia para o outro, deverá ser questionado se pretende café ou chá, se deseja “quentes” (ovos mexidos, bacon, cogumelos) e remeter essa indicação/informação para o restaurante. Este procedimento evita o desperdício.

R

RECEPÇÃO

Aberta 24h todo o ano.

RESTAURANTE 33 ALAMEDA

O horário para almoço é das 12h30 às 15h00 todos os dias; o horário de jantar está definido entre as 19h30 e as 23h00 todos os dias.

ROOM SERVICE

Horário: das 13h00 às 22h30.

ROOF TOP-DOURO SKY LOUNGE

Horário: das 13h00 às 22h30

T

TÁXI

Existe um dispositivo (*butler*) da Táxis Invicta para “chamar” um táxi para os clientes, e deste modo, facilitar o processo, não sendo necessário contactar a rede de táxis, de forma habitual.

Perguntar sempre ao cliente se o pagamento será em cartão ou em dinheiro; se for em cartão, será necessário ligar a solicitar essa condição.

Táxis Invicta: 225076400

Similarmente organizam-se transferes do aeroporto para o hotel mediante marcação direta com a receção. É imprescindível possuir informação detalhada, do voo e hora de chegada.

TELEFONE

Todos os quartos estão equipados com telefone, para os clientes puderem contactar a receção, em caso de necessidade, os números são o 9 ou 3000.

Para contactarem entre quartos, os clientes podem pressionar a tecla 4 e depois digitar o número do quarto pretendido.

Estágio

A primeira semana de estágio assentiu sobre a aprendizagem e execução dos pressupostos do supracitado guia, e para tal, o estagiário acompanhou a chefe de receção no *back-office*.

Durante o acompanhamento, foram ministradas e instruídas as diretivas básicas e as ferramentas mais importantes da receção: a plataforma de cloud, “*Citrix*” e o sistema computacional que rege 90% das operações digitais do hotel., *Protel*, este que se encontra em mais de 50% dos hotéis instalado.

Foram também transmitidas instruções gerais da rede de transportes da cidade, informações para providenciar aos hóspedes, nomeadamente, sobre acessibilidade, tipologia de transportes, restauração, atrações turísticas, visitas a monumentos, entre outros.

Este acompanhamento foi feito de forma intensiva durante os primeiros dois meses.

Findo esse período, foi permitido ao estagiário trabalhar como rececionista de forma quase autónoma, embora sempre amparado/apoiado, por parte do chefe de receção, da subchefe da receção e os restantes rececionistas, especialmente em situações peculiares, em ocasiões de cariz mais sensível e maior discricção, em casos de extrema lotação e fluxo exacerbado de hóspedes para efetuar *check-ins* e *check-outs*.

Aproximadamente 80% das reservas são efetuadas pelo *Booking*, por ser a plataforma digital mais notável/divulgada em termos publicitários, de marketing e mais intuitiva, cobrando 20% de comissão. Mais, por vezes a dita plataforma ainda consegue ser mais acessível, em termos de preço do que uma reserva direta ou opção de *walk-in*; havendo dias em que a diferença poderá ser de 50€.

As restantes plataformas em que foram reservadas as outras mais estadias, as que mais se destacavam estatisticamente eram a Expedia, Roiback, HotelBeds e Viagens El Corte Inglés.

Relativamente às restantes tarefas desempenhadas, em grande parte, estas eram realizadas com a supervisão dos colaboradores/trabalhadores, uma vez que, careciam da devida autorização superior (ou da direção ou da chefia da receção). Estas tarefas tratam-se de redação de e-mails de perguntas e respostas a clientes, envios de e-mails de faturação entre outros tipos de Q&A via eletrónica.

No que concerne à faturação, esta é feita diariamente, realizada 3 vezes por dia em 3 turnos diferenciados.

O primeiro é turno da manhã, o segundo é o da tarde e finalmente durante o turno da noite, sendo que o *Night Manager* faz um somatório, revisando os turnos anteriores em caso de alguma omissão ou lapso/engano, elaborando uma auditoria a todos os recibos, faturas, documentos arquivados e consulta dos históricos dos *TPAs* (máquinas de pagamento automáticas por cartão).

Em abril, aproximando-se o fim do estágio, por iniciativa própria por parte do estagiário, foi solicitado que as restantes horas do fim de turno, se focassem no departamento de *Housekeeping* e de andares. Assim, o estagiário iniciou esta tarefa, aproximadamente a partir das 15:00 horas ou nas horas de maior fluxo de hóspedes a realizar check-outs, pois as auxiliares de limpeza necessitariam de maior ajuda na limpeza e preparação dos quartos, visto 14:00 horas os check-ins poderiam ser efetuados; deixando um período de tempo muito reduzido para execução dessas tarefas. Sobretudo quando se tratavam de mais de dez quartos consecutivos (devido a convenções e conferências).

Posto isto, o departamento de *Housekeeping* cingia-se a seguir as ordens e organização da Governanta, realizando tarefas como abastecimento de produtos de higiene nos quartos e banho, reposição dos bens do minibar, arejar o quarto (mesmo sendo interdito fumar, muitos hóspedes o fariam), juntar ou separar as camas de configuração *Twin* de acordo com as preferências dos hóspedes, mudar o serviço de cama, sintonizar as televisões (algo muito frequente) e fazer a contagem dos consumos do minibar.

Para 95 quartos, uma janela de tempo de duas horas é desafiante, pois houve, em semanas espaçadas, três conferências e convenções, uma no hotel, e as restantes duas, na Alfândega do Porto, a Porto Fashion Week e o encontro europeu de uma empresa de microbiologia, ficando o hotel com lotação esgotada.

Nesses dias, os check-in sobrecarregavam a receção, ficando a receção sobrelotada de hóspedes, sempre mais de 20 de uma só chegada, para um balcão muito reduzido de dois rececionistas, resultando numa demora significativa, provocando descontentamento e impaciência por parte dos hóspedes, obviamente que, as suas primeiras impressões não terão sido as melhores.

Relativamente aos dias em que essas supracitadas convenções decorreram, os check-outs forma relativamente eficazes e rápidos, contudo, para o departamento de *Housekeeping* e andares, a situação não terá sido tão favorável, muito pelo contrário, visto que a maioria dos hóspedes saem (não antes) das 12:00 horas; o que deixa só duas horas para preparar três andares com mais de 30 quartos. Para além disso, e embora de forma esporádica e imprevisível surgia sempre um hóspede a dar entrada no hotel antes das 14:00, e que teria, de aguardar no átrio do hotel para inconveniência do mesmo.

Em suma, dos três meses de estágio foram desempenhadas uma multitude de funções e sempre a um ritmo célere, o que requer uma prontidão e raciocínio rápido para a vastidão de acontecimentos e imprevistos que se podem suceder num hotel, sempre mantendo a compostura, delicadeza e foco no hóspede desde a sua chegada até à saída.

Capítulo 5- Conclusão

Conclusões finais

Concluindo, a componente de contacto do estágio proporcionou experienciar a realidade laboral no setor hoteleiro, período vivenciado em plenitude, o que permitiu adquirir uma nova perspetiva do mundo hoteleiro, aproveitando assim para salientar algumas observações.

Visto que Turismo, em todas as suas vertentes e áreas que o compõem, é um conceito bastante recente na cidade do Porto independentemente do número dos empreendimentos turísticos que possui, a cidade do Porto só começou a ter os seus recursos hoteleiros e atrativos para fins turísticos (que são bastantes) aproveitados para promover o norte do país, a partir do momento em que turistas e viajantes começaram a aterrar no aeroporto Francisco Sá Carneiro, na Maia.

Como já foi referido, esta reestruturação e novo foco, é recente, tendo aproximadamente 20 anos, quando o município do Porto estava sob o mandato de Rui Rio (2002-2013).

Mais tarde, sucedendo Rui Moreira, presidindo até à atualidade, com o município, aliado com planos estratégicos para o Turismo, permitiram e continuam a projetar uma nova luz sobre a cidade do Porto, como um atrativo turístico e comercial, e com uma vasta panóplia de opções que possam satisfazer todos os gostos e preferências de visitantes bem como, angariar todo o tipo de turistas, tanto em nacionalidades, como nos vários estratos socioeconómicos.

Na componente hoteleira, o Porto tem todo o tipo de alojamentos turísticos, desde a opção mais budget para a epítome do luxo, como o hotel Yeatman e o seu consórcio World of Wine.

Contudo, e no caso do hotel Vincci Porto, esta unidade não possui qualquer tipo de instalações extra como piscinas, spa, termas e outras mais, mas não tem propriamente concorrência direta, justificando-se pela sua localização geográfica e pelo tipo de hotel que é.

A concorrência que existe mais próxima é o Torel Avantgarde, unidade de 5 estrelas, porém localiza-se muito próximo do Hospital Santo António, primando assim pela aproximação à Cordoaria; os restantes hotéis são o Boa-Vista, unidade de 3 estrelas, situado em frente ao jardim do Passeio Alegre, e mais distante, em direção à Foz, o Hotel Vila-Foz, unidade de 5 estrelas. Tudo isto, salienta o Vincci Porto como um hotel com melhores acessibilidades (tem o elétrico que faz o percurso histórico mesmo na rua paralela como sede e paragem oficial), e fica a aproximadamente a 2 quilómetros da Ribeira e Mira-Gaia, aí onde encontram uma multitude de unidades hoteleiras.

Posto isto, conclui-se que o hotel Vincci Porto encontra-se “isolado” da concorrência, independentemente de ser um hotel com um restaurante (encerrado das suas funções até ao término do estágio, sendo o espaço utilizado para buffet de pequeno-almoço) e dois bares, sendo que o exterior só abre todos os dias a partir de junho, mesmo assim tinha uma taxa de ocupação superior a 70% nos meses de fevereiro, março e abril, tendo quartos a superar os duzentos euros nessa época tão pouco sazonal.

Aprendeu-se que a unidade tem estes valores bastante positivos pois rege-se pela sua proximidade a eventos quer sejam do forro comercial ou simplesmente cultural, como por exemplo, um evento como o NOS Primavera Sound ou um concerto na Casa da Música, através de informação obtida a partir dos hóspedes.

Contudo, nem tudo no decorrer no processo de estágio foi exemplar, há que evidenciar certos defeitos e erros sistemáticos que podem/devem ser retificados, sobretudo no que concerne à remuneração média mensal, que é reduzida e desmotivante, ao desagrado de todos os colaboradores que exercem um trabalho mais físico e com horários bastante rotativos e imprevisíveis em grande parte das vezes, especialmente para alguns colaboradores, que possuem um agregado familiar com crianças pequenas, o que lhes impede de consolidar um horário mais digno e permissivo para passar mais tempo em família e ajustar os seus horários com os seus entes.

Perante essa insatisfação geral por parte dos funcionários, é previsível que haja repercussões, desencadeando em falta de produtividade e bastantes desistências de alguns trabalhadores em determinados departamentos, como o da restauração, andares, manutenção e receção, o que se constatou nesse período de estágio.

De tal modo que, houve dias em que a subdiretora, maître e a chefe de receção realizavam mais de 10 entrevistas, nas horas de menor afluência de hóspedes, a escassez de mão-de-obra justifica-se, e é previsível no contexto nacional, não pela falta de recursos humanos credenciados, mas pela falta de interesse e motivação das mesmas por remunerações tão precárias, ou seja, pela não dignificação do trabalhador credenciado.

À escala nacional, a mão-de-obra por ser tão reduzida tem levado a hotéis restringirem quartos, pretendendo que as suas ocupações encontram-se elevadas, propositadamente ludibriando o cliente, podendo subir os preços das estadias em função de uma fingida indisponibilidade, permanecendo o mesmo dilema: falta de incentivos e recompensas monetárias para realizar estes trabalhos, representando-se na falta de interesse da mão-de-obra, especialmente em regiões em que o trabalho é sazonal, caso da região do Algarve.

Assim conclui-se que a hotelaria no Porto continua a ser promissora e em constante adaptação aos gostos e preferências dos visitantes e turistas, está progredindo na sua oferta, contentando-se pelo exemplo dado pela SONAE Capital, que à data de execução deste relatório, abriu nos Aliados um hotel de cinco estrelas e almeja investir mais 15 milhões de euros em hotelaria nos próximos cinco anos, e o caso do hotel histórico Infante de Sagres que foi vendido pelo consórcio Fladgate, ao qual pertence o hotel Yeatman, a um grupo asiático privado que gere o Palácio das Cardosas.

Posto isto, em termos de investimentos o Porto dispõe de inúmeras ofertas, que permitem cada grupo hoteleiro destacar-se sem se prejudicar mutuamente, contudo falta o elemento humano, e enquanto não houver significativas mudanças comportamentais, dando prioridade ao bem-estar dos colaboradores, vulga-se das pessoas, à semelhança dos países desenvolvidos, como a Noruega e Dinamarca, o setor não evoluirá da forma desejada nem sequer recuperará ou até mesmo ultrapassará os valores recorde de 2019.

Os diversos setores na hotelaria promovem uma concorrência em certa medida, saudável e competitiva para se inovarem e transfigurarem em novos conceitos, desde que não se omita e/ou despreze a componente humana e humanismo de quem está de ambos os lados de um balcão de atendimento, ambas as partes têm de se sentir acolhidas e bem recebidas.

Em conclusão,

Aplicando a sabedoria popular O cliente tem sempre razão.

No entanto com este estágio constatou-se que o conhecimento humanista produz ideias.

As ideias produzem sonhos.

Os sonhos transformam a sociedade.

A reflexão de Augusto Cury, aplica-se a todas as profissões.

Bibliografia

- Arch Daily. Hotel Vincci Porto/José Carlos Cruz. Acedido a 12/05/2022, em: <mailto:https://www.archdaily.com.br/br/777631/hotel-vincci-porto-jose-carlos-cruz>
- Almeida, A.C.E. (2010). *O deleite do consumidor como antecedente à fidelidade: Análise à qualidade do serviço dos spas em hotéis de cinco estrelas em Portugal*. Tese de Doutoramento. Espanha: Universidad de Extremadura.
- Mata, A. (2003). *Front office : Operação e Gestão / Américo Mata ; pref. Manuel Ai Quintas*. Colecção Gestão e Economia.
- Quintas, M. (2006). *Organização e Gestão Hoteleira- Organização e Gestão dos Empreendimentos Hoteleiros*. (Volume II). Manuel Ai Quintas. Oteltur.
- Medlik, S. e Ingram, H. (2002) *The Business of Hotels* (tradução por A. Butterworth-Heinemann), London, Elsevier.
- Bowie, D.; Buttle, F.; Brookes, M.; Mariussen, A. (2017). *Hospitality marketing/ David Bowie, Francis Buttle, Maureen Brookes and Anastasia Mariussen*. Third Edition. Routledge
- Viaja. Vive. Vincci. «14 Years of VINCCI: 14 Years of Love for Hotels». 7 de Abril de 2015. Acedido a 30/03/2022 em: <https://www.vinccihoteles.com/blog/eng/14-years-of-vincci-14-years-of-love-for-hotels/>.
- Moroco, A.L., & Moroco, J. (2011). Qdsh: Uma nova Escala para a Avaliação da Qualidade de Serviço do sector Hoteleiro Português. *Revista Turismo & Desenvolvimento*,15: 71-85.
- Lawson, Fred R. (1995). *Hotels and resorts: planning, design and refurbishment/F. R. Lawson*. Butterworth Architecture.
- Casado, Matt A. *Housekeeping management / Matt A. Casado*. 2ª edição (2012). Wiley.
- Instituto Nacional de Estatística, I.P.(2007).Classificação Portuguesa das Actividades Económicas Rev.3. Acedido a 08/05/2022 em:https://www.ine.pt/ine_novidades/semin/cae/CAE_REV_3.pdf
- VINCII PORTO Services in Porto. Acedido a 08/05/2022, em:<mailto:https://en.vincciporto.com/services/>
- Moser, F. (2002). *Manual de Gestão de Alimentação e Bebidas/Francisco Moser*. Hotelaria & Turismo. Edições CETOP.

- Yu, Lawrence (1999). *The international hospitality business: management and operations/ Larry Yu*. Routledge.
- *Diário da República* n.º 178/2009, Série I de 2009-09-14, páginas 6287 – 6306. (2009/09/14). Ministério da Economia e da Inovação. Acedido a 20/05/2022 em: <https://data.dre.pt/eli/dec-lei/228/2009/09/14/p/dre/pt/html>
- «Boletins Estatísticos - Gestão Urbanística». *Portal do Município*. Acedido a 24/05/2022 em: <https://portaldomunicipio.cm-porto.pt/pt/-/boletins-estat%C3%ADsticos-gest%C3%A3o-urban%C3%ADstica>.
- *Diário da República* n.º 82/2008, Série I de 2008-04-28, páginas 2418 – 2430. (2008/04/28). Ministérios do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional e da Economia e da Inovação. Acedido a 20/05/2022 em: <https://data.dre.pt/eli/port/327/2008/04/28/p/dre/pt/html>
- Estatísticas do Turismo – 2020 (2021). Instituto Nacional de Estatística, I. P. Acedido a 24 de maio de 2022 em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOESpub_boui=280866098&PUBLICACOESmodo=2
- Hayes, David K.; Miller, A. (2010). *Revenue management for the hospitality industry/ David K. Hayes/ Allisha A. Miller*. Wiley. John Wiley & Sons Inc.
- Magnini, Vincent P. *A hotel manager's handbook: 189 techniques for achieving exceptional guest satisfaction / Vincent P. Magnini, PhD & Carol J. Simon, MBA*. 1ª edição (06/01/2016);
- «*Classificação dos Empreendimentos Turísticos; 27.04.2022*». Turismo de Portugal. Acedido a 24 de maio de 2022 em: http://business.turismodeportugal.pt/pt/Planear_Iniciar/Licenciamento_Registo_da_Atividade/Empreendimentos_Turisticos/Paginas/classificacao-et.aspx
- S.L, GLOBAL OBI. *VINCCI PORTO Services Porto Official Website VINCCI PORTO*. Acedido a 2 de Junho de 2022 em : <https://en.vincciporto.com/services/>
- Porto Editora – *microgestão* no Dicionário infopédia da Língua Portuguesa [em linha]. Porto: Porto Editora. Acedido a 01/06//2022: em <https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/microgestão>

Anexos

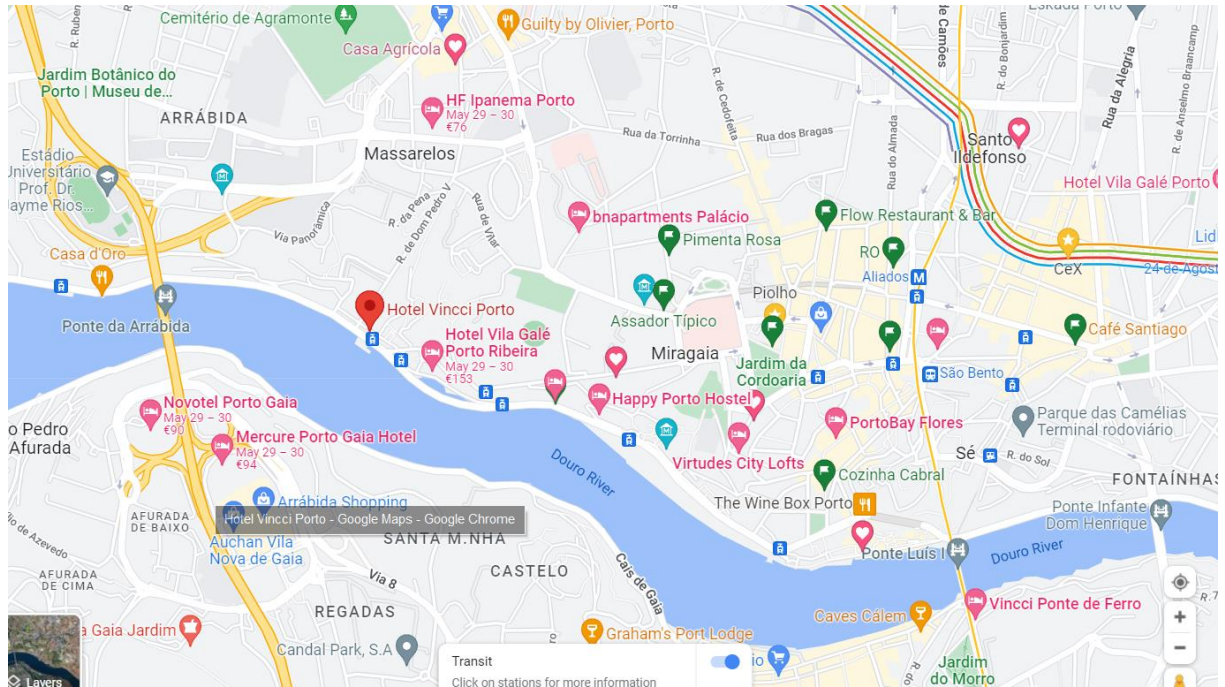


Figura 1-Vista topográfica e por satélite do Hotel Vincci Porto.

Coordenadas: 41.147148602373576, -8.632302631008788

Fonte: Google Maps



Figura 2-Gabinetes Johnson Wax,em Wisconsin, EUA.

Fonte: Carol M. Highsmith – G. E. Kidder Smith – Ezra Stolle



Figura 3- Pilares do restaurante 33 Alameda, inspiram-se nas colunas "cogumelo" de Frank Lloyd Wright.

Fonte: [Tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com)



Figura 4- Representação do antigo mercado do Peixe, anos 30.

Fonte: o próprio (abril de 2022)



Figura 5- Restaurante 33 Alameda (vista interior).

Fonte: Fotografia fornecida pelo administrador do Trip Advisor (ago. de 2015)



Figura 6-Douro Lounge, bar interior.

Fonte: próprio (abril de 2022).



Figura 7-Douro Sky Lounge Rooftop bar.

Fonte: vincchoteles.com



Figura 8- Parte histórica do antigo mercado do peixe, que viria a ser renovada.

Fonte: o próprio (abril de 2022)



Figura 9- Frente exterior do restaurante 33 Alameda.

Fonte: [tripadvisor.com](https://www.tripadvisor.com)



Figura 10- Vãos de acesso para as unidades de alojamento.

Fonte: próprio (abril de 2022).

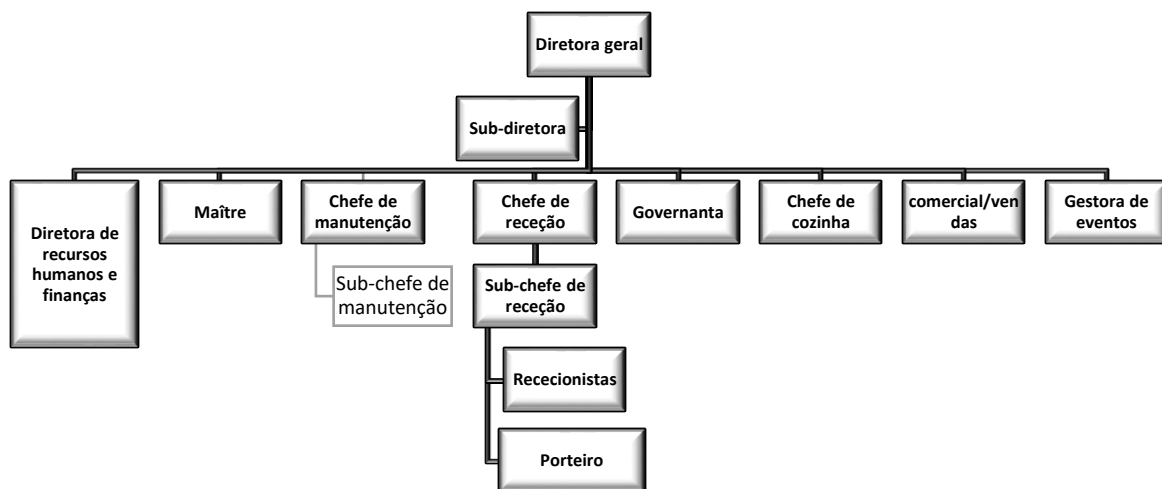


Figura 11- Organograma da cultura organizacional do hotel Vincci Porto.

Fonte. elaboração própria.

Remuneração base média mensal dos trabalhadores por conta de outrem: total e por sector de actividade económica

Qual o ordenado médio, por mês, dos empregados na agricultura, indústria, comércio ou noutros serviços?

Euro - Média

Anos	Sectores de actividad...
	Alojamento, restauração e similares
2010	⊥ 657,8
2011	664,9
2012	672,7
2013	671,7
2014	⊥ 670,0
2015	673,9
2016	690,5
2017	713,5
2018	739,4
2019	764,1
2020	780,1

Remuneração base média mensal dos trabalhadores por conta de outrem: total e por sector de actividade económica

Fontes de Dados: GEP/MTSSS (até 2009) | GEE/MEc (2010 a 2012) | GEP/MSESS, MTSSS (a partir de 2013) - Quadros de Pessoal
Fonte: PORDATA

Última actualização: 2022-03-28

Figura 12-Remuneração média mensal. Fonte: Pordata (março de 2022).