

MESTRADO EM GESTÃO E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

Inês Sanches e Silva

RELATÓRIO PARA A OBTENÇÃO DO MESTRADO EM GESTÃO E SUSTENTABILIDADE NO TURISMO

FEVEREIRO /2022

Agradecimentos

O presente relatório representa a conclusão de uma etapa e o alcance um objetivo por mim traçado. Este percurso foi marcado por muito esforço e dedicação, mas não o conseguiria ter finalizado sem a ajuda e apoio de várias pessoas, que direta ou indiretamente, me motivaram e apoiaram, às quais tenho de agradecer:

Ao Professor Doutor Adriano Costa, pela excelente orientação prestada ao longo do estágio e da elaboração do relatório, que sempre se mostrou disponível para me aconselhar, fazer críticas e correções com a maior brevidade.

Ao Grupo Natura IMB Hotels, pela oportunidade de me permitirem realizar o estágio curricular numa das unidades hoteleiras, mas em especial aos colaboradores do Hotel Lusitânia, pelos ensinamentos e compreensão, que enriqueceram a minha aprendizagem, não só profissional, como, também pessoal.

A todos os professores que fizeram parte do meu percurso académico, por terem contribuído para a minha formação académica.

Para terminar, um agradecimento especial à minha família, ao Bruno, à Francisca e à Maria, pelo seu apoio incondicional ao longo desta caminhada.

Resumo

Desde o final de 1980 que o termo “sustentabilidade” passou a ser associado ao termo desenvolvimento, sendo a sustentabilidade um tema multidisciplinar destaca-se a importância do assunto em gestão hoteleira, procurando por um lado melhorar a competitividade da empresa e por outro procura gerir e reduzir os impactos ambientais e sociais adjacentes. A sustentabilidade na atividade turística e hoteleira é um fator determinante para o futuro do setor, por essa razão é um tema a ser estudado. Devido aos custos elevados de implementação das medidas e devido a ser um trabalho que demora a apresentar resultados, ao longo deste trabalho foram apresentadas medidas de fácil implementação e de baixo custo, sendo estas mais atrativas para a empresa.

Em relação à operação de unidades hoteleiras podem ser implementadas medidas de eficiência hídrica e energética, de gestão de recursos sólidos, e medidas sociais, que são expostas ao longo do presente trabalho para contribuir para um desenvolvimento sustentável do setor hoteleiro.

A situação pandémica, que vivemos, causada pela Covid-19, teve grande impacto negativo no setor turístico e hoteleiro, por essa razão, é urgente melhorar a realidade do setor, adotando medidas que garantam a sustentabilidade económica das empresas, garantindo o bem-estar de gerações futuras. A adoção de medidas sustentáveis e a luta contra as alterações climáticas está presente na atualidade, sendo não só uma tendência, mas também um fator de sucesso económico e consequentemente empresarial.

Nesse sentido o presente trabalho tem como objetivo descrever a experiência do estágio no Hotel Lusitânia Congress & SPA, do grupo hoteleiro IMB Hotels, expor as competências adquiridas nos diferentes departamentos, conjugando-as com as competências adquiridas no primeiro ano do Mestrado em Gestão e Sustentabilidade no Turismo e com base numa revisão bibliográfica sobre o tema, esta pesquisa procura expor as boas práticas sustentáveis económicas, ambientais e sociais a aplicar na unidade hoteleira onde o estágio teve lugar.

Este relatório está dividido em cinco partes, sendo a primeira parte de carácter introdutório, onde são expostos os conceitos de turismo e sustentabilidade na hotelaria. De seguida, na segunda e terceira parte é feita a descrição do estágio curricular e da empresa escolhida para o estágio. Posteriormente são apresentadas medidas de ação sustentável a aplicar na hotelaria, baseadas nos 17 objetivos de desenvolvimento sustentável, apresentados pela ONU na Agenda 2030, culminando com a apresentação de um plano de ação desenvolvido para o Hotel Lusitânia.

Palavras-Chave: Sustentabilidade; Hotelaria; Turismo; Boas Práticas

Abstrat

Since the late 1980's the term "sustainability" became associated with the term development, being sustainability a multidisciplinary theme, the importance of the subject stands out in hotel management, seeking on the one hand to improve the competitiveness of the company and on the other hand seeks to manage and reduce the environmental and social impacts adjacent. Sustainability in tourism and hotel activity is a determining factor for the future of the sector, for this reason it is a topic to be studied. Due to the high costs of implementing measures and because it takes time to show results, throughout this work we presented easy-to-implement, low-cost measures, which are more attractive to the company.

Regarding the operation of hotel units, water and energy efficiency measures, solid resource management, and social measures can be implemented, which are exposed throughout this work to contribute to a sustainable development of the hotel sector.

The pandemic situation that we experienced, caused by Covid-19, had a great negative impact on the tourism and hospitality sector, for this reason, it is urgent to improve the reality of the sector, adopting measures to ensure the economic sustainability of businesses, ensuring the welfare of future generations. The adoption of sustainable measures and the fight against climate change is present today, being not only a trend, but also a factor of economic and business success.

In this sense this paper aims to describe the experience of the internship at the Hotel Lusitânia Congress & SPA, of the IMB Hotels group, expose the skills acquired in different departments, combining them with the skills acquired in the first year of the Master in Management and Sustainability in Tourism and based on a literature review on the subject, this paper seeks to expose the good economic, environmental and social sustainable practices to be applied in the hotel unit where the internship took place.

This work is divided into five parts, being the first part introductory in nature, where the concepts of tourism and sustainability in the hotel industry are exposed. Then, in the second and third parts, the curricular internship and the company chosen for the internship are described. Subsequently, sustainable action measures to be applied in the hotel industry are presented, based on the 17 objectives of sustainable development, presented by the UN in Agenda 2030, culminating with the presentation of an action plan developed for the Hotel Lusitânia.

Key Words: Sustainability; Hospitality; Turism; Good Practices

Lista de abreviaturas

AHP: Associação de Hotelaria de Portugal

APA: Alojamento e Pequeno Almoço

APAVT: Associação Portuguesa das Agências de Viagem e Turismo

AVAC: Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado

BB: Bed and Breakfast

CRP: Comunicação e Relações Públicas

COVID-19: Coronavirus Disease 2019

DGS: Direção Geral de Saúde

FAO: Food and Agriculture Organization

F&B: Food and Beverage

HB: Half-Board

IMB: Imobiliária Manuel Brancal

ISO: Organização Internacional de Normalização

LED: Light-Emitting Diode

MP: Meia-Pensão

NUT: Nomenclatura de Unidade Territorial

PERDA: Projeto de Estudo e Reflexão sobre Desperdício Alimentar

PIB: Produto Interno Bruto

P.P: Pontos Percentuais

OECD: Organization for Economic Co-operation and Development

OMT: Organização Mundial de Turismo

ONU: Organização das Nações Unidas

RevPar: Revenue per Available Room

RGGR: Regulamento Geral da Gestão de Resíduos

Lista de Figuras

Figura 1. Quarto Hotel Puralã Wool Valley Hotel & SPA

Figura 2. Hotel Vanguarda Congress & Family

Figura 3. Hotel H₂otel Congress & Medical SPA

Figura 4. Quarto Hotel Sport Hotel Gym + SPA

Figura 5. Parte da Horta do Hotel Lusitânia Congress & Family

Figura 6. Hall de entrada do Hotel Lusitânia Congress & Family

Figura 7. Decoração de mesa de casamento

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I - Enquadramento Teórico.....	3
1.1 Turismo	3
1.1.1 Impacto da Covid-19 no Turismo.....	6
1.1.2 Impactos sócio-culturais do turismo.....	7
1.1.3 Impactos económicos	10
1.1.4 Impactos ambientais do Turismo.....	11
1.2 Sustentabilidade.....	14
1.2.1 Turismo Sustentável.....	15
1.2.2 Agenda 2030- 17 Objetivos ONU	16
1.2.3 Princípios de Planeamento Ambiental.....	18
1.3.4 Hotelaria.....	18
1.3.4.1 Sustentabilidade na hotelaria	19
Capítulo II – Contextualização da Empresa.....	22
2.1 Enquadramento no Setor da Atividade	22
2.2 Análise do Grupo Natura IMB Hotels.....	23
2.3 Hotel Lusitânia Congress & SPA	26
2.3.1 Visão, missão, cultura, valores e estratégia.....	29
2.3.2 Análise da oferta/concorrência	31
2.3.3 Análise SWOT do Hotel	31
Capítulo III - Contextualização do estágio.....	34
3.1 Objetivos do estágio	34
3.2 Duração do Estágio	34
3.3 Estágio Curricular	35
3.3.1 Housekeeping.....	35
3.3.2 F&B (Food & Beverage).....	37
3.3.3 Receção/ Back Office	39
3.4 Interação do <i>Front Office</i> com o departamento de F&B e <i>Housekeeping</i>	44
Capítulo IV - Boas Práticas ambientais na hotelaria	46
4.1 Responsabilidade Social	46
4.2 Boas práticas gestão energética	47
4.2.1 Boas práticas no sistema de iluminação	49
4.2.2 Boas práticas no sistema de AVAC (Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado) ...	50

4.3 Boas práticas na Gestão de Água.....	51
4.4 Boas práticas na gestão de resíduos sólidos.....	52
4.5 Redução e Reutilização	56
Capítulo V – Plano de Ação	57
5.1 Práticas para a Redução de Consumo de Energia.....	58
5.2 Práticas para a redução de consumo de água	60
5.3 Práticas para a Redução de Resíduos Sólidos	60
5.4 Práticas contra o desperdício alimentar	62
5.5 Práticas para o desenvolvimento social sustentável	63
5.6 Agenda 2030 – 17 Objetivos ONU	63
5.7 Plano de Ação e Implementação	65
Considerações Finais	66
Conclusão	68
Bibliografica.....	69
Anexos.....	76

Introdução

O trabalho académico apresentado foi desenvolvido no âmbito do segundo ano do mestrado em Gestão e Sustentabilidade do Turismo, da Escola Superior de Turismo e Hotelaria do Instituto Politécnico da Guarda. Este trabalho é o relatório final do estágio realizado e a apresentação do plano de ação desenvolvido no seu decorrer.

O estágio curricular foi realizado nos departamentos de *housekeeping*, *F&B* e Front Office do Hotel Lusitânia Congress & SPA, Grupo IMB Hotels. O estágio teve uma duração de 1620 horas, que decorreram entre dia 1 de novembro de 2019 a 11 de outubro de 2020, tendo tido uma interrupção devido ao confinamento causado pela pandemia do novo coronavírus.

A razão pela qual decidi realizar um estágio curricular foi para consolidar os conhecimentos adquiridos no primeiro ano do ciclo de estudos e perceber como se concretizam no ambiente de trabalho.

O desenvolvimento sustentável é um conceito abrangente que abarca todas as partes envolvidas na atividade turística. O desenvolvimento sustentável baseia-se em quatro princípios: sustentabilidade ambiental, económica, social e cultural. Das várias componentes que constituem a oferta turística, o alojamento revela grande relevância na relação turismo-ambiente, o que acentuou o interesse em fazer um estudo no setor da hotelaria. Embora o conceito da sustentabilidade seja referido diversas vezes ao longo deste relatório, o foco é perceber de que modo o setor hoteleiro, um dos pilares do setor turístico, pode contribuir para o desenvolvimento sustentável do mesmo.

É essencial uma mudança de comportamento, que se pode traduzir, como proposto ao longo do trabalho, em ações simples, de fácil concretização e de custos reduzidos que resultam na mudança de estratégia de uma empresa e que podem melhorar o impacto ambiental, social e económico.

A metodologia utilizada para este relatório é qualitativa, caracterizando-se pela observação e participação nas atividades propostas.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos: no primeiro é feito o enquadramento teórico onde é abordado o conceito de turismo e são expostos os impactos sociais, económicos e ambientais, sendo estes os pilares do desenvolvimento sustentável, e avaliado o impacto da Covid-19 no setor. Os conceitos sustentabilidade no turismo e na hotelaria são desenvolvidos e são apresentados os 17 objetivos da Agenda 2030 desenvolvidos pela ONU, que visam promover o desenvolvimento sustentável, objetivos esses que servem de guia para as propostas de desenvolvimento a aplicar

na unidade hoteleira; no segundo capítulo é elaborada a contextualização da empresa e do setor hotelero; no terceiro capítulo é descrito o estágio curricular e as atividades realizadas ao longo do mesmo; o quarto capítulo consiste na apresentação de boas práticas ambientais, sociais e económicas a aplicar na hotelaria; culminando no quinto capítulo onde as boas práticas apresentadas no capítulo anterior são aplicadas no Hotel Lusitânia para melhorar o seu desenvolvimento sustentável do mesmo, procurando equilíbrio entre os fatores sociais, económicos e ambientais.

Capítulo I - Enquadramento Teórico

1.1 Turismo

A definição de turismo, é considerada por alguns problemática, não sendo consensual, uma vez que o turismo resulta da complexidade das atividades e relações inerentes ao mesmo. Segundo Lew, A. (2007), a primeira tentativa global para definir turismo data de 1937, quando a Comissão de Peritos em Estatística da Liga das Nações (OECD, 1937) considerou “turista internacional” qualquer pessoa que visitasse um país diferente da residência habitual por mais de 24 horas, com exceção de trabalhadores, migrantes, passageiros regulares e estudantes.

Em 1911 o economista austríaco Herman von Schullern zu Schrattenhofen, definia turismo como “o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”. (Barreto, 2014)

Uma outra definição, agora já ultrapassada, aponta o turismo como “as viagens para regiões distantes de mais de 50 milhas dos locais de residência dos turistas; ou ainda, que exigissem a permanência dos viajantes por mais de 24 horas no lugar visitado” especificando ainda que estes não poderiam exercer uma ocupação remunerada (Lage & Milone, 2000, p.26)

O fenómeno “*Grand Tour*” teve origem no século XVII, em Inglaterra, e tratava-se de “viagens de cavaleiros” com duração de cerca de dois a três anos que tinham o intuito de enriquecer culturalmente jovens aristocratas. Com o fenómeno, os viajantes passaram, pela primeira vez, a associar o lazer ao conhecimento e à descoberta de países, monumentos e tradições. Com a Revolução Francesa, em 1789, o “*Grand Tour*” foi interrompido, tendo as viagens parado até 1814. (Milheiro & Melo, 2005)

Thomas Cook, em 1841, organizou a primeira excursão de comboio no Reino Unido, aparecendo assim o conceito de Operador Turístico. Thomas Cook criou pacotes turísticos que se diferenciavam pela quantidade de serviços, que incluíam hotéis, refeições, taxas de admissão e guias, revolucionando o conceito de férias e desencadeando o domínio de turismo de massas. (Nogueira et al., 2020)

Quando organizou a primeira excursão, transportando 578 pessoas de Loughborough a Leicester para participarem num congresso antialcoolismo, Cook percebeu a importância de incluir serviços para além do transporte na viagem, e a partir de aí começou a explorar comercialmente um novo ramo de transportes e organização de viagens, abrindo uma agência com o seu filho, introduzindo a atividade comercial e tornando o turismo acessível a todas as classes sociais. (Santos, 2010)

Leiper (1979), citado por Cooper et al. (2003), sugeriu um modelo que apresenta o turismo como um conjunto de três elementos básicos: o turista como o ator do sistema, sendo o turismo a experiência humana, desfrutada, esperada e lembrada; elementos geográficos constituídos pela região geradora de viajantes, região de destinação de turistas e região de rotas de trânsito; e indústria turística considerando o espectro de empresas e organizações envolvidas no setor, como por exemplo, os transportes, o alojamento, a restauração e a animação. Em suma, o modelo de Leiper sugere que o turismo é uma “ampla gama de indivíduos, empresas, organizações e lugares, que se combinam de alguma forma para proporcionar uma experiência de viagem”.

Até 1950, a área do turismo não era como a vemos agora, os hotéis vendiam quartos, as empresas aéreas e ferroviárias lugares, as agências viagens, mas todos estes trabalhavam de modo independente e isolado. Entre as guerras mundiais, ou seja, até 1946, a maioria das viagens era feita apenas por grupos de elite, sendo que depois da segunda guerra mundial houve mudanças não só econômicas, como também sociais, uma vez que as pessoas começaram a valorizar o seu tempo de lazer e as viagens. Só a partir de 1950 se começou a verificar uma mudança neste comportamento devido à combinação de vários fatores, como mais tempo livre, o aumento de férias remuneradas, o desenvolvimento de pacotes de turismo e o avanço do transporte aéreo, iniciando-se maior crescimento da área do turismo. Os hotéis passaram a ver o cliente como indivíduos que procuravam uma gama de serviços, e não apenas acomodação, pelo que as empresas aéreas começaram a oferecer seguros e reservas de acomodação. Devido ao crescimento da procura, o turismo começou a ser visto como oportunidade de negócio, tendo as empresas começado a aplicar preços mais competitivos. (Lickorish & Jenkins, 2000)

Em 1981, Burkart e Medlik definiram o turismo como: “O fenómeno que surge de visitas temporárias (ou estadas fora de casa) fora do local de residência habitual por qualquer motivo que não seja uma ocupação remunerada no local visitado”. (Pereira, 2005, p.4)

Segundo Cooper Et al. (2003, p.42) “é difícil encontrar uma base de coerência na abordagem da definição de turismo. Por isso, têm sido criadas definições para contemplar necessidades e situações específicas.” De acordo com os mesmos autores, a definição de turismo pode ser feita baseada na oferta e na procura. Baseada na oferta, os autores citam Leiper: “A indústria turística consiste em todas aquelas empresas, organizações e instalações destinadas a servir às necessidades e aos desejos específicos dos turistas”.

Em 1994, a OMT (Organização Mundial de Turismo) define turismo como “o conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer,

negócios e outros motivos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no local visitado”.

Neves & Vinagre (2018, p. 27) caracterizam que um serviço concretiza-se pela “experiência, salienta-se a sua natureza interpessoal e relacional”, constituindo-se essencialmente como “processos, interações e atividades”, fazendo parte de um serviço a intangibilidade, a heterogeneidade, a inseparabilidade e a impossibilidade de armazenamento. Abranja (2019) caracteriza turismo por um conjunto de particularidades que vão de acordo com o conceito de serviço:

Perecível: no turismo, um serviço é algo imediato, ou seja, produzido em determinado momento e em determinado espaço, sendo consumido naquele mesmo momento e naquele mesmo espaço.

Sazonal: é um dos fatores de decisão mais importante na escolha de um destino/produto turístico, quer pelo condicionalismo do preço, quer por todo o conjunto de serviços disponíveis em determinadas alturas que os torna mais ou menos atrativos ao consumo.

Intangível: um destino/produto turístico não pode ser experienciado antes da sua efetiva aquisição, contrariamente a um bem material, que pode ser experimentado antes da decisão de aquisição/consumo deste.

Complementar: face à necessidade de diversos serviços disponibilizados por vários fornecedores, existe uma interdependência dos vários componentes de um destino/produto turístico. A falta ou falha de um deles pode gerar insatisfação, referente a toda a experiência vivenciada, bem como a inviabilizar futuras seleções desse mesmo destino/produto turístico.

Apesar das diferentes definições apresentadas, a maioria tem em comum o facto do turismo se caracterizar pelo movimento físico de saída do seu local de residência para outro local; a duração da estadia é temporária e não permanente; turismo é a viagem e as atividades feitas durante a viagem e o turismo serve para satisfazer necessidades dos turistas seja qual for a motivação da deslocação. (OMT, 1998)

1.1.1 Impacto da Covid-19 no Turismo

O Turismo de Portugal, num estudo acerca dos impactos da Covid-19 no turismo¹ de dezembro de 2020, indica que, devido aos confinamentos decretados pelos vários países, os números de hóspedes baixaram para 462,5 mil e houve um total de 972,7 mil dormidas em alojamento turístico, o que reflete decréscimos de 70,7% e 72,3%, respetivamente, face a dezembro de 2019. As dormidas de residentes tiveram uma quebra de 53,9% e as de não residentes 82,9%. A região do Algarve, Área Metropolitana de Lisboa e a Região Autónoma da Madeira registaram os decréscimos mais elevados.

De acordo com o Turismo de Portugal (2020), o setor do turismo é aquele que gera a maior atividade exportadora do país. Em 2019 foi responsável por 52,3% das exportações de serviços e por 19,7% das exportações totais. O turismo é uma atividade essencial para o desenvolvimento económico e social do país, tendo as suas receitas contribuído com 15,8% para o PIB (Produto Interno Bruto) nacional. Nesse mesmo ano, a atividade do turismo atingiu valores significativos, nomeadamente no emprego, com cerca de 336 mil postos de trabalho nos setores de alojamento, restauração e agências de viagem. A pandemia provocada pela Covid-19 provocou quebras acentuadas em todos os níveis da atividade turística. Em 2020 o Instituto Nacional de Estatísticas (INE) divulgou um instrumento que permite avaliar os impactos da Covid-19 no economia portuguesa, apresentado por Silva, G (2020), os dados do INE estimavam que uma quebra de 25% na atividade turística em 2020 pudesse causar uma redução de 2,9% no PIB anual em Portugal.

Devido à pandemia, em janeiro, 54% dos estabelecimentos estiveram encerrados ou não registaram movimento de hóspedes. De acordo com o Banco de Portugal, os indicadores preliminares apontam para uma redução de 64% nas exportações e 57% nas importações face a 2020, quebras registam deste março de 2020, altura em que se verificou o primeiro confinamento em Portugal.

Dados da mesma fonte, num estudo sobre os impactos estimados e perspetivas de recuperação a nível do turismo internacional, Pereira (2020) indica que se prevê uma quebra acumulativa de três a oito biliões de dólares americanos até que os gastos no turismo voltem aos níveis pré-Covid, podendo os níveis só estabilizar em 2024. Entre os motivos que afetam a recuperação do turismo estão as restrições das viagens, as medidas de contenção, a baixa confiança dos consumidores, o ambiente económico, a falta de coordenação internacional e a lenta retoma aérea.

¹Silva, M. Impactos do Covid-19 no Turismo em Portugal. Travel BI by Turismo de Portugal

1.1.2 Impactos sócio-culturais do turismo

O turismo é um serviço que, ao contrário de outros, só pode ser consumido com o turista a visitar o destino. Isto implica que a população do destino entre em contacto com uma população estranha. Este contacto traz impactos positivos e negativos, não apenas à população anfitriã, como também aos visitantes. Os impactos podem ser positivos no sentido em que o turismo ressuscita tradições e aumenta o intercâmbio cultural, por outro lado pode trazer impactos negativos como a comercialização das tradições da população anfitriã e o intercâmbio cultural pode também causar uma visão distorcida de uma das populações. (Cooper et al, 2003)

Quando um grupo de turista estrangeiros se confronta com a realidade do país existem duas reações possíveis: ou os visitantes são rejeitados pela população local, ou os locais adotam padrões comportamentais dos visitantes.

O turismo pode causar o efeito de imitação, que consiste na modificação de valores e atitudes de certa população. Inicialmente, a população anfitriã tem sentimentos positivos face aos turistas, sendo o turismo visto como um meio para criar oportunidades e expor o recetor a novas experiências, mas, com o tempo, o contacto turista-anfitrião pode vir a ser afetado de forma negativa. (Lage & Milone, 2000)

Doxey, 1997, citado por Cooper et al. (2003), criou a seguinte lista em que tenta medir o nível de irritação gerado pelo contacto turista-anfitrião:

Nível de euforia: a excitação e o entusiasmo iniciais, que vêm com o desenvolvimento do turismo, resultam no facto que o turista é bem recebido.

Nível de apatia: uma vez que o desenvolvimento do turismo está em curso e a consequente expansão aconteceu, o turista passa a ser considerado como algo natural e visto apenas como uma fonte de lucro. Qualquer que seja o contacto estabelecido entre anfitrião e hóspede, acontece numa base comercial e formal.

Nível de irritação: à medida que a indústria se aproxima do ponto de saturação, os anfitriões não podem mais atender ao número de turistas sem instalações adicionais.

Nível de antagonismo: o turista é visto agora como o anunciador de todos os males, os anfitriões estão abertamente contrários aos turistas, que são vistos como estando lá para serem explorados.

Nível final: durante o processo de “desenvolvimento” acima referido, a população anfitriã esqueceu-se de que tudo o que ela alguma vez considerou como sendo especial era exatamente aquilo que atraiu o turista, mas na corrida para desenvolver o turismo, as circunstâncias mudaram. O impacto social foi abrangente e completo, e os turistas mudaram-se para destinos diferentes.

O comportamento dos turistas pode transformar as normas já estabelecidas pela população residente, levando a mudanças estruturais na sociedade que podem conduzir a comportamento consumista, declínio moral, prostituição, consumo de drogas e frustração, causados, por exemplo, pelo aumento dos preços de produtos. Estas consequências são exclusivas da atividade turística, uma vez que o próprio processo de modernização das comunidades pode ter o mesmo efeito. Em geral, os turistas permanecem nos locais por um curto período de tempo e, por isso, tende a ser difícil ajustarem os seus padrões comportamentais aos da população residente. O mesmo acontece devido à barreira da língua, que limita a compreensão entre as diferentes comunidades.

Por outro lado, o turismo internacional ajuda a proteger a herança cultural de cada sociedade e, ao mesmo tempo, ajuda a estimular o intercâmbio cultural aumentando as ligações entre sociedades. O turismo doméstico evita todas as possíveis consequências sócio-culturais, uma vez que tanto o turista, como os residentes, partilham o mesmo background cultural e a língua não é uma barreira de comunicação.

Segundo Lickorish & Jenkins (2000), um turismo planeado para respeitar o ambiente físico e humano pode ter impactos positivos, tais como:

- Desenvolvimento e promoção de regiões pobres e não-industrializadas onde as atividades tradicionais estão em declínio;
- Valorização de uma sociedade, dando importância ao lazer e a atividades que exigem ambiente de alta qualidade;
- Conservação a longo prazo de áreas de beleza natural, com valores estéticos e culturais;
- Renovação de tradições de arquitetura local, como por exemplo, de áreas urbanas;
- Contribuição para o renascimento de atividades culturais tradicionais em ambiente natural protegido;
- Valorização da vida social e cultural da população residente, estimulando e favorecendo a comunidade e a atividade económica da região.

Todos estes impactos são difíceis de identificar, uma vez que, ao contrário dos económicos, os impactos sócio-culturais demoram bastante tempo a emergir, podendo ser até impercetíveis. Culpar o turismo por mudanças sociais pode ser exagerado, uma vez que existem influências com grande impacto, como a comunicação social.

Responsabilidade Social

Responsabilidade social é um conceito abrangente que pode estar associado a ética e moral. Frederick (1960), citado por Moratelli (2005), afirma que a responsabilidade social implica uma postura pública a favor dos recursos humanos e económicos da empresa, usando esses mesmos recursos para fins sociais mais amplos em vez de meios estritamente relacionados com a empresa, favorecendo não só os interesses económicos e técnicos da organização.

Santos, et. al, (2006), citado por Libombo, D., (2010), refere algumas das práticas socialmente responsáveis a ser aplicadas pelas empresas, tais como: igualdade de oportunidade de homens e mulheres na formação e progressão na carreira, condições de trabalho e acesso à medicina no trabalho, formação contínua e atividades de educação, disponibilização de informação relativa aos direitos laborais e participação dos trabalhadores nas decisões que lhes digam respeito, apoio à educação dos filhos e adoção de medidas preventivas para evitar despedimentos.

O turismo pode contribuir para responsabilidade social, melhorando a situação financeira de um país, oferecendo emprego, gerando receita para a comunidade local, estimulando o desenvolvimento rural e regional, reformando áreas urbanas e diversificando economias locais. Nas empresas turísticas é tão relevante a gestão financeira, como a gestão social e ambiental, uma vez que o consumidor está consciencializado da importância do bem-estar da comunidade em que se insere e opta por consumir produtos e serviços de empresas que contribuam para o conseguir. (Arnt & Muniz, s.d)

1.1.3 Impactos económicos

Num estudo realizado pelo World Travel & Tourism Council², o turismo é considerado um dos setores com maior relevância económica no mundo tendo contribuído, em 2019, para 10,4% do PIB global. Em 2019, um em cada dez trabalhos do mundo estão relacionados, direta ou indiretamente, com o turismo, gerando um total de 334 milhões de empregos, valor que em 2020 desceu para 272 milhões.

Segundo Lage & Milone (2003), existem três categorias de emprego relacionados com o turismo: empregos diretamente relacionados com a direção e o funcionamento da indústria turística; empregos resultantes do desenvolvimento da indústria turística, como transportes, agricultura, bancos, entre outros; e empregos criados pelo turismo, que surgem derivados do montante de recursos obtidos pelas atividades produtivas dos residentes locais. O turismo pode também ter um efeito indesejado no emprego devido à sazonalidade que o setor está sujeito; em casos de saturação, que podem também fazer com os empregos sejam apenas sazonais, de baixa remuneração, pouca qualificação e sem perspetivas de progressos profissionais.

O consumo turístico, devido à sua heterogeneidade, é dirigido para muitos setores, potenciando vários ramos da economia. O turismo é uma atividade que merece ser explorada devido ao seu efeito multiplicador, que o mesmo autor define como “um dos mais importantes impactos económicos do turismo e pode ser medido pelo grau por meio do qual o dinheiro gasto pelos visitantes permanece na região de destino para ser reciclado por meio da economia local”. O mesmo autor refere também que o efeito multiplicador económico do turismo “varia de acordo com a metodologia usada, escala e estrutura de economia, sazonalidade e volume de importações pelo turismo”..

Em 2019 o turismo teve uma contribuição de 15,8% para o PIB, de acordo com a Conta Satélite do Turismo (INE, 2020), e com grande relevância no total de exportações, tendo correspondido a 19,7% das exportações globais e a 52,3% do total das exportações de serviços, reforçando o turismo como principal atividade exportadora do país. O número de hóspedes, tanto nacionais como estrangeiros, também aumentou, atingindo mais de 27 milhões no mesmo ano, com um total de mais de 70,2 milhões de dormidas, correspondendo a valores históricos. Quanto às receitas, em 2019 foram obtidos 4,3 mil milhões de euros em proveitos globais, mais 7,8% que no ano anterior, e 3,2 mil milhões de euros em proveitos de aposento, mais 7,9% que no ano anterior, demonstrando crescimento na rentabilidade dos meios de alojamento. (Mestre, 2021)

² WTTC. (2020). Economic Impact Reports.

O conceito de balança turística corresponde ao saldo entre as receitas dos turistas estrangeiros que visitam Portugal e as despesas dos turistas portugueses que se deslocam para o estrangeiro (Torres, 2010). Em 2019, o saldo da balança turística correspondeu a cerca de 13 mil milhões de euros, sofrendo, em 2020, uma queda abrupta, correspondendo a cerca de 5 mil milhões de euros. (Pordata, 2021)

Em 2020, verificou-se maior quebra nos gastos de turistas estrangeiros em Portugal do que nos gastos dos turistas portugueses no estrangeiro, traduzindo-se em quebras de 55,8% e 42,5%, respetivamente. (PressTur, 2021)

1.1.4 Impactos ambientais do Turismo

“O prefixo eco – da palavra “ecologia”, que é derivado do grego oikos, significa lar ou habitat. O meio ambiente que nós habitamos é, na sua máxima essência, o nosso lar, a nossa morada, o nosso sustento. Ao contrário da palavra “ecologia”, turismo significa “viajar para longe da nossa origem, dos nossos lares, para moradas que não são as nossas, mas que foram construídas especificamente para nós, turistas.” (Pires, 2004, p.31)

Citando Art (1998), Dulley (2004) define ambiente como o “conjunto de condições que envolvem e sustentam os seres vivos na biosfera, como um todo ou em parte desta, abrangendo elementos do clima, solo, água e de organismos”.

O ser humano está a mudar a sua postura no que diz respeito à responsabilidade ambiental, um conceito ligado às “questões ambientais, uma vez que o processo de melhorar, recuperar e preservar o meio ambiente depende da vontade, da educação e da responsabilidade ambiental de cada ser humano”. (Mendes, 2011,p.31)

Citado por Lickorish & Jenkins (2000) a OMT e o Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas constataram, em 1992: *a proteção, a otimização e as melhorias dos diversos componentes do meio ambiente estão entre as condições fundamentais para o desenvolvimento harmonioso do turismo. Da mesma forma, a gestão racional do turismo pode contribuir em grande parte para a proteção e desenvolvimento do meio ambiente físico e da herança cultural, bem como para a melhoria da qualidade de vida.*

Empreendimento industrial, tais como os derivados do turismo, causam impactos negativos sobre o ambiente físico em que acontece. O turismo de massas é tido normalmente como sendo prejudicial ao ambiente, mas é importante referir que, com planeamento cuidadoso, o turismo pode até ser benéfico para a preservação do ecossistema.

No momento em que a atividade turística acontece é inevitável não haver modificações no ambiente, sendo a preservação ambiental e o planeamento uma parte fundamental do desenvolvimento turístico para que seja possível minimizar os impactos negativos e estimular os positivos. Para se conseguir perceber o impacto do turismo no ambiente físico seria necessário: estabelecer quais os impactos físicos criados após a atividade turística comparando com outras atividades; quais as condições antes e após a atividade física; fazer um inventário da fauna e flora observando quais os níveis de tolerância para os tipos de impacto criados pela atividade turística; e quais os níveis diretos e induzidos de impacto ambiental que estão associados à atividade turística. (Cooper et al, 2003)

A pesquisa sobre os impactos do turismo no meio ambiente é um estudo recente e todos os possíveis impactos estão relacionados com as características ambientais de cada região e com a escala do desenvolvimento turístico.

IMPACTOS NEGATIVOS

POLUIÇÃO DA ÁGUA	Sem um sistema de tratamento de esgoto há o risco de poder poluir o lençol de água subterrâneo; ou em casos em que não há tratamento da água de esgoto e a saída da mesma tiver sido construída junto a um rio ou zona costeira, esta poderá poluir a água.
POLUIÇÃO DO AR	O desenvolvimento do turismo pode causar poluição do ar, em casos de zonas com grande atração turística, onde há excesso de tráfego de transportes aéreos, marítimos e rodoviário.
POLUIÇÃO SONORA	O barulho gerado por grandes concentrações de turistas, veículos, aviões e por vezes atrações turísticas, pode atingir grandes níveis de desconforto.
POLUIÇÃO VISUAL	A construção de instalações turísticas com estilo diferente da arquitetura local, o uso excessivo de cartazes publicitários e construções em paisagens naturais, podem acabar com a beleza natural de regiões.

USO DE TERRAS	O desenvolvimento turístico não se deve apropriar de terras valiosas para agricultura, ocupação residencial ou recreativa, sendo que estas devem ser conservadas. O mau planeamento pode também levar a deslizamento de terras, inundações, sedimentação de rios e áreas costeiras.
DANO A LOCAIS HISTÓRICOS E ARQUEOLÓGICOS	O uso abusivo de locais frágeis pode levar ao desgaste dos recursos.
DESPEJO IMPRÓPRIO DE LIXO	O despejo de resíduos sólidos proveniente de turistas pode gerar problemas de saúde, doenças e poluição.

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Lickorish & Jenkins (2000)

IMPACTOS POSITIVOS

PRESERVAÇÃO DE ÁREAS NATURAIS	O turismo pode justificar o gasto na preservação de parques, manutenção de áreas e atrações, que sem ele, poderiam estar deterioradas
PRESERVAÇÃO DE LOCAIS HISTÓRICOS E ARQUEOLÓGICOS	O turismo funciona como incentivo na manutenção de locais históricos que são atrações para o turista
MELHORIAS DE QUALIDADE AMBIENTAL	O turismo funciona como incentivo para “limpar” o meio ambiente, incentivando a qualidade estética, o paisagismo e o design adequado de construções
MELHORIAS NAS INFRAESTRUTURAS	Aeroportos, sistemas de comunicação, podem ser otimizadas através do desenvolvimento turístico, trazendo benefícios económicos e ambientais

Fonte: Elaboração própria, adaptado de Lickorish & Jenkins (2000)

1.2 Relação turismo-ambiente

O Código Mundial de Ética do Turismo ³, foi aprovado em outubro de 1999 por unanimidade na Assembleia Geral da Organização Mundial de Turismo. Este código “destina-se aos governos, à indústria de viagens, às comunidades e aos turistas” e tem como principal objetivo “ajudar a maximizar os benefícios do sector e minimizar os seus potenciais impactos negativos no ambiente, no património cultural e nas sociedades”.

Um dos seus princípios é o desenvolvimento sustentável do turismo, segundo o qual cabe às organizações “o dever de salvaguardar o ambiente e os recursos naturais, na perspetiva de um crescimento económico são, contínuo e sustentável, capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e as aspirações das gerações presentes e futuras” e “economizar os recursos naturais raros e preciosos, nomeadamente a água e a energia, bem como evitar na medida do possível a produção de dejetos”.

Segundo o relatório da OMT (2019) “Emissões de CO2 relacionadas ao transporte do setor de turismo”⁴, as emissões de carbono provenientes do turismo, incluído dos transportes, alojamento e outras atividades, representa 5% das emissões globais de CO2. Os transportes são o sub-setor do turismo que mais contribui para este valor, com uma percentagem de 75% do total de emissões, seguindo-se as emissões causadas pelo alojamento, com 21 p.p.

1.2 Sustentabilidade

O conceito de desenvolvimento sustentável foi definido em 1987, pela World Commission on Environment and Development for the United Nations (WCED)200, como aquele que “atenda às necessidades de hoje, sem comprometer a capacidade de gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades.”

Em 1992, na Conferência do Rio, também organizada pelas Nações Unidas, conhecida como Eco-92, foi discutido o conceito de desenvolvimento sustentável e começaram a ser debatidas medidas para garantir o equilíbrio entre o desenvolvimento socioeconómico com a proteção do meio ambiente. Na conferência foram definidos princípios tais como a parceria global para conservar, proteger e recuperar a saúde e integridade do ecossistema da Terra e eliminar ou reduzir padrões considerados insustentáveis.

³ Organização Mundial de Turismo (1999)

⁴ UNWTO, & ITF. (2019). *Transport-related CO 2 Emissions of the Tourism Sector*.

A sustentabilidade é composta pelas vertentes ambientais, sociais e económicas, sendo que a sustentabilidade só é alcançada quando a sustentabilidade destes componentes está em equilíbrio. A questão social não passa apenas por salários justos, mas sim pelo bem-estar de todos os colaboradores, já a sustentabilidade económica consiste em alcançar os objetivos financeiros das empresas. (Nascimento et al., 2017)

1.2.1 Turismo Sustentável

Quando falamos de turismo sustentável não se refere apenas a nível ambiental, mas também a nível económico, social, cultural e administrativo e para o atingir é necessária a participação de todas as áreas do turismo, e não apenas da hotelaria.

O turismo de natureza surge como exemplo de turismo sustentável, sendo relevante para a conservação da natureza. Desse modo, o turismo de natureza caracteriza-se como “o produto turístico, composto por estabelecimentos, atividades e serviços de alojamento e animação ambiental realizados e prestados em zonas integradas na Rede Nacional de Áreas Protegidas”. (Cunha, 2017)

Em 1965, Dowers alertava para os possíveis impactos do aumento do tempo livre e atividades de lazer. Mais tarde, em 1973, Young alerta para os possíveis efeitos do turismo, e a partir daí, diversos autores questionaram os efeitos mundiais do turismo e na comunidade local, abrindo portas para estudos atuais que descrevem a importância do desenvolvimento sustentável. (Candioto, 2009)

Segundo a Organização Mundial do Turismo (2003), a definição de turismo sustentável: “atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades para o futuro. É visto como um condutor à gestão de todos os recursos, de tal forma que as necessidades económicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade cultural, dos processos ecológicos essenciais, da diversidade biológica e dos sistemas que garantem a vida.”

De acordo com a OMT⁵ (2005) o turismo sustentável deve seguir seguintes parâmetros:

1. Fazer um uso otimizado dos recursos ambientais que constituem um elemento-chave no desenvolvimento do turismo, mantendo processos ecológicos essenciais e ajudando a conservar o património natural e a biodiversidade;

⁵ UNWTO (2005). Sustainable Development.

2. Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs, conservar sua herança cultural construída e viva e os valores tradicionais e contribuir para a compreensão e tolerância interculturais;

3. Garantir operações económicas viáveis e de longo prazo, fornecendo benefícios socioeconómicos a todas as partes interessadas que sejam distribuídas de maneira justa, incluindo oportunidades estáveis de geração de emprego, receitas e serviços sociais para as comunidades anfitriãs, e contribuindo para o alívio da pobreza.

1.2.2 Agenda 2030- 17 Objetivos ONU

No início de 2016 a Organização das Nações Unidas (ONU), aprovou 17 objetivos compostos por 169 metas intitulados de: “Transformar o nosso mundo: Agenda 2030 de Desenvolvimento Sustentável”. Este documento pretende demonstrar a visão da ONU para a humanidade enumerando medidas sociais, ambientais e económicas, a seguir para atingir o sucesso do desenvolvimento sustentável. Os 17 objetivos a atingir até 2030 são os seguintes:

1. Erradicar a pobreza: reduzir para metade o número de pessoas que vivem na pobreza, garantir direitos básicos e direitos iguais no acesso a recursos económicos para os mais pobres e vulneráveis e criar enquadramentos políticos sólidos a nível nacional, regional e internacional com base estratégica de desenvolvimento, apoiando pessoas mais pobres e sensíveis à igualdade de género;
2. Erradicar a fome: acabar com a fome garantindo refeições de qualidade e nutritivas para todo o ano, acabar com todas as formas de malnutrição e duplicar a produtividade agrícola apoiando pequenos produtores;
3. Garantir o acesso à saúde: reduzir a taxa de mortalidade materna global, acabar com as mortes evitáveis de recém-nascidos, acabar com epidemias como SIDA, malária e combater a hepatite, reforçar a prevenção de consumo de substâncias como drogas e álcool e reforçar a capacidade de todos os países para o alerta precoce e redução de riscos de saúde;
4. Garantir o acesso à educação inclusiva: garantir que todos os estudantes completam o ensino primário e secundário, aumentar o número de jovens e adultos para que tenham habilitações relevantes e competências de emprego, garantir que todos os alunos tenham educação sobre desenvolvimento sustentável e aumentar o número de professores qualificados especialmente em países de desenvolvimento;
5. Alcançar a igualdade de género: acabar com todas as formas de discriminação feminina, eliminar todas as formas de violência contra mulheres jovens e adultas, garantir a

- igualdade de oportunidades de liderança de mulheres na vida política, económica e pública;
6. Disponibilidade e Gestão Sustentável de Água: alcançar o acesso universal e equitativo de água potável e segura para todos, reduzir a poluição minimizando despejos e libertação de produtos químicos, promover a participação da comunidade para melhorar a gestão de água e saneamento;
 7. Energias renováveis e acessíveis: assegurar o acesso universal e de preços acessíveis a toda a população e duplicar a taxa global de melhoria de eficiência energética;
 8. Promover o trabalho digno e crescimento económico: alcançar emprego decente para todas as mulheres e homens inclusive para jovens e pessoas com deficiência e remuneração igual para todos, reduzir a proporção de jovens sem emprego e formação, erradicar o trabalho forçado e implementar medidas para promover o turismo sustentável que cria emprego e promove a cultura e produtos locais;
 9. Indústria inovação e estruturas: desenvolver infraestruturas de qualidade e sustentáveis e modernizar infraestruturas e reabilitar indústrias tornando-as sustentáveis;
 10. Reduzir as desigualdades: empoderar e promover a inclusão social, política e económica e facilitar a migração e mobilidade de pessoas;
 11. Cidades e comunidades sustentáveis: assegurar o acesso de todos a habitação segura e preço acessível e proteger e salvaguardar o património cultural e natural do mundo, reduzir o impacto ambiental negativo nas cidades.
 12. Produção e consumo sustentável: alcançar o uso eficientes de recursos naturais, reduzir para metade o desperdício alimentar, reduzir a geração de resíduos e promover práticas de compras sustentáveis;
 13. Ação climática: melhorar a educação e consciencializar a população acerca das alterações climáticas e reforçar a resiliência e capacidade de adaptação de riscos relacionados com o clima e catástrofes naturais;
 14. Proteger a vida marinha: até 2025 reduzir a poluição marinha e proteger os ecossistemas marinhos e proporcionar o acesso de pescadores artesanais de pequena escala aos recursos marinhos;
 15. Proteger a vida terrestre: combater a desertificação, assegurar a conservação de ecossistemas de montanha e reduzir a degradação de habitats naturais e mobilizar e aumentar recursos financeiros para a conservação e uso sustentável da biodiversidade e ecossistemas;
 16. Paz justiça e instituições eficazes: reduzir substancialmente a corrupção e suborno, desenvolver instituições transparentes e eficazes a todos os níveis, fornecer identidade

legal para todos e fazer cumprir leis e políticas não discriminatórias para o desenvolvimento sustentável;

17. Parcerias para a implementação dos objetivos: ajudar os países em desenvolvimento a alcançar a sustentabilidade da dívida de longo prazo através de políticas coordenadas destinadas a promover o financiamento e redução da dívida e adotar e implementar regimes de promoção de investimento para países em desenvolvimento.

1.2.3 Princípios de Planeamento Ambiental

Algumas políticas básicas que podem ser aplicadas a nível regional e nacional, desenvolvidas por Lickorish & Jenkins, 2000:

1. Desenvolver o turismo de forma planeada e controlada, determinando a capacidade de carga do destino, pois o excesso de turistas talvez seja a causa principal de degradação ambiental;
2. Utilizar o turismo como meio de conservação ambiental, usando-o para justificar os gastos da conservação local;
3. Utilizar técnicas de marketing seletivas para atrair turistas interessados no meio ambiente;
4. Moderar a taxa de crescimento turístico para criar tempo para o planeamento sustentável, para monitorizar os impactos ambientais e sócio culturais;
5. Concentrar as instalações turísticas em determinadas áreas, reduzindo assim a poluição e permitir o controlo dos impactos negativos;
6. Estabelecer fases para o desenvolvimento turístico, de modo a distribuir os turistas quando uma área satura;
7. Tentar reduzir o pico sazonal, através da implementação de preços atrativos fora do pico, procurando reduzir concentração de turistas na mesma época.

1.3.4 Hotelaria

Na maioria dos países os hotéis são negócios pequenos e familiares que evoluíram com o desenvolvimento turístico no início do século XX, sendo que estes hotéis eram pequenos e localizados nas zonas mais turísticas de cada localidade. Com o passar do tempo, estes pequenos hotéis têm perdido importância devido à concorrência de grandes grupos que oferecem das opções mais económicas às mais luxuosas.

Segundo o Turismo de Portugal⁶, os estabelecimentos hoteleiros são os empreendimentos turísticos destinados a proporcionar serviços de alojamento e outros serviços acessórios ou de apoio, com ou sem fornecimento de refeições, e vocacionados a uma locação diária. Existem três grupos de estabelecimentos hoteleiros com as seguintes categorias: Hotéis, Hotéis-Apartamentos e Pousadas.

Costa (2012) refere que as especificidades do serviço hoteleiro são:

- Elevado grau de intangibilidade: após utilizar o serviço de um hotel, resta apenas ao cliente a sua perceção do serviço;
- Simultaneidade da produção e utilização: o serviço só acontece quando os clientes o utilizam;
- Grande heterogeneidade: apesar do serviço prestado ser o mesmo, a qualidade percebida varia de acordo com a perceção de cada cliente.
- Impossibilidade de armazenar (Perecível): a não ocupação de um quarto, numa certa data, representa a não realização da receita que a sua venda geraria;
- Investimento inicial elevado: resultante dos custos dos terrenos convenientes à implantação das unidades, bem como das características dos edifícios e da crescente multiplicidade de equipamentos exigidos;
- Dificuldade de reconversão: a tipologia dos edifícios e dos equipamentos, resulta na dificuldade de reconversão ou deslocação deste tipo de empreendimentos;
- Recursos humanos significativos: as empresas hoteleiras necessitam de mão-de-obra intensiva, agravando-se pela sazonalidade da procura e necessidade de assegurar um serviço de qualidade;
- Grande sensibilidade a fatores externos: tais como, sazonalidade, baixo grau de fidelidade dos clientes, diferentes durações de estadia, grande heterogeneidade dos segmentos e das suas origens, condicionalismos políticos e sociais e forte crescimento de oferta.

1.3.4.1 Sustentabilidade na hotelaria

A indústria hoteleira, independentemente da dimensão dos empreendimentos, gera grandes impactos no ambiente, entre eles, o elevado consumo de água, energia e matéria-prima, a

⁶ Turismo de Portugal. Tipologia Empreendimentos Turístico.

libertação de emissões poluentes e produção de resíduos. Cabe, por isso, aos funcionários, consumidores e a toda a organização adotar medidas adequadas à conservação do meio ambiente.

O desenvolvimento sustentável é atualmente uma questão prioritária a nível global. Com a degradação dos solos, água e ar e a quantidade de resíduos das comunidades a aumentar, cabe ao Governo, empresas e indivíduos assegurar a conservação ambiental. Este desenvolvimento deve contemplar um equilíbrio entre o ambiente, a economia e o bem-estar social e cultural.

O desenvolvimento sustentável é uma questão essencial para a sobrevivência das empresas hoteleiras, uma vez que o consumidor começa a criar preferência por produtos e serviços com menor impacto ambiental. (Quintas, 2014)

Em 1996 surgiu na Europa a norma ISO 14001, que se destina a “proporcionar às organizações os elementos de um sistema de gestão ambiental eficaz, que possam ser integrados com outros requisitos de gestão, a fim de ajudar essas organizações a atingir os objetivos ambientais e económicos.” A Norma ISO 14001 tem como objetivos que as organizações devam “estabelecer, implementar e manter objetivos e metas ambientais documentadas, a todos os níveis e funções relevantes dentro da organização.” (ISO 14001:2004)

Quintas (2014) assume que a defesa das empresas pelo meio ambiente permite alcançar prosperidade económica, aumentando a produtividade reduzindo o consumo de matérias-primas e energia e minimizando os custos suportados com a gestão de resíduos. Entre as diversas motivações que uma empresa hoteleira pode ter, o autor refere as seguintes: desejo de a empresa afirmar publicamente o seu compromisso eco-amigável; dever de contribuir para a conservação dos recursos ambientais; reduzir o consumo de recursos, aumentando assim a sua competitividade; assumir o papel de líder local ou regional em questões ambientais: procurar alcançar benefícios económicos e dar cumprimento às leis do país e diretivas comunitárias sobre questões ambientais.

Os empreendimentos hoteleiros, como já referido, têm impactos ambientais inevitáveis, havendo departamentos que têm maior relevância nestes impactos, Quintas (2014) destaca as seguintes secções:

- Housekeeping: devido ao consumo de energia, água e matérias-primas, uso de produtos perigosos e produção de resíduos;
- Restaurante e Bar: devido ao consumo de energia, água e matérias-primas e resíduos de embalagens e orgânicos.
- Cozinha: devido ao consumo de energia e água, resíduos de óleos e embalagens e emanação de fumos e odores.

- Lavandaria: devido ao consumo de água e energia e uso de produtos de limpeza tóxicos.
- Serviços Técnicos: devido ao consumo de energia e água, consumo de produtos tóxicos nocivos à saúde e emissões no ar e solo.

Capítulo II – Contextualização da Empresa

2.1 Enquadramento no Setor da Atividade

A hotelaria é uma das atividades humanas mais antigas, remetendo ao século IV a.C. o aparecimento das primeiras “hospedarias”. Os primeiros viajantes foram os comerciantes e peregrinos religiosos que, com a necessidade de repouso e alimentação, começaram a nascer a ideia de hospitalidade. Até ao século XIX era usado o nome “hospedaria” para definir o local onde se proporcionava alojamento, já a palavra “Hotel” caracteriza o “estabelecimento que deverá fornecer um bom serviço de alojamento, de refeições, bar, tratamento de roupas, informação turística e de carácter geral, instalações confortáveis, zonas coletivas que proporcionem oportunidades de convívio.” (Janeiro, 2004, p.17)

As empresas hoteleiras, são empresas de serviços que, de acordo com Eiglier & Langeard (1991) citado por Costa (2012), pressupõem que: num hotel só existe serviço se existirem clientes; os clientes são parte integrante do serviço, condicionando-o e sendo por eles condicionado; as qualidades humanas e técnicas são parte integrante do serviço; as características físicas de uma unidade hoteleira são, apenas, uma parte do sistema que a mesma representa e o serviço prestado depende do sistema organizativo definido pelo gestor.

Segundo dados da 15ª edição do Atlas da Hotelaria 2020 da Deloitte, Portugal contava, no final de 2019 com 2 132 empreendimentos turísticos e 150 238 unidades de alojamento. Do total de empreendimentos turísticos, 9% representam unidades de 5 estrelas, e 38% de 4 estrelas. O Norte, Algarve e Centro foram as regiões que apresentaram o maior número de empreendimentos turísticos, com 23%, 21% e 20% respetivamente, o Algarve continua a ser líder no número de unidades de alojamento, contando com 31% do total de unidades do país.

No que toca às receitas por quarto disponível (RevPAR), Lisboa e o Algarve representam o valor mais alto, com 74,23 Eur e 54,54 Eur, respetivamente. A região de Lisboa também lidera tabela no que toca à taxa de ocupação, número de hóspedes e proveitos de aposento. A Região Autónoma da Madeira tem a estada média mais elevada, apresentando uma duração de 5,04 dias.

O Grupo Pestana Hotels & Resorts/ Pousadas de Portugal, Vila Galé Hotéis e Accor Hotels, mantêm-se há mais de dez anos na liderança do *ranking* nacional com maior número de unidades de alojamento, correspondendo o primeiro lugar a 8 337 unidades de alojamento e 17 289 camas.

2.2 Análise do Grupo Natura IMB Hotels

O Grupo Natura IMB Hotels é o maior grupo hoteleiro da região Serra da Estrela e da Beira Interior, tendo como administrador-executivo Luís Veiga. O grupo conta com cinco hotéis: o H₂Otel - Congress & Medical SPA, situado em Unhais da Serra (Covilhã); o Puralã – Wool Valley Hotel & SPA e o Sport Hotel Gym + SPA, ambos na cidade da Covilhã; bem como o Hotel Lusitânia – Congress & SPA e o Hotel VanGuarda – Congress & Family, estes dois na Guarda. O Grupo conta ainda com uma unidade de animação e restauração, o Covilhã Country Club, na Quinta do Covelo.

Dados da 15ª edição do Atlas de Hotelaria elaborado pela Deloitte colocam o Grupo Natura IMB Hotels no quinto lugar do Top 5 de Grupos Hoteleiros da região Centro, contando com 442 unidades de alojamento, o que corresponde a 2% do total da região.

O Grupo está ligado à família Manuel Brancal, da Covilhã, que apostou na área turística e de imobiliário há cerca de 25 anos. O investimento na área do turismo começou com o Country Club.

Há cerca de 20 anos o grupo comprou o Hotel Turismo da Covilhã, de três estrelas e 60 quartos, tendo evoluído para 4 estrelas e 100 quartos, sendo hoje conhecido como Puralã - Wool Valley Hotel & SPA.

Mais tarde, o grupo começou a investir na cidade da Guarda, tendo adquirido o Hotel VanGuarda – Congress & Family e, em 2011, o Hotel Lusitânia - Congress & SPA.

A aposta no turismo de saúde implicou um investimento de mais de 15 milhões de euros no H₂OHotel – Congress & Medical SPA, que foi inaugurado em fevereiro de 2010. Mais tarde, o grupo IMB adquiriu o Covilhã Parque Hotel, que era inicialmente uma residência e foi requalificada para o hotel de 3 estrelas, designando-se agora Sport Hotel Gym+ SPA.

Já o Covilhã Country Club é uma típica casa beirã integrada num restaurante com diversas salas com capacidade para 200 pessoas, sendo reconhecido a nível regional e nacional pela qualidade da cozinha. Este espaço dispõe também de salas para grupos e reuniões de trabalho, uma área desportiva com courts de ténis, dois campos oficiais de squash, saunas, campos de voleibol, parque infantil e duas piscinas, sendo que todos os clientes dos hotéis têm acesso gratuito à piscina de verão do clube.

O Puralã – Wool Valley Hotel & SPA é um boutique e *lifestyle* hotel que tem como marca a lã e a indústria dos lanifícios. Está localizado à entrada da Covilhã e conta com 100 quartos e suites, um Natura Clube SPA com piscina interior e exterior e jacuzzi, sauna, hamman, massagens e estética, Vichy, squash e ginásio, bem como um espaço dedicado aos mais novos e salas de reuniões, congressos e banquetes, e restaurante temático à *la carte*, *buffet* diário e *bistrô* bar de

tapas. O parque de estacionamento no exterior disponibiliza aos hóspedes postos de carregamento gratuito para veículos elétricos. A temática da unidade é representada na seguinte imagem de um dos quartos do Hotel.

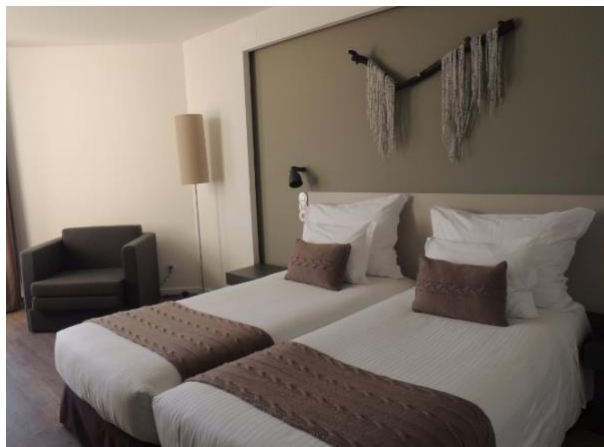


Figura 1. Quarto Hotel Puralã Wool Valley Hotel & SPA. Fonte: Website do Hotel.

O Hotel VanGuarda Crongress & Family está situado no centro da Guarda, a 1000 metros de altitude.

A unidade é composta por 82 quartos e 6 suites executivas, bar, restaurante panorâmico, sala de estar e salas aptas para todo o tipo de eventos com capacidade até 200 pessoas.

Tal como os restantes hotéis do grupo, também esta unidade dispõe de estacionamento exterior e posto de carregamento para viaturas elétricas.



Figura 2. Hotel Vanguarda Congress & Family. Fonte: Website do Hotel.

Resultante de um investimento de 15 milhões de euros, a unidade hoteleira H₂Otel conta com 90 quartos, dos quais 17 são suites e suites duplex, 1.000 metros quadrados de salas preparadas para reuniões, congressos e banquetes, Loja Gourmet, sala de jogos, Mediacenter, ginásio, parque de estacionamento, garagem com postos de abastecimento para veículos elétricos e restaurante. O Hotel conta ainda com o Mountain Spa AQUADOME, um centro termal e lúdico, dedicado à estética e bem-estar, onde se podem encontrar serviços de massagem e atividades de lazer, centro de fitness, termas e piscina interior e exterior, estas ligadas e rodeadas por cascatas e formações rochosas.



Figura 3. Hotel H₂otel Congress & Medical SPA. Fonte: Website do Hotel.

O Sport Hotel Gym + Spa tem um conceito ligado ao desporto, localizado no centro da Covilhã, com acesso pedonal para área comercial e a 6 Km do Parque Natural da Serra da Estrela.

O hotel é composto por 103 quartos e suites, um ginásio totalmente equipado com funcionamento de 24 horas, SPA composto por sauna, chuveiro com cromoterapia e hamman, sala de tratamentos e massagens de relaxamento e recuperação pré e pós treino, sala Fun Zone para crianças, estacionamento com postos de carregamento para veículos elétricos e um espaço dedicado ao aluguer de bicicletas, oficina e lavagem das mesmas.



Figura 4. Quarto Hotel Sport Hotel Gym + SPA. Fonte: Website do Hotel.

2.3 Hotel Lusitânia Congress & SPA

Hotel “é uma unidade que reúne em si os requisitos necessários para que o hóspede possa usufruir do alojamento, satisfazendo as suas necessidades, nomeadamente, de descanso, alimentação, entretenimento, entre outras.” (Abranja, 2019, p.59).

O Lusitânia encontra-se à entrada da cidade da Guarda, na Urbanização da Quinta das Covas, perto da saída para a A25, a cerca de 1 quilómetro da estação ferroviária e a 10 minutos de carro do centro histórico da cidade. O hotel possui, por isso, uma localização tranquila e calma, afastado do centro urbano.

Na parte exterior, o Hotel Lusitânia apresenta uma paisagem natural, com áreas para poder passear, pátios e a horta que pode ser visitada pelos hóspedes. Conhecida por “Horta Lusitana”, são aqui cultivados variados produtos que são posteriormente consumidos e utilizados, não só pelo Hotel Lusitânia, mas também por todas as unidades do grupo. O Hotel Lusitânia foi o primeiro hotel biológico de Portugal a ter uma quinta orgânica com um jardim de flores, legumes e frutos.



Figura 5. Parte da Horta do Hotel Lusitânia. Fonte: Captação Própria

O Hotel é constituído por três pisos, com um total de 57 quartos Twin e Duplos, três Suites Juniores e três Suites Executivas e um quarto para hóspedes com mobilidade reduzida.

A suite júnior é composta por um quarto com cama de casal, uma sala de estar com sofá-cama e casa de banho, diferenciando-se da suite executiva por esta ter para além do referido, mais um quarto com duas camas individuais. Os quartos Twin são compostos por casa de banho e duas camas individuais e os quartos Duplos casa de banho e cama de casal.

Todos os quartos e suites têm varanda e casa de banho privativa, produtos de higiene, secador, roupão, bidé, mini-bar, internet, televisão, ar condicionado, serviço de despertar, cofre, secretária, telefone e roupeiro.

O Hotel conta também com um hall e receção ampla e acolhedora com locais de conforto. Junto à receção encontramos o bar, com sala de jogos e esplanada. Aqui são servidas refeições ligeiras como sandes e snacks. O bar tem capacidade para 60 pessoas e funciona das 11h00 às 24h00. No mesmo piso da receção está também o restaurante, onde são servidos os pequenos-almoços,

almoços e jantares. O restaurante tem um serviço “*À La Carte*” que dispõe de uma ementa com pratos tradicionais onde são usados variados produtos da Horta do hotel. Para além do serviço à carta, existe ainda uma ementa Bio&Grill, feita diariamente, com refeições mais simples e variadas.



Figura 6: Hall de entrada Hotel Lusitânia. Fonte: Captação Própria

Destinado a congressos, reuniões e eventos variados, o hotel conta com cinco salas designadas por Farta, Fiel, Formosa, Forte e Egitano, com uma capacidade total de 450 pessoas – o nome das salas é alusivo aos “5 F’s” que caracterizam a cidade da Guarda: Farta, devido à riqueza do vale do Mondego; Fiel porque Álvaro Gil Cabral recusou entregar as chaves da cidade ao Rei de Castela; Forte, devido às suas muralhas e torre do castelo; Formosa pela sua beleza natural e Fria por causa da altitude elevada a que se encontra e a proximidade com a Serra da Estrela. Aqui são realizados eventos como casamentos, batizados, reuniões, showrooms, congressos e jantares de empresas/grupos.



Figura 7. Decoração de mesa de casamento. Fonte: Captação própria

O serviço Natura Clube & SPA do Hotel Lusitânia dispõe de piscina interior e exterior (aberta no período de Verão), jacuzzi, sauna húmida e seca, gabinetes de massagens e esteticismo, ginásio e sala de atividades e campo de ténis. O serviço Natura está incluído na reserva de todos os clientes, com a exceção das massagens.

O Serviço Natura está também disponível para clientes externos, que podem usufruir de todos os serviços, sendo também dadas aulas de natação pelos técnicos e professores da secção.

Desde 2018, o Hotel tem uma área de carregamentos elétricos da marca Tesla, empresa pioneira no desenvolvimento, produção e comercialização de automóveis elétricos. O hotel tem oito carregadores com uma adesão muito positiva, pois é um dos primeiros hotéis a disponibilizar este serviço. O serviço é gratuito e não é exclusivo para hóspedes.

2.3.1 Visão, missão, cultura, valores e estratégia

De acordo com Balanz  e Nadal (2003), citado por Santos & Santos (2011, P.39) “as empresas de turismo são empresas de serviços, pois o cliente não obt m um bem tangível, ao contrário, adquire o direito de usufruir de algo; para tanto, faz-se necessário haver infraestrutura e equipamentos que possam corresponder às necessidades do turista.”

A estratégia de uma empresa são as metodologias a considerar de modo a alcanç r os fins e objetivos previamente definidos. O Grupo tem como estratégia apostar no turismo de saúde e bem-estar: "...consideramos que o turismo associado   saúde é uma das tendências da procura atual e   a  onde nos queremos posicionar. Em zonas não urbanas é muito difícil viabilizar uma oferta que não passe por uma oferta temática e diferenciadora, seja na área que for", referiu o

administrador-executivo, Luís Veiga, numa entrevista ao “Diário Económico”, segundo o qual “neste momento a área da saúde é a que tem menos risco, desde que bem planeada”.

A missão de uma empresa, de acordo com Freire (1997) caracteriza-se pela “declaração escrita que procura traduzir os ideais e orientações globais da organização para o futuro”. Nesse sentido, a missão do Hotel Lusitânia passa por garantir a satisfação dos seus clientes e manter uma relação qualidade-preço reconhecida.

A visão do grupo passa por serem reconhecidos como líderes em serviço e, em simultâneo, assegurando a motivação dos colaboradores e promoção da sustentabilidade económica e social da região onde as unidades estão inseridas.

A par com a visão, os valores da empresa são também apostar na formação e motivação dos colaboradores, apostar na sustentabilidade ambiental, económica e social, apostar na excelência de acolhimento manter sempre o foco no cliente e na sua satisfação e bem-estar.

Segundo Schein (1985), citado por Barbosa (2004, p.238) “a cultura organizacional é o modelo dos pressupostos básicos, que determinado grupo tem inventado, descoberto ou desenvolvido no processo de aprendizagem com os problemas de adaptação externa e integração interna, e uma vez que os pressupostos tenham funcionado o suficientemente bem para serem considerados válidos, são ensinados aos demais membros como a maneira correta para se perceber.”. A soma das crenças básicas desenvolvidas pelo grupo é transmitida aos novos membros como forma correta de agir. A cultura de uma empresa é aplicada em elementos científicos, políticos, económicos, ideológicos e sociais. A cultura do Hotel Lusitânia passa por criar uma relação de confiança entre todos os colaboradores, garantir a transparência de atividades através de uma política de comunicação e diálogo com os colaboradores, procurando estimular o trabalho de equipa e capacidade profissional. A cultura da empresa aposta na inovação e diferenciação da mesma em relação à concorrência.

Em suma, uma empresa, a partir de recursos financeiros, humanos, conhecimentos, matérias-primas e tecnológicos, procura alcançar resultados de serviços. Resultados estes que para serem alcançados implicam a definição de objetivos empresariais, individuais e de grupo (Costa, 2012).

Para demonstrar a organização da empresa, foi feito um organograma (anexo 1) que consiste na representação gráfica dos cargos e das relações hierárquicas (Berwanger, 2013). Segundo Carreira (2009), citado por Nascimento (2016), “o organograma permite a interpretação das relações de autoridade hierárquicas de forma rápida e eficaz, demonstrando os vários conceitos aplicados no desenho, como o nivelamento da estrutura, a amplitude da autoridade, a unicidade e os limites da amplitude de comando, o papel e a importância relativa de cada órgão.”

2.3.2 Análise da oferta/concorrência

A região da Serra da Estrela situa-se no Centro de Portugal, integrando municípios de cinco NUTS (Nomenclaturas de Unidade Territorial) III – Beira Interior Norte, Serra da Estrela, Cova da Beira, Beira Interior Sul e Pinhal Interior Norte. Os concelhos pertencentes a esta região são Pinhel, Almeida, Fornos de Algodres, Celorico da Beira, Guarda, Gouveia, Seia, Manteigas, Belmonte, Trancoso, Oliveira do Hospital, Covilhã e Penamacor.

A região da Serra da Estrela tem um grande potencial em termos turísticos devido à diversidade dos seus recursos naturais, a riqueza paisagística, o seu património histórico, a sua estrutura geológica e o clima favorável para a prática de desporto de Inverno, além da hospitalidade dos residentes (Sousa, 2009).

Segundo dados atuais do Turismo de Portugal⁷, em dezembro de 2020, existiam no distrito da Guarda 237 empreendimentos turísticos, dos quais 97 hotéis, com 2 169 camas. No total, o distrito conta com 2 190 unidades de alojamento, perfazendo um total de 4 377 camas.

Dados da mesma fonte indicam que o concelho da Guarda conta com 20 empreendimentos turísticos, 4 destes hotéis. Os Hotéis do concelho têm no total 387 camas. É de referir que dois destes hotéis pertencem ao grupo IMB, que têm em conjunto 145 camas.

A maior vantagem do Hotel Lusitânia é ser o único da cidade onde se localiza com 4 estrelas e o único com serviço de SPA incluído.

2.3.3 Análise SWOT do Hotel

A análise SWOT é um tipo de análise que tem como objetivo realizar uma análise crítica da empresa e do seu posicionamento no mercado.

Fernandes Et al., (2015) citando Ulrich (2002) indica que “A análise SWOT é uma das técnicas mais utilizadas em investigação social, quer na elaboração de diagnósticos, quer em análise organizacional ou elaboração de planos. No entanto a sua utilização, nem sempre se traduz em contributos efetivos para os processos, sendo que, muitas vezes, ela surge mais como um ritual ou uma tentativa desprovida de conteúdo real, de sermos mais científicos ou técnicos nos

⁷ Turismo de Portugal. Empreendimentos Turísticos 2020

processos de planeamento e/ou avaliação. Na realidade, devido a sua aparente simplicidade, esta técnica emergiu como uma das preferidas por técnicos de todas as áreas.”.

A sigla SWOT deriva de quatro palavras inglesas: Strengths (Forças): avaliação das vantagens da empresa face à concorrência que proporciona uma vantagem no ambiente empresarial; Weaknesses (Fraquezas): avaliação das desvantagens da empresa face à concorrência, com o objetivo de minimizar as fraquezas próprias; Opportunities (Oportunidades): avaliação das oportunidades de negócio que possam surgir no mercado favorecendo a empresa; Threats (Ameaças): incontroláveis pela empresa, são avaliados os problemas que a evolução do mercado possa vir a criar, tendo como objetivo evitá-los.

<p><i>STRENGTHS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Proximidade geográfica com a Serra da Estrela; • Ausência de locais com serviço de SPA na cidade; • SPA com diversidade de serviços; • Todos os quartos com varanda; • Supercarregadores Tesla; • Acordo com empresas; • Proximidade com a fronteira; • Hospitalidade; • Horta Biológica; • Avaliação <i>Online</i> positiva; • Existência de um quarto preparado para hóspedes de mobilidade reduzida; 	<p><i>WEAKNESSES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • SPA aberto a não hóspedes; • Restaurante e Bar aberto a não hóspedes; • Aulas de Natação no Natura Club; • Localizado longe do centro da cidade; • Falta de recursos humanos na área da restauração;
<p><i>OPORTUNITIES</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Atração do mercado espanhol devido à proximidade geográfica; • Uso da horta biológica para criação de atividade; • Ausência de concorrência local; • Mercado Judaico, proximidade com Belmonte; Antigas Judiarias da região; 	<p><i>THREATS</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de divulgação da cidade; • Confinamentos e restrições provocadas pela pandemia da Covid-19; • Economia fragilizada devido ao Covid-19;

Fonte: Elaboração própria

Capítulo III - Contextualização do estágio

3.1 Objetivos do estágio

O principal objetivo do estágio é ter contacto direto com as práticas profissionais das diferentes secções do grupo hoteleiro que garantem um bom funcionamento e sucesso do mesmo.

Pretende-se que ao fim do estágio se perceba o funcionamento, importância e organização de cada departamento, tendo conhecimento da relação e dependência que existe entre eles.

Para concluir, a aquisição de competências profissionais como colaboradora do grupo complementa os conhecimentos conseguidos ao longo da componente curricular do mestrado.

3.2 Duração do Estágio

De modo a obter conhecimentos de todas as secções inerentes à unidade hoteleira, ao longo das 1.620 horas calendarizadas, o estágio foi dividido por quatro secções diferentes, sendo estas, *housekeeping*, restauração, receção e organização de eventos.

O estágio teve início no departamento de *housekeeping*, tendo este tido uma duração de duas semanas. O estágio teve início nesta secção pois aqui é possível ganhar conhecimentos detalhados de todo o espaço da unidade, especialmente as especificidades dos quartos e diferentes tipologias dos mesmos.

Posteriormente, o estágio teve continuidade no departamento de *Food and Beverage* (F&B), ao longo do mês de dezembro e início de janeiro, tendo oportunidade de colaborar em eventos como: Ceia de Natal, Almoço de Natal, batizados e variados jantares e almoços de grupo feitos nesse período.

Após conhecimento do funcionamento dos diferentes departamentos, o estágio terminou na receção, tendo uma duração de cerca de quatro meses. Este período foi interrompido pelo confinamento que ocorreu em março de 2020, sendo que a unidade fechou e só reabriu dia 1 de julho do mesmo ano.

O último mês de estágio teve lugar no Hotel Vanguarda, sendo a dinâmica de trabalho muito semelhante nas duas unidades, pelo que houve a oportunidade de conhecer ambas, aprofundando conhecimentos e ganhando experiência profissional em duas unidades do grupo.

3.3 Estágio Curricular

3.3.1 Housekeeping

A passagem pelo departamento de *housekeeping* permite tomar conhecimento das diferentes tipologias de quartos que o Hotel Lusitânia tem, sendo estas *Single*, *Twin*, Duplo, Suite Júnior e Suite Executiva e de modo geral perceber como é feita a manutenção dos quartos e dos andares.

O departamento de *housekeeping* tem como finalidade fornecer alojamento aos hóspedes, sendo essencial estar de acordo com as necessidades de funcionamento da unidade e exigências e expectativas do cliente, tanto a nível de conforto, como de limpeza e de equipamentos disponibilizados. Esta secção tem a seu cargo as tarefas de limpeza, controlo e verificação de condições de manutenção e imagem e aparência do hotel. (Abranja, 2019)

Os funcionários responsáveis pelos andares têm responsabilidade de manter os quartos operacionais para os clientes e fazer a limpeza dos andares e áreas comuns. As atividades desenvolvidas são: arrumação e limpeza de quartos e casa de banho, mudança de roupa de quartos e de WC, manutenção de minibar e manutenção das copas.

No caso do Hotel Lusitânia, o serviço de lavandaria é externo, uma vez, que “os custos para uma unidade hoteleira dispor de lavandaria própria são avultados” (Abranja, 2019, P80).

Segundo Castelli (2006), a governanta deve ser “uma pessoa ativa, compreensiva, simpática, cordial, disposta, responsável, íntegra e organizada” e cabem à mesma, responsabilidades como:

- Conhecer as normas estabelecidas pela direção do hotel;
- Dirigir, controlar e supervisionar as atividades dos funcionários dos andares;
- Elaborar horários do staff do departamento;
- Criar um ambiente de trabalho agradável;
- Preparar planos de trabalho e escalas;
- Cuidar dos uniformes e higiene pessoal dos funcionários;
- Atender pedidos especiais;
- Organizar e controlar a lavandaria;
- Articular e controlar a situação em que se encontram os quartos (sujos, limpos, arrumados, etc.);
- Realizar inventário de roupa disponíveis nos andares;

- Controlar perdidos e achados;
- Comunicar à receção qualquer anomalia de manutenção.

Descrição de tarefas

Diariamente, é entregue à chefe da secção um documento impresso pela receção, conhecido como a governanta (anexo 2), onde estão indicados os números dos quartos a arrumar e limpar, sendo especificado o dia de entrada e de saída do cliente. Uma das práticas sustentáveis da unidade é proceder à mudança da roupa apenas à terceira noite da estadia, em casos em que os hóspedes permanecem mais do que duas noites.

A comunicação entre a receção e o departamento de limpeza permite uma melhor gestão de tempo, de comunicação e satisfação do cliente. Em casos em que o cliente faz check-out antes da hora esperada, ou em casos de late check-out, a chefe da secção é avisada e desse modo pode gerir o tempo destinado à limpeza dos quartos de forma conveniente.

O processo de limpeza e manutenção de cada quarto passa por retirar toda a roupa do quarto, sendo esta, roupa de cama e de casa de banho, colocar roupa lavada, limpar o pó, limpar a casa de banho, aspirar o quarto e repor *amenities*.

Para além da limpeza dos quartos, a esta secção cabem atividades como:

- Organizar a copa, sendo que em cada andar há uma copa com todo o material e roupa necessário para a manutenção dos quartos;
- Confirmação e reposição dos produtos do mini-bar. O controlo do consumo dos produtos do mini-bar é feito, registando numa folha o número do quarto e o produto em falta, posteriormente, a folha é entregue na receção, pertencendo a esta secção a cobrança da mesma ao cliente que consumiu o produto;
- Reposição de gel de banho e de mãos, sendo que cada quarto tem fixo na parede estes dois produtos para uso dos hóspedes, semanalmente ou conforme necessário, este material é repostado;
- Confirmação e anotação da data de validade dos produtos do mini-bar e registo do número de lote de cada produto. O controlo da data de validade dos produtos é feita mensalmente, pois nenhum dos produtos do mini-bar tem validade inferior a um mês, este controlo permite que nunca esteja exposto nenhum produto não conforme. O registo do lote de cada produto, permite

facilmente identificar os produtos pertencentes a um mesmo lote que possam ter apresentado algum problema;

- Limpeza de corredores e zonas comuns, sendo feita a limpeza frequente do pó dos andares e limpeza de alcatifas;
- Limpeza das varandas semanalmente ou sempre que necessário, sendo que todos os quartos têm varanda privada.

Com três funcionárias, em média, um quarto fica operacional em dez minutos, dependendo este tempo da duração da estadia do cliente, como já referido. Nos casos em que o cliente permanece mais do que duas noites, a mudança de roupa é apenas feita na terceira noite de estadia, passando o tempo de manutenção para cerca de cinco minutos. Todas as outras funções são feitas de acordo com o tempo disponível das funcionárias, uma vez que a prioridade é ter os quartos operacionais para a entrada de novos hóspedes na hora do check-in.

Segundo Abranja (2019, p.80), “a precisão e minúcia que este departamento requer é enorme, uma vez que todos os detalhes contam e marcam o hóspede no que refere à impressão com que o mesmo fica da unidade hoteleira”.

3.3.2 F&B (Food & Beverage)

Situado no interior do Hotel, o restaurante serve diariamente pequenos-almoços, almoços e jantares, não sendo o serviço limitado apenas a hóspedes. O restaurante tem uma capacidade máxima de 120 pessoas, número que após a pandemia, passou a ser de 40 pessoas.

F&B (Food & Beverage) é o termo utilizado para referir as atividades inerentes à produção, serviço e comercialização de comidas e bebidas. O departamento de F&B é normalmente a secção da unidade com maior dimensão, tendo mais colaboradores que as restantes, uma vez que este departamento engloba o restaurante, bar, banquetes, room service e serviço de piscina. (Gonçalves, M., 2018)

O serviço de banquetes é tratado pelo diretor de eventos e banquetes cabendo a este as responsabilidades de compras para o restaurante e provisão de bebidas e comidas; organização do evento, *mise en place* do setor; quantidade louça, talheres, uniformes e roupa de mesa e controlo dos custos de pessoal e de consumos. (Marques, J., 2003)

“A partir do momento em que o cliente decide ir a um restaurante, a experiência começa assim a formar-se. Desde o acesso ao restaurante, à escolha da refeição, ao momento em que é servido até ao momento de se ir embora, todos estes momentos interferem no resultado da experiência de consumo do cliente. Tudo num prato é importante, desde os ingredientes a serem utilizados, ao modo de acondicionamento, preparação e confeção; às quantidades ideais a serem levadas aos clientes, à variação de pratos disponíveis, os gostos dos clientes, os costumes e tradições, o modo de se apresentar à mesa, os utensílios utilizados, entre outros aspetos que resultam numa perspectiva positiva, por parte de quem as consome.” (Rocha, A., 2020, p.13)

Descrição de Tarefas

O horário do staff é feito semanalmente, sendo realizado conforme o número de hóspedes no Hotel. Ao longo do período de estágio nesta secção os turnos variam entre pequeno-almoço, almoço e jantar.

Horário de funcionamento do restaurante:

- Pequeno Almoço: 7:00 às 10:00
- Almoço: 12:30 às 15:30
- Jantar: 19:30 às 22:30

Segundo Castelli (2006), cabe ao empregado de mesa inúmeros requisitos pessoais e profissionais, o autor reforça os principais:

- Hábitos de higiene;
- Cortesia e educação;
- Cooperação e espírito de equipa;
- Autodomínio;
- Formação profissional.

As atividades realizadas variavam conforme o turno, cabendo a cada turno funções específicas. No pequeno-almoço o serviço é de buffet, com variedade de pães da região, sumos naturais, fruta variada, compotas confeccionadas com produtos da horta, variedade de cereais, variada charcutaria, bolos variados, chás, leite e café. Cabe aos colaboradores que estão a fazer este turno apresentar-se ao serviço meia hora antes do restaurante abrir para os clientes. Nesse espaço de

tempo é colocada a comida no buffet, previamente montado na noite anterior no turno do jantar, o pão e croissants são cozidos na hora, é confeccionada a comida que foi previamente preparada, como, ovos mexidos, bacon, salsichas, feijão e tomate.

Após a abertura ao público, são controladas as entradas, registando o número do quarto de cada hóspede e o número de hóspedes que entrou de um mesmo quarto. Ao longo do turno são levantados os pratos das mesas, preparadas as *mise en place* de mesas para próximos clientes e atendidos pedidos especiais que alguns clientes possam ter e repostos buffets ao longo da refeição.

Assim que todos os clientes tiverem saído do restaurante, é retirada a loiça e as toalhas usadas e são preparadas as mesas para o serviço do almoço. O buffet é levantado e todo o restaurante é limpo. Posteriormente, a loiça que foi sendo lavada ao longo da refeição é arrumada nos respectivos lugares.

Uma vez que o restaurante foi previamente preparado para o turno seguinte, ao longo do turno do almoço cabe aos funcionários atender pedidos, servir os clientes e preparar as *mise en place* de mesas assim que os clientes saem para possíveis clientes seguintes. O tempo livre é aproveitado para cortar fruta ou charcutaria que vai ser usada nas refeições e organizar e manter limpo o restaurante diariamente.

Todos os dias ao jantar existe buffet de sobremesas que é montado antes da abertura do restaurante ao público, todas as outras atividades são semelhantes às feitas no turno do almoço. Após a saída dos clientes, a sala é preparada para o pequeno-almoço do dia seguinte.

No restaurante e nas salas de eventos são também realizados eventos como casamentos, refeições de grupo, batizados e comemorações de datas festivas. As refeições são servidas em diferentes salas, variando de acordo com o número de participantes em cada evento. Ao longo do estágio foram servidas ceias de Natal, almoços de Natal, jantares de dia dos namorados, batizados e casamentos, sendo que as salas e mesas tinham decorações temáticas feitas pelos colaboradores com ajuda de elementos da administração, em alguns destes eventos houve a oportunidade acompanhar o diretor de F&B, participando na organização dos mesmos.

3.3.3 Receção/ Back Office

A receção é uma das partes mais importantes de uma unidade hoteleira, sendo o departamento onde se percebe todo o funcionamento do hotel e onde se tem mais contacto com o cliente, refletindo a imagem do hotel. De acordo com Abranja (2019, p.78), “é um dos departamentos de maior relevância no funcionamento otimizado de uma unidade hoteleira, uma vez que é através dele que é estabelecido um primeiro contacto com o hóspede”. A passagem por este departamento

durante o estágio teve como objetivo perceber o funcionamento do hotel e a sua organização interna.

Funções da Recepção

A composição da equipa da recepção depende da dimensão da unidade. No caso do Hotel Lusitânia e do Hotel Vanguarda a equipa é composta por um chefe de recepção, três rececionistas e um *night auditor*, em casos de unidades de maior dimensão existe maior variedade de cargos com funções mais específicas.

A metodologia de trabalho do *Front Office* é estabelecida pelos funcionários desta secção, em específico do chefe de recepção, em conjunto com a direção, aos quais cabe o planeamento de trabalho diário, semanal e mensal, por exemplo, em casos de eventos do hotel e a gestão da equipa.

A gestão de reservas é feita pelos rececionistas, sendo que cabe a estes a responsabilidade do registo de pedidos de alojamento, controlo de disponibilidade e quartos, gerir o sistema informático de reservas (anexo 3), comunicar ao departamento de marketing e vendas a ocupação da unidade para estes poderem articular os preços do alojamento. Segundo Abranja (2019, p.124), “o profissionalismo, a atitude, a cortesia e a simpatia para com os hóspedes são muitas vezes fatores diferenciadores e desequilibradores da empresa em relação aos concorrentes mais diretos”. Por essa razão o grupo IMB transmite aos seus funcionários a necessidade de apresentar uma imagem cuidada, expressão corporal moderada e natural e transmitir hospitalidade, contribuindo assim para uma experiência memorável desde o momento do *check-in*, até ao *check-out*.

“*Front Office*” é o departamento que está “na linha da frente”, por onde todos os assuntos passam e onde tudo se resolve. Esta secção interage com muitos outros sectores da unidade, tema que será desenvolvido mais à frente. O *front office*, é definido por Abranja (2019, p.99) como setor que reúne “as funções de gestão de hóspedes e de tudo o que lhe diz respeito, desde as formalidades de entrada (*check-in*) até à saída (*check-out*), passando por todas as suas ações interna e externamente durante o seu alojamento”. O contacto com o hóspede é feito desde o momento de pré-reserva, dependendo este se a reserva foi feita de modo direto ou através de uma entidade, finalizando a interação com o cliente no ato do *check-out*, passando pelo processo de reserva e de *check-in*. O rececionista deve ter boa forma de comunicação e grande conhecimento da unidade hoteleira, bem como da região onde a mesma está inserida, de modo a que possa ser prestado o melhor atendimento possível.

O atendimento prestado ao cliente na receção exige grande responsabilidade, uma vez que é nesta secção que é criada a imagem que os hóspedes levam consigo dos serviços prestados durante a sua estadia. Segundo Neto (2016), a receção “deve saber tudo o que está a acontecer no empreendimento”, pois só desse modo pode satisfazer todos os pedidos dos clientes.

Cabe ao rececionista atender o cliente de forma prestável e amigável, sendo essencial ter atenção a pequenos pormenores, tais como datas festivas para poder presentear o hóspede com cuidados especiais. O contacto constante com clientes de variadas culturas, nacionalidades e personalidades tornou a experiência muito enriquecedora a nível profissional e pessoal. Segundo Castelli (2006), cabe ao rececionista saber escutar, dando sempre atenção total ao cliente, evitar discussões, procurando nunca contrariar o cliente, e procurar soluções, tentando resolver de imediato qualquer problema ou comunicando a situação à gerência.

Vieira & Cândio (2004), referem que “a responsabilidade do rececionista em bem atender o hóspede em todos os momentos é uma das principais atividades ao longo do dia”.

Descrição de Tarefas

Os horários dos funcionários são feitos semanalmente, sendo estes, turno da manhã, turno da tarde ou turno intermédio, sendo que a cada um destes horários estão destinadas atividades específicas.

O trabalho no *front office* é feito com dois programas informáticos, o *NewHotel Software* e o *Host Hotel Systems*, tendo este último sido implementado em junho de 2020. Com o sistema *Host*, foi usado o software *Host PMS (Property Management System)* que é “um sistema integrado de gestão hoteleira que incorpora uma vasta gama de funcionalidades para gerir qualquer unidade, independentemente da sua dimensão ou tipo de operação”⁸. Este software tem como funcionalidades a criação de relatórios e estatísticas, análises de vendas e gestão de alojamento, tendo este sido o software utilizado para realizar atividades como: *check-in* e *check-out*, registo de reservas, verificação de disponibilidade para reservas, acesso ao estado dos quartos (bloqueio, limpeza) entre outras (anexo 4).

A receção pode deparar-se com situações indesejadas, como *overbooking* e *no-shows*. O *overbooking* é “a sobrelotação ou sobreposição precisamente por consistir na reserva de lugares acima da lotação máxima” (Abranja, 2019, p.207). Esta ação pode ser feita de modo consciente para compensar os casos de *no-show* que, segundo o mesmo autor, consistem “na não

⁸ Host PMS

comparência da pessoa que fez a reserva, na unidade hoteleira ou no terminal de transporte, sem aviso prévio, na data marcada”. O *overbooking* “tenta assegurar a rentabilidade do hotel, na certeza da aplicabilidade da afirmação de que a não venda de um quarto numa noite significa uma receita impossível de recuperar” (Costa, 2012, p.125), tratando-se de um risco de gestão, no caso do hotel Lusitânia não se trabalha com essa estratégia, por outro lado, existem quartos que estão fora de inventário, ou seja, não se conta com eles para venda. Estes quartos têm o propósito de evitar *overbooking* e alojar clientes, quando a unidade estiver cheia, que possam ter tido algum problema de manutenção no quarto, e este problema não possa ser resolvido no momento. Neste último caso, procura-se causar o mínimo transtorno possível e opta-se por colocar o cliente num quarto de tipologia superior como “compensação” pelo sucedido.

Em casos de no-show são seguidas as políticas de cancelamento da empresa:

“Até 7 dias antes da data de entrada não haverá lugar à cobrança de qualquer penalidade.

Após esse período será debitada a primeira noite.

Em casos omissos ou não tipificados sobre o cancelamento das reservas, o hotel reserva-se o direito de aplicar a cláusula anteriormente mencionada (de acordo com o disposto na convenção celebrada entre APAVT e AHP).”

Turno da manhã:

- Contar o fundo de caixa;
- Fazer Check-out. No momento de saída do cliente é pedida a chave do quarto, é realizado o pagamento e entregue a respetiva fatura. No sistema é dado check-out do cliente, e automaticamente o quarto fica registado como “Sujo” e “Vazio”;
- Receção do correio, registo do mesmo e posterior envio de conhecimento à direção;
- Arrumação e organização de todos os processos de check-in do dia;
- Impressão dos Key-pass das reservas do dia (anexo 5);
- Verificar os quartos para as chegadas do dia, confirmando se a atribuição de quartos está correta e se está de acordo com os pedidos do cliente e é feita check-list dos quartos (anexo 6);
- Fecho de caixa.

Turno na Tarde:

- Contar o fundo de caixa;
- Registo do estado dos quartos e consumos de mini-bar no programa, após entrega da governanta;
- Fazer Check-in. Processo cuidadoso em que é pedida a identificação dos hóspedes e registada em sistema, é entregue o *keypass* e são dadas as informações sobre o hotel. Caso o cliente deseje, o pagamento pode ser feito no ato do check-in.
- Envio de Briefing (anexo 7) de F&B para a direção;
- Organização dos processos check-in do dia;
- Fecho de caixa.

Outras atividades:

- Responder a e-mails;
- Fazer reservas individuais, diretas, telefónicas ou através de e-mail. Cabe ao rececionista, antes da reserva, consultar a disponibilidade, tipologia e tarifa a aplicar. A reserva é feita no sistema através do *HostPMS* e posteriormente ao cliente ou agência é enviada a confirmação de reserva com informações sobre o hotel, data de *check-in* e *check-out*, preço e instruções de pagamento;
- Cancelar reservas, localizando o processo, registar a alteração, confirmar as políticas de cancelamento e por fim confirmar o cancelamento ao cliente;
- Atendimento telefónico e direto, tem como objetivo esclarecer dúvidas, dar informações, fazer reservas;
- Gestão de Reclamações, em casos em que seja possível, cabe ao rececionista resolver o problema apresentado e posteriormente comunicar à direção.
- Comunicar *Room-Service* à secção do restaurante;
- Impressão de relatórios para os departamentos de Manutenção, *Housekeeping* e Restaurante, feitos no sistema informático e impressos posteriormente. Entre estes estão a lista com as atenções para manutenção (anexo 8), estado dos quartos e lista com clientes para pequeno-almoço, para serem entregues aos responsáveis de cada secção.

- Fazer encomenda do pão, feita diariamente com auxílio da secção do restaurante (anexo 9);
- Fazer requisições semanalmente de material em falta;
- Fazer inventário mensalmente (anexo 10);
- Elaboração da ementa *Bio-Grill*, impressa diariamente;
- Apoio a visitas de estudo, fazendo visita guiada ao hotel;
- Elaboração de ementas (anexo 11) (S.Valentim, jantares de grupo), através de programas simples como Microsoft Office Word e com auxílio da Chefe de recepção.

3.4 Interação do *Front Office* com o departamento de F&B e *Housekeeping*

Todos os departamentos estão em constante comunicação com o *Front Office*, sendo este o departamento que mais interage com os restantes. Apesar de cada departamento ter responsabilidades específicas, cabe ao *Front Office* garantir o correto funcionamento, intermediando a comunicação entre eles.

A comunicação entre o departamento de *F&B* e de *Front office* é fundamental, pois todos os consumos efetuados pelos clientes são lançados para a conta dos mesmos, que é gerida pelo *Front Office*, no caso das unidades hoteleiras em questão o sistema informático usado transporta automaticamente os consumos efetuados no bar e restaurante para a conta do cliente, tornando o processo mais simples e evitando possíveis falhas. O departamento de F&B está também dependente do relatório semanal com a ocupação diária em termos de quartos e eventos, onde é apresentada a estimativa de clientes esperados para cada refeição, permitindo efetuar compras e organizar horários do *staff*. Cabe, também, ao rececionista informar o departamento de *F&B* do número de clientes com regime alimentar “tudo incluído”, “meia pensão” e “alojamento e pequeno-almoço” para que este possa fazer uma melhor gestão de produtos e de colaboradores ao serviço em cada dia e evitar constrangimentos como pedir ao cliente a conta de uma refeição que já foi previamente paga no ato da reserva.

O departamento de *housekeeping*, tal como o de *F&B*, está em constante comunicação com a recepção, cabendo ao rececionista informar a governanta do status de limpeza dos quartos, pedidos especiais feitos pelos clientes e saída ou chegada de clientes, por outro lado, cabe à governanta informar à recepção os consumos de mini-bar de cada quarto, avarias ou problemas associados aos

quartos, e bens encontrados nos quartos após a saída dos hóspedes. Semanalmente, é enviado à governanta um relatório semanal de previsão de ocupação para que esta possa fazer gestão de pessoal, ao início do dia é entregue à governanta o relatório de governanta, onde está também reportado a data de entrada e de saída de cada cliente, posteriormente, no fim do dia esse relatório é atualizado pela recepção segundo as indicações dadas pela governanta.

Capítulo IV - Boas Práticas ambientais na hotelaria

Neste capítulo serão apresentadas boas práticas ambientais e sociais a pôr em prática na hotelaria nos setores dos andares (*Housekeeping*), restauração (F&B) e Front Office.

As boas práticas apresentadas são referentes à gestão de água, de energia e de resíduos sólidos, sendo a eficiente utilização dos mesmos as metas para um turismo ambiental sustentável proposto na Estratégia de Turismo 2027, elaborado pelo Turismo de Portugal em 2017, que consiste numa estratégia, com ações a curto prazo, para atingir objetivos a longo prazo, definindo visões, estabelecendo prioridades e comprometendo metas de sustentabilidade social, económica e ambiental.

É crescente o interesse sobre sustentabilidade e desenvolvimento sustentável e pelas mais recentes estratégias, entre as quais, produção mais limpa, controlo de poluição, eco-eficiência, gestão ambiental, consumo sustentável e resíduo zero (Glavi & Lukman, (2007) citado por Sartori et al., 2014).

A gestão ambiental nos hotéis é um passo importante para alcançar a sustentabilidade do Turismo e contribuir para um desenvolvimento sustentável (Kirk, 1995; Knowles et al., 1999 citado por Eusébio, 2013)

4.1 Responsabilidade Social

Num estudo realizado por Pantuffi & Brunstein (2017) para O II International Congress on Interdisciplinarity in Social and Human Sciences, os autores citam Houdré (2008) referindo as práticas sociais usados por alguns grupos hoteleiros, sendo estas: a Rede Accor investiu 50% do da redução de custos da lavandaria na plantação de árvores; o Grupo Marriot envolveu a comunidade oferecendo oportunidade de carreira a jovens e adultos com deficiência, inserindo 10.000 colaboradores nos Estados Unidos, fez um acordo com o Estado brasileiro do Amazonas para proteger a floresta tropical brasileira e realizou programas em hospitais infantis para consciencializar sobre a importância da redução, reutilização e reciclagem; o Hilton Hotels Corporation estabeleceu metas de redução de 10% de gastos de água, 20% de emissões de dióxido de carbono e 20% de produção de resíduos.

O Código Mundial de Ética do Turismo⁹ é composto por nove princípios destinados a governos, promotores, operadores, agentes de viagem, trabalhadores do setor e turistas, que foram desenvolvidos para “salvaguardar o futuro da atividade turística e aumentar os contributos do setor para a prosperidade económica, para a paz e entendimento de todas as nações do mundo”.

Almeida, 2016 indica boas práticas sociais a aplicar nas unidades: medidas de apoio à comunidade, como campanhas de donativos (colchões, roupa de quarto e comida) ou de serviços (cedência de salas de reuniões) e compra de produtos a produtores e fornecedores locais, estimulando economias de menores dimensões; medidas a aplicar nos colaboradores, realizando campanhas de formação e eleição de um funcionário líder para aplicar as medidas ecológicas.

4.2 Boas práticas gestão energética

O elevado consumo de energia nos hotéis é devido às grandes áreas e ao elevado número de sistemas e equipamentos necessários à sua normal atividade. A energia consumida por um hotel varia de acordo com a função a que esta se destina e o seu critério de eficiência. O consumo de energia geralmente provém dos equipamentos de cozinha e lavandaria, e em eletricidade usada no funcionamento de elementos essenciais da estrutura, comodidade conforto, iluminação, elevadores, sistema AVAC (Aquecimento Ventilação e Ar Condicionado), equipamentos frigoríficos. (Quintas, 2014)

No Manual de Boas Práticas Ambientais para Unidades Hoteleiras¹⁰ são apresentadas práticas sustentáveis para promover um consumo racional de energia:

- Registrar pelo menos uma vez por mês os consumos totais de energia, preferencialmente por tipo de utilização;
- Proceder à substituição das lâmpadas incandescentes em todos os locais em que tecnicamente isso seja possível, por outras lâmpadas de elevado rendimento energético, eventualmente, por LED;
- Investir em equipamento de elevada eficiência energética, sendo estes de classe energética entre A e A +++. Apesar de os equipamentos serem mais caros, garantem menos consumo de energia;

⁹ Organização Mundial do Turismo. Código Mundial de Ética do Turismo. 1999

¹⁰ Câmara Municipal de Torres Vedras. Manual de Boas Práticas para Unidades Hoteleiras. 2014

- Assegurar a limpeza e manutenção periódicas e o correto isolamento das instalações e equipamentos, nomeadamente: limpeza regular das saídas de circulação de ar do aquecimento e de arrefecimento, bem como dos filtros dos exaustores;
- Quando for efetuada a aquisição de novos mini frigoríficos deve ter-se em consideração a classe energética dos mesmos;
- Privilegiar o aproveitamento da iluminação natural durante o dia e verificar que todos os equipamentos não necessários são desligados após encerramento do estabelecimento;
- Descongelar alimentos no frigorífico em vez de colocá-lo no exterior. Deste modo, terá ganhos gratuitos de frio;
- Instalar sensores de movimento e luminosidade para arranque automático da iluminação (ex. em corredores, sanitários, balneários);
- Equipar os computadores e máquinas de fotocópias com um sistema de hibernação, quando estes não são usados num período de uma hora;
- Sensibilizar os colaboradores para a importância da utilização racional de energia;
- Promover a realização de uma auditoria energética, uma vez de cinco em cinco anos, efetuada por um técnico credenciado para o efeito. O consultor de energia deve realizar um plano de poupança de energia quando se deslocar ao empreendimento hoteleiro. Este plano deve, entre outras coisas, incluir uma estimativa apurada dos investimentos e expectativa de poupança indicando sempre uma análise de amortização dos investimentos efetuados.

No livro “Sustentabilidade = Hóteis Rentáveis e Sustentáveis”, Quintas (2014) apresenta um rol exaustivo de boas práticas de gestão energética nos diferentes setores das unidades hoteleiras:

Housekeeping

- Encerrar um ou mais andares de quartos, em situações de baixa ocupação do hotel, permitindo desligar o sistema de ar condicionado e outros sistemas nos mesmos pisos;
- Manter as janelas fechadas para não comprometer o sistema AVAC, evitar consumo energético desnecessário e conservar a temperatura interior;
- Em situações aconselháveis, abrir as janelas de modo a evitar ter de usar o sistema de ar condicionado;
- Garantir que todos os elementos de iluminação e equipamentos elétricos são desligados na ausência dos clientes, de preferência através de um dispositivo de interruptor acionado por *keycard*;

- Optar por torneiras termostáticas nos duches e torneiras;
- Reajustar a temperatura dos quartos durante os trabalhos de limpeza;
- Assegurar que os *blackouts* das janelas estão fechados;
- Reportar prontamente aos serviços técnicos as avarias ou mau funcionamento de torneiras, chuveiros, autoclismos e outros equipamentos sanitários, para que se possa proceder à correção dos problemas.

Restaurante

- Utilizar equipamentos de baixo consumo energético;
- Limpar diariamente as instalações e equipamentos das cozinhas, para garantir a sua máxima higiene e eficiência;
- Não encher demasiado as câmaras e armários frigoríficos;
- Limitar ao necessário a abertura das câmaras e armários frigoríficos;
- Manter a temperatura dos frigoríficos entre os 3 e 4 graus e do congelador a -18 graus;
- Utilizar a capacidade máxima de máquinas de lavar a loiça para minimizar o número de operações;
- Reduzir a temperatura da água quente na máquina de lavar a loiça ao nível mais baixo admissível;
- Usar a energia solar no pré-aquecimento da água;

Front Office

- Assegurar que a porta da entrada principal do hotel se encontra fechada a fim de evitar perdas de ar quente ou ar frio, optando por portas automáticas;
- Adotar a modalidade *shuttle service* (serviço de transporte), no caso de hotéis localizados fora do centro a fim de evitar a utilização pelos clientes das viaturas próprias;

4.2.1 Boas práticas no sistema de iluminação

O sistema de iluminação de uma unidade hoteleira deve proporcionar um ambiente confortável e adequado a cada zona.

Segundo Quintas (2014), a eletricidade consumida com a iluminação num hotel corresponde a cerca de 20% do consumo total de energia. Há vários fatores que podem contribuir para uma boa racionalização do sistema de iluminação, entre os quais o aproveitamento da luz natural,

instalação de sistemas de controlo automático de iluminação e uso de lâmpadas de baixo consumo. Nepomuceno (2016) refere que o uso de iluminação LED é uma melhor solução do que as lâmpadas normais, devido ao custo de obtenção, que tem vindo a diminuir com o aumento da competitividade no setor, e devido à grande eficiência energética, resultante da baixa potência de operação.

Outras medidas que podem ser usadas de modo a racionalizar o uso do sistema de iluminação, segundo Quintas (2014):

- Automatizar os circuitos de iluminação, incluindo o uso de reóstatos que ajustem o nível de iluminação às necessidades de cada momento;
- Instalar sensores de presença de movimento no sistema de iluminação, de modo a apagarem as luzes quando ficam desocupadas;
- Utilizar interruptores de horários programáveis para reduzir ou desligar o sistema de iluminação durante certos períodos de tempo;
- Proceder ao procedimento das fontes de luz, procurando uma correta localização das luminárias;
- Reduzir a voltagem eventualmente excessiva de forma a garantir o nível de iluminação correspondente às reais necessidades de um ambiente confortável;
- Fazer um melhor aproveitamento da luz zenital, através de grandes janelas e clarabóias;
- Evitar usar iluminação durante o dia de áreas como o *lobby*, tirando proveito da luz diurna;
- Efetuar a limpeza frequente dos equipamentos de iluminação, a fim de assegurar a sua máxima eficiência;
- Substituir as lâmpadas quando atingirem o fim da vida útil, sem esperar que avariem, uma vez que o custo de energia desperdiçadas pode ser superior ao prejuízo resultante da antecipação de substituição.

4.2.2 Boas práticas no sistema de AVAC (Aquecimento, Ventilação e Ar Condicionado)

Mardani et al, citado por Ventura (2018), indica que quase metade do consumo total de energia é feito pelo sistema AVAC, sendo que cerca de 31% é derivada ao aquecimento, e 15% ao arrefecimento. Os consumos de energia num hotel são influenciados por vários parâmetros: área útil do hotel, a idade, a localização geográfica, taxa de ocupação, serviços prestados e o tipo de eficiência dos equipamentos.

Quintas (2014), identifica as boas práticas a ter no sistema de AVAC:

- Utilizar sistema de elevada eficiência e dimensionado de acordo com as necessidades;
- Aproveitar, sobretudo nos períodos de meia-estação, as circunstâncias em que a temperatura do ar seja favorável à utilização do sistema free cooling, permitindo um arrefecimento quase gratuito de espaços interiores;
- Assegurar que os chillers (unidade que fornece energia térmica de acordo com as necessidades de aquecimento e arrefecimento) se encontram permanentemente em condições ideais de funcionamento, através de inspeções periódicas e manutenção regular;

4.3 Boas práticas na Gestão de Água

O consumo de água no setor hoteleiro é bastante elevado. Rito (2013) refere que os gastos de água representam cerca de 15% dos gastos correntes, sendo que a gestão dos recursos hídricos é importante não só em termos sustentáveis, como também económicos. Citando o International Tourism Partnership, o mesmo autor adianta que num hotel de clima mediterrânico 33,3% dos gastos de água são feitos nos quartos, 16,8% na cozinha, 16,1% nas casas de banho públicas, 16,1% na lavandaria, 4,2% nos jardins e 3,4% no bar e restantes zonas do hotel.

Uma das metas de sustentabilidade ambiental da Estratégia do Turismo 2027 (Turismo de Portugal), referido no início do capítulo, consiste em “assegurar que mais de 90% das empresas do turismo adotam medidas de utilização eficiente de energia e da água e desenvolvem ações de gestão ambiental dos resíduos”.

O setor de *Housekeeping* obriga a um consumo excessivo de água devido às atividades de limpeza de todas as zonas de uma unidade hoteleira. Não podendo estas serem dispensadas, é importante consciencializar os funcionários do hotel para certas medidas que podem ajudar a racionalizar o uso de água nos seus trabalhos. Algumas medidas são apresentadas por Quintas (2014) no seu livro e encontram-se enumeradas:

Housekeeping

- Abrir as torneiras da água apenas em caso de necessidade;
- Evitar mudanças injustificadas da temperatura da água;
- Inspeccionar autoclismos e sanitas regularmente;
- Instalar sanitas de grande eficiência hídrica;
- Utilizar chuveiros eficientes em todas as casas de banho privadas dos hóspedes e instalações sanitárias do pessoal;
- Propor aos clientes se querem a mudança de roupa diária ou não;

- Assegurar a existência de secadores de toalhas nos quartos;
- Optar por roupa de cama e de banho não tingida nem embranquecida;

A confeção de comida e bebida não exige grandes gastos de água, mas este consumo pode ser reduzindo através de pequenas ações, tais como não deixar a torneira aberta para descongelar ou lavar alimentos, optando por os descongelar previamente à temperatura ambiente e usar bacias cheias de água para a lavagem.

Algumas outras medidas a aplicar no departamento da cozinha são de seguida apresentadas:

- Abrir as torneiras apenas quando necessário;
- Optar por torneiras de sensor ou pedal;
- Manter as cozinhas limpas para evitar o uso de água desnecessária na limpeza do fim do dia;
- Operar as máquinas de lavar a loiça na capacidade de carga máxima;
- Não demolhar os alimentos fazendo correr a água sobre eles;
- Usar bicos de aspersão de água para enxaguar a loiça.

4.4 Boas práticas na gestão de resíduos sólidos

No Plano Nacional de Gestão de Resíduos¹¹ os autores citam o Regulamento Geral da Gestão de Resíduos (RGGR), que define o conceito de resíduo como “quaisquer substâncias ou objetos de que o detentor se desfaz ou tem a intenção ou a obrigação de se desfazer”. Os mesmos autores referem que “a política de resíduos integra as componentes da prevenção, da produção e da gestão de resíduos e tem como objetivo principal minimizar o impacte negativo da produção e gestão de resíduos na saúde humana e no ambiente”.

O Turismo de Portugal (2018) indica que, em 2018, o turismo foi responsável pela produção de 92,4 milhares de toneladas de resíduos.

As secções onde se produzem mais resíduos são a cozinha e os escritórios, sendo que os principais resíduos produzidos são: resíduos orgânicos, óleos de fritura, vidro, embalagens de plástico e de

¹¹ Paulo, F., Lorena, A., Santos, M., Niza, S. P. de O., Ribeiro, P. J. T., Diogo, I. F., Carrola, A. C., Vaz, A. S., Santana, P., Sabino, J., Mateus, I., & Lucinda, G. (2014). *Plano Nacional de Gestão de Resíduos 2014-2020*.

metal, papel, cartão, *tonners* e equipamento elétrico e eletrônico. Quatro formas de racionalizar os resíduos sólidos são rejeição, redução, reciclagem e reutilização. (Lima, 2006)

Cada turista internacional europeu produz pelo menos 1 quilo de resíduos sólidos diariamente. 58% do total de resíduos sólidos produzidos pelo turismo são feitos na Europa, correspondendo a cerca de 4.8 milhões de toneladas o total mundial (UNEP, 2003).

No livro “Sustentabilidade – Hóteis Rentáveis e Sustentáveis”, Quintas (2014) apresenta um rol exhaustivo de boas práticas de resíduos sólidos nos diferentes setores das unidades hoteleiras:

Housekeeping

- Reciclagem de resíduos de papel (papel de carta branco, caixas de cartão, jornais, papeis diversos);
- Reciclagem de garrafas e frascos de vidro, optar pelo sistema de devolução aos fornecedores das garrafas de vidro vazias;
- Optar por reciclar resíduos de metal, como latas de alumínio vazios (usadas geralmente para o fornecimento de bebidas);
- Separar produtos de limpeza, resíduos de lâmpadas, baterias, pilhas e balastros de iluminação para posteriormente se solicitar as autoridades competentes que esclareçam qual o destino útil;
- Substituir, nos casos admissíveis o uso de flores naturais por flores artificiais. Quando necessário o uso de flores naturais, optar por espécies convenientes do ponto de vista ambiental e exercer cuidados necessários a prolongar a vida das mesmas;
- Utilizar roupa de algodão no arranjo de camas, em vez de roupa de fibras sintéticas, sendo as primeiras mais amigas do ambiente;
- Optar por recipientes de *amenities* de grande capacidade e materiais recicláveis;
- Utilizar lençóis velhos para fabricar sacos de transporte de roupa de hóspedes em vez de sacos de plástico;
- Recolher rolos de papel higiênico e sabonetes usados parcialmente nas casas de banho privativas dos quartos a fim de serem utilizados as instalações sanitárias do pessoal;
- Substituir o uso de toalhetes de papel nas instalações sanitárias publicas, optando por secadores elétricos;
- Optar pela substituição de pequenas embalagens individuais de gel de banho e champô por distribuidores ou dispensadores recarregáveis;
- Colocar avisos nas casas de banho privativas dos hóspedes, convidando estes a participarem nas medidas destinadas a poupar água e outros recursos;

Restaurante

- Proceder à valorização dos óleos de cozinha usados, através de reciclagem;
- Minimizar o desperdício alimentar, procedendo a um melhor planeamento do serviço de refeições;
- As sobras da cozinha deverão ser destinadas a “bancos de comida”.
- As sobras de comida poderão ser utilizadas no processo de compostagem, permitindo transformar materiais orgânicos em fertilizante usado em jardins e arranjos paisagísticos, contribuindo para melhorar a retenção da humidade do solo;
- Lidar cuidadosamente com os alimentos a fim de evitar desperdícios;
- Evitar servir manteigas, compotas e doces em embalagens individuais, optando pela apresentação em recipientes de maior capacidade;
- Evitar colocar o pão antes da chegada dos clientes de modo a evitar o desperdício do mesmo;
- Servir água aos clientes apenas após o pedido dos clientes;
- Optar pela modalidade de *buffet* para o fornecimento de refeições ao pessoal de modo a evitar desperdícios;
- Conservar cartas e menus em estado impecável, e proceder à sua plastificação de modo a prolongar a sua durabilidade;
- Reduzir o formato e número de páginas da carta do restaurante e de vinhos, limitando-as, quando possível, a uma ou duas páginas;
- Substituir guardanapos de papel por guardanapos de pano;
- Em casos de *room service* reutilizar embalagens individuais que não tenham sido utilizados pelos clientes;
- Optar por taças reutilizáveis para servir fruta nos quartos, em vez de papel celofane, taças de plástico ou cestas de palha entrelaçada.

Devido à Covid-19, a DGS (Direção-Geral de Saúde), no plano com os procedimentos em estabelecimentos e restauração e bebidas¹², desaconselha algumas das práticas propostas anteriormente, entre estas: o serviço de buffet e o uso de ementas que sejam manuseadas pelos clientes (sugerindo ementas digitais). Quanto à apresentação de manteigas e compotas em

¹² DGS Covid-19 Orientações. Pires, et al. (2020)

recipientes de maior capacidade, não é, neste momento, aconselhado, pois é recomendado que se evite o máximo de exposição dos colaboradores com os alimentos e uma vez exposto o recipiente de maior capacidade com os clientes, não se conseguiria garantir a sua perfeita condição.

Front Office

- Assegurar a recolha de *key cards* no ato do check-out dos clientes e a sua reutilização em novas operações de check-in;
- Minimizar o uso de plásticos;
- Recolher todo o tipo de artigos em papel para proceder ao processo de reciclagem;
- Colocar os jornais oferecidos aos hóspedes em local apropriado no *hall* em vez de distribuídos em sacos de plástico pelos quartos;
- Optar por divulgar informações de atividades internas do hotel em quadros eletrónicos, quadros magnéticos ou nas televisões dos quartos, em vez de em papel;
- Optar pela compra de papel de escritório reciclado, não branqueado;
- Reduzir ao estritamente necessário o uso de papel nos trabalhos de escritório; incluindo a redução ao mínimo de arquivos de papel;
- Transmitir informações, relatórios e memorandos aos interessados num único exemplar, afixando num local conveniente;
- Pôr fim a formulários desnecessários, reduzir o seu formato e número de cópias e evitar formulários a cores;
- Evitar fotocopiar documentos desnecessários;
- Utilizar, sempre que possível, ambos os lados do papel nos trabalhos de fotocópia;
- Aproveitar as caixas de cartão vazias para guardar impressos e documentos de escritório;
- Colocar num recipiente os papeis já usados e destinados a ser reciclados;
- Retirar os plásticos dos envelopes de janela para estes serem reciclados;
- Reutilizar envelopes nas comunicações internas colocando uma etiqueta sobre o endereço antigo;
- Reduzir o uso de papel nas comunicações internas, optando pelo uso de recursos tecnológicos;
- Comprar material de escritório reciclável e reutilizável, como esferográficas, líquidos corretores, lápis, réguas, clips, etc.;
- Comprar cartuchos de tinteiro e de *toner* reciclável.

4.5 Redução e Reutilização

Como já referido anteriormente, a redução, reciclagem e reutilização são as três medidas mais importantes para garantir uma atividade sustentável. De acordo com Twinshare (2002), citado por Lima (2006), a redução pode ser feita através de cuidados como: comprar alimentos que venham em grandes embalagens em vez de embalagens individuais, implementar medidas de manutenção para aumentar a vida útil dos equipamentos e minimizar as doses das refeições para evitar desperdícios indesejados. A reutilização pode ser conseguida consciencializando hóspedes e funcionários da empresa a utilizar mais do que uma vez toalhas, folhas de papel e embalagens.

Capítulo V – Plano de Ação

De todas as boas práticas apresentadas no capítulo IV, o Hotel Lusitânia aplica muitas dessas medidas.

Neste capítulo será apresentado um plano de ação com novas medidas de sustentabilidade ambiental, consideradas essenciais para reforçar a sustentabilidade social e ambiental da unidade, reduzindo custos de energia e água e com o objetivo de melhorar a pegada ecológica da unidade e conseqüentemente contribuir também para a economia e marca da empresa.

A consciencialização ambiental é um tema com grande relevância para a sociedade, deste modo, pondo o hotel em prática medidas sustentáveis é possível alcançar vantagem competitiva. Melhorando a imagem da unidade e do grupo, o sucesso da empresa cresce, aumentando o grau de satisfação e de fidelização de clientes.

As práticas que serão apresentadas ao longo deste capítulo têm o propósito de atingir as seguintes metas: substituir todas as lâmpadas de halogéneo por lâmpadas de tecnologia LED; reduzir o consumo de eletricidade e água, reduzir o uso de papel em 50%, proceder ao tratamento adequado de resíduos e substituir todos os equipamentos existentes por equipamentos de eficiência A ++.

Os objetivos pretendem atingir são: contribuir para a valorização da marca adotando uma gestão ambiental, reduzir a produção de resíduos sólidos, valorizar os produtos da época e da região contribuindo para a economia local e regional, reduzir os custos energéticos e de água e conseqüentemente reduzir os custos económicos.

De acordo com Kularatne *et al.*(2019), citado por Pereira (2019), o objetivo inicial para a adoção de boas práticas ambientais era centrada na redução de custos. Numa fase inicial o investimento para conseguir ações ecologicamente corretas é alto, mas a longo prazo os lucros aumentam a par com a redução de custos, melhorando a competitividade no mercado turístico.

Uma estratégia ambiental produtiva e adoção de boas práticas ambientais é benéfica para a indústria hoteleira e turística afetando positivamente o desempenho global financeiro das empresas. (Robin *et al.*, 2016 citado por Pereira, 2019)

Bader (2005), citada por Pantuffi & Brunstein referem que a adoção de boas práticas de sustentabilidade promove a redução de custos e gera receita adicional, melhora a estabilidade financeira a longo prazo, bem como a imagem e credibilidade da empresa.

5.1 Práticas para a Redução de Consumo de Energia

O Hotel Lusitânia tem 40 painéis solares térmicos, com capacidade para aquecimento de águas. “Os sistemas solares térmicos captam energia solar e transformam-na em energia térmica (calor). Esta energia é permutada e transferida através de um fluido térmico que circula pela serpentina do depósito de água, aquecendo-a, sendo posteriormente utilizada para satisfazer as necessidades de água quente no seu lar.” (Sunenergy) A energia produzida por estes sistemas é totalmente gratuita e praticamente não necessita de manutenção.

Para atingir o objetivo de reduzir o consumo de energia são propostas algumas medidas a aplicar na secção de *housekeeping* da unidade, sendo esta uma fonte de elevado consumo de água, não só por parte dos clientes, mas também dos funcionários devido às limpezas diárias dos quartos: encerrar um ou mais andares de quartos, em situações de baixa ocupação do hotel, permitindo desligar o sistema de ar condicionado e outros sistemas nos mesmos pisos; incentivar os colaboradores das secções desligar todos os elementos de iluminação e equipamentos elétricos na ausência dos clientes, existindo a opção de implementar um dispositivo de interruptor acionado por keycard; optar por torneiras termostáticas nos duches e torneiras, que mantêm a mesma temperatura durante a utilização evitando mudanças bruscas de temperatura que se originam gasto superior de água.

No restaurante da unidade podem ser aplicadas diversas medidas para contribuir para a redução de gastos de energia. Para iniciar o processo de poupança de energia é importante o investimento em equipamentos de baixo consumo energético. Aos colaboradores cabe a responsabilidade de não encher demasiado as câmaras e armários frigoríficos, pois isso reduz o rendimento energético dos equipamentos, e limitar ao necessário a abertura dos mesmos. Deve ser também usada a capacidade máximas das máquinas de lavar a loiça com o objetivo de reduzir o número de operações da mesma, contribuindo ainda para a redução de consumo de água.

Uma medida a implementar no hotel seria registar os consumos os consumos de energia por dormida. Agostinho (2014) propõe um modelo em que, inicialmente, é feito um levantamento das áreas onde existe consumo de energia, registado o consumo energético de cada área e o número de equipamentos da mesma; em seguida, com a informação dada pelos trabalhadores, são definidos os períodos de funcionamento de cada equipamento. Com a potência de cada equipamento e com o período de funcionamento, é possível calcular o consumo médio de energia

(Kwh/mês), posteriormente é tida em conta a taxa de ocupação aquando da estimativa dos consumos energéticos por quarto. Por fim, os valores são comparados com o valor faturado, sendo possível concluir a utilização final de energia.

O consultor de energia deve realizar um plano de poupança de energia quando se deslocar ao empreendimento hoteleiro. Este plano deve, entre outras coisas, incluir uma estimativa apurada dos investimentos e expectativa de poupança indicando sempre uma análise de amortização dos investimentos efetuados.

No que toca à iluminação, é proposta a substituição das lâmpadas incandescentes em todos os locais em que tecnicamente isso seja possível por outras lâmpadas de elevado rendimento energético, sendo aconselhada a substituição por lâmpadas LED devido a maior durabilidade e menos gastos energéticos. As lâmpadas devem ser inspecionadas, preferencialmente pelos funcionários de *housekeeping*, a fim de evitar gastos desnecessários de energia quando estas atingem o fim de vida útil. O uso de reóstatos é também aconselhado, uma vez que ajustam o nível de iluminação às necessidades de cada momento, evitando gastos desnecessários.

Os sensores de movimento estão instalados em certas zonas do hotel, como na garagem e corredores, apagando as luzes quando as áreas estão desocupadas. Uma outra prática referida por alguns autores seria instalar interruptores de horários programáveis para desligar ou reduzir o sistema de iluminação por certos períodos de tempo, mas uma vez que a receção do hotel funciona 24 horas, esta medida não é viável, pois cabe aos funcionários de cada secção reduzir ou desligar o sistema de iluminação ao longo do dia de acordo com a iluminação natural durante o dia ou encerramento de certas zonas da unidade.

O investimento em equipamento de elevada eficiência energética deve ser tido em conta no momento da aquisição de novos equipamentos, como frigoríficos de mini-bar ou qualquer outro equipamento. Já os computadores e fotocopiadoras devem estar equipados com um sistema de hibernação que faz com que se desliguem quando não são usados por um certo período de tempo, contribuindo assim para a redução de custos energéticos.

O sistema de AVAC deve ter elevada eficiência energética e deve ser assegurado que se encontra em condições ideais de funcionamento, sendo aconselhada a realização de inspeções periódicas e manutenção regular. Os períodos de meia-estação devem ser aproveitados para que, em

circunstâncias em que a temperatura do ar seja favorável, seja utilizado o sistema *free cooling*, permitindo um arrefecimento quase gratuito de espaços interiores.

5.2 Práticas para a redução de consumo de água

Com o objetivo de reduzir o consumo de água é proposto consciencializar os colaboradores da empresa a abrir as torneiras de água apenas em caso de necessidade, evitar mudanças injustificadas de temperatura e não demolhar os alimentos sob água corrente, optando por demolhar em recipientes adequados.

Cabe aos colaboradores inspecionar autoclismo e sanitas regularmente, certificando que não existem gastos desnecessários de água.

A instalação de sanitas e chuveiros de elevada eficiência hídrica contribui para os objetivos pretendidos.

Tal como sugerido para reduzir os custos de energia, o uso de máquinas de lavar a loiça com a capacidade de carga máxima, contribui também para a redução de uso de água, uma vez que são necessárias menos utilizações. Para enxaguar a loiça, antes de colocar na máquina, é adequando usar bicos de aspersão de água.

5.3 Práticas para a Redução de Resíduos Sólidos

O turismo é um setor que contribui bastante para a produção de resíduos sólidos, por essa razão, o tratamento adequado dos mesmos contribui para fornecer matéria-prima para indústrias de reciclagem e reduz as quantidades de resíduos enviadas para aterros sanitários.

De Conto (2009), citado por Peruchinn et al. (2015), destaca que fatores como o número de hóspedes, número de funcionários do hotel e a tipologia do mesmo influenciam a produção de resíduos sólidos. O autor identifica as diferentes categorias de resíduos encontrados em unidades hoteleira: matéria orgânica putrescível (que pode apodrecer), como restos alimentares; plástico, embalagens de produtos de limpeza, de refrigerantes e produtos alimentares; papel e papelão, encontrado em caixas de alimentos, jornais, revistas; vidro, proveniente de garrafas de bebidas, copos e embalagens de produtos alimentares; metal ferroso como em latas de produtos alimentares, metal não-ferroso presente em latas de bebidas e leites; madeira presente em fósforos e palitos; panos e borracha devido a luvas, restos de tecidos e de peças de vestuário; componentes químicos, como pilhas, caixas de medicamentos, panos com produtos químicos, canetas, cosméticos e lâmpadas; componentes biológicos, como papel higiênico, guardanapos, cotonetes

e fraldas; e outros produtos diversos como restos de cigarros, sabonetes, papel de alumínio, pastas dos dentes e isqueiros.

Para reduzir a produção de resíduos sólidos, o hotel deve adotar pequenas medidas que ajudam na redução e tratamento adequado dos mesmos.

Cabe aos funcionários da secção de *housekeeping* separar os produtos de limpeza, os resíduos de lâmpadas, baterias e pilhas e solicitar as autoridades competentes o esclarecimento do seu destino útil.

A administração do hotel deve optar, quando admissível, pelo uso de flores naturais, com espécies convenientes do ponto de vista ambiental e prolongar a vida das mesmas com os cuidados necessários. É também aconselhado o uso de recipientes de *amenities* de grande capacidade e de material reciclável.

Na secção de F&B, onde existe grande produção de resíduos, deve-se proceder à separação de óleos de cozinha usados e posteriormente depositar no contentor de reciclagem adequado.

As sobras de comida poderão ser utilizadas no processo de compostagem, permitindo transformar materiais orgânicos em fertilizante a ser usados no jardim e espaço exterior do hotel, contribuindo para melhorar a retenção da humidade do solo.

Seria uma opção evitar servir manteigas, compotas e doces em embalagens individuais, optando pela apresentação em recipientes de maior capacidade, medida que, com as normas propostas pela Direção-Geral de Saúde devido à pandemia da Covid-19 não é aconselhada. A redução do formato e número de páginas da carte do restaurante seria também favorável, mas, devido à situação pandémica, o hotel adotou a ementa digital.

No restaurante são usados guardanapos de papel no pequeno-almoço, sendo que os mesmos deveriam ser substituídos por guardanapos de pano a fim de evitar a produção de papel.

Na secção do *Front Office* deve ser reduzido ao essencial a impressão de papel, divulgar informações internas por formatos digitais ou afixando um único exemplar num local conveniente.

Quanto ao material de escritório, é aconselhada a compra de papel reciclado e não-branqueado e de material como canetas, lápis e clips e tinteiros e *toners* recicláveis.

5.4 Práticas contra o desperdício alimentar

“Vivemos tempos desafiantes para assegurar hábitos alimentares mais saudáveis e com menores impactos no ambiente. É necessária uma grande transformação alimentar para enfrentar as repercussões presentes e futuras de várias ameaças globais: as crises climática, social, económica e sanitária. “ (Truninger & Graça, 2020)

No Manual de Boas Práticas Ambientais, desenvolvido pela Câmara Municipal de Torres Vedras, é proposto o uso de alimentos da época, de preferência produzidos localmente de modo a evitar o transporte e ajudando a economia local, e como produção sustentável sendo preferível optar por produtos biológicos.

O Hotel Lusitânia tem uma horta com 1.000 metros quadrados, onde são produzidos alimentos como alhos, cebolas, tomates, alfaces, couves, alho francês, abóboras, cerejas, peras, maçãs e marmelos.

De modo a tirar o máximo proveito dos alimentos, o hotel criou a ementa Bio Grill, já referida anteriormente, para a qual são preparados pratos diariamente e onde se aproveita para usar os produtos que há em maior quantidade e produtos da época. O mesmo acontece com as sobremesas, que são feitas de modo a tirar máximo proveito das frutas disponíveis na horta do hotel.

Wilkie, Graunke e Cornejo (2015) citados por Ferreira & Tomás, 2020 , caracterizam desperdício alimentar como o “conjunto dos bens alimentares que não são consumidos na cadeia agroalimentar, apesar de conservarem as características nutricionais e os requisitos mínimos de higiene e segurança”. Citado pelos mesmos autores, “através de um estudo realizado pelo Projeto de Estudo e Reflexão sobre Desperdício Alimentar – PERDA é ainda possível concluir que, em Portugal se desperdiça cerca de 17% dos alimentos produzidos para consumo humano o que corresponde a cerca de 1 milhão de toneladas por ano”.

A FAO (Food and Agriculture Organization) num estudo¹³ de 2013 sobre o desperdício alimentar, conclui que os alimentos produzidos e não consumidos são responsáveis pela emissão de 3.3 mil milhões de toneladas de gases com efeitos de estufa para a atmosfera.

A aplicação Too Good To Go, tal como outras plataformas, tem como objetivo combater o desperdício alimentar, nas suas plataformas digitais (Blog e Redes Sociais) disponibiliza ideias para aproveitar ao máximo os alimentos, evitando desperdícios e consequentemente viabilizando-os. Das medidas sugeridas, é de realçar para futura utilização: aproveitar todos os elementos do

¹³ Food and Agriculture Organization (FAO). 2013. O desperdício alimentar tem consequências ao nível do clima, da água, da terra e da biodiversidade – novo estudo da FAO.

aipo, usando as folhas para fazer sal aromatizado, manteiga aromatizada, sumos e sopas e usar os talos para fazer *pickles*, puré ou *guacamole*; os talos dos brócolos podem ser usados para fazer maionese; a fruta madura que não está apta para servir pode ser usada para fazer gelados caseiros, as cascas do limão podem ser aproveitadas para ser cristalizadas; as cascas da batata e das cenouras são ideais para fazer *chips*; e fazer caldos caseiros com osso das carnes, espinhas dos peixes e cascas de legumes.

5.5 Práticas para o desenvolvimento social sustentável

A implementação de boas práticas económicas e ambientais nas unidades, tais como reduzir o consumo de água e reduzir a produção de resíduos, é um contributo para a sustentabilidade social uma vez que contribuem para o bem-estar de gerações futuras.

A Associação da Hotelaria de Portugal (AHP) criou o programa “HOSPES”, que tem como objetivo contribuir para a responsabilidade social através de programas de doação de bens e equipamentos a instituições de solidariedade social e através do programa de inclusão de emprego de pessoas em situações económicas precárias, desempregados e refugiados sinalizados por instituições. As unidades hoteleiras, ao participarem num dos programas, são distinguidas com o selo “We Share”.

Souza e Ferreira (2010), citados por Coelho et al. (2013), referem que das ações económicas da responsabilidade social é de destacar: a remuneração justa a funcionários, o relacionamento honesto com consumidores, a utilização racional de recursos naturais e a qualidade dos serviços prestados. Os autores citam também Coelho (2019), assinalando a importância da criação de oportunidades de emprego, capacitação de mão-de-obra local e utilização de fornecedores da região.

5.6 Agenda 2030 – 17 Objetivos ONU

Ao longo do capítulo são descritas medidas, aplicadas à hotelaria, que, direta ou indiretamente, vão de acordo com os objetivos propostos pela ONU, apresentados no primeiro capítulo. A valorização da responsabilidade social conjugada com uma correta gestão de água, de energia e de resíduos sólidos o hotel contribui para os objetivos de desenvolvimento sustentável propostos na Agenda 2030.

A ADM Estrela é uma Instituição Particular de Solidariedade Social presente na cidade da Guarda, e em outras localidades, que desenvolve, entre outros, projetos de ação social de apoio a pessoas carenciadas e de apoio à igualdade. Indo de acordo com o objetivo de erradicar a pobreza

e a fome, reduzir a desigualdade e contribuir para a educação e saúde dos mais carenciados, o Grupo IMB poderia fazer uma parceria com a associação, fazendo doações de material de escritório, participar em programas de integração de pessoas em risco de exclusão social e doar uma percentagem dos valores conseguidos com a poupança de água e energia propostos nos capítulos anteriores à associação, apoiando assim atividades sociais de beneficência.

O grupo IMB deve garantir um recrutamento não discriminatório e remuneração igual promovendo a erradicação da discriminação de género ou de outro tipo e oferecer emprego de qualidade, incentivando a melhoria e formação contínua dos colaboradores.

Para erradicar a fome, o hotel deve assegurar o mínimo desperdício alimentar aplicando as medidas já apresentadas e usando produtos sazonais, de preferência comprando a produtores locais que garantam uma produção e transporte sustentável. Apoiando produtores locais, o hotel contribui para o crescimento económico de pequenas empresas, participando indiretamente na criação de novos postos de trabalho.

Contribuindo para a qualidade de saúde, o hotel deve promover a mobilidade saudável de funcionários e clientes, e incentivar os colaboradores a participar em programas oficiais de doação de sangue e promover a participação dos colaboradores em atividades benéficas para a saúde.

Para o objetivo de conseguir educação de qualidade, o hotel deve participar na educação dos seus colaboradores criando planos de formação que apoiem a inovação do setor e colaborando através de parcerias com centros de formação. A doação de matérias de escritório a centros de formação e associações de apoio social contribui, não só, para a educação, como para a redução de resíduos sólidos.

O hotel promove a cultura regional e o seu desenvolvimento económico apresentando aos clientes o património cultural da região, incentivando-os a visitar os locais, impulsionando o turismo de natureza. O hotel pode participar na promoção de novos produtos turísticos e de campanhas que respeitam a preservação do património cultural, valorizando os recursos endógenos da região.

Com as medidas já apresentadas anteriormente para reduzir o consumo de água e energia e garantindo a redução de desperdícios sólidos, apoiamos os objetivos de ação climática e contribuimos para a redução da poluição e consequentemente para a melhoria da qualidade de água.

Seria importante acompanhar o desenvolvimento sustentável da empresa através da monitorização de indicadores sustentáveis propostos pela OMT, estabelecendo objetivos a curto,

médio e longo prazo de modo a atingir a sustentabilidade económica, ambiental e social pretendida.

5.7 Plano de Ação e Implementação

Segundo o Manual de Sustentabilidade, o envolvimento e compromisso do Staff da organização nas medidas de sustentabilidade é fundamental para o sucesso da iniciativa. Os mesmos autores indicam que, quando os colaboradores participam na construção de medidas e são ouvidos, têm maior predisposição para contribuir. Uma vantagem da participação do Staff nas ações é estes terem conhecimento sobre os procedimentos habituais que a equipa de gestão pode não ter, podem ajudar a identificar lacunas no plano e contribuir com novas medidas.

Algumas das medidas para implementar o plano de ação de baixa complexidade são colocando placas de sinalização com as boas práticas e distribuir responsabilidades por responsáveis de secções. Uma medida com complexidade superior, mas ainda assim acessível, é informar os colaboradores dos resultados conseguidos com as boas práticas com o objetivo de motivar os colaboradores.

Para obter os benefícios energéticos pretendidos, seria importante a aquisição de equipamentos com alta eficiência, o que obriga a um investimento inicial (que nem sempre é possível) para começar a poupar.

Para conseguir pôr em prática as medidas sugeridas deve-se começar por considerar as medidas que exigem menor custo e custo nulo e as de mais fácil implementação. As medidas propostas são consideradas realistas e de fácil implementação, considerados, por isso, desafios que vale a pena aceitar.

As medidas propostas para uma boa gestão de água são de nulo e baixo custo, proporcionando facilmente ganhos económicos e ambientais diariamente. Para pôr em prática o plano de ação, deve ser feita a monitorização dos gastos, estabelecendo objetivos de consumo e prazos para a sua realização.

Quanto à gestão de resíduos sólidos é essencial a empresa recusar todo o tipo de embalagens não essenciais. No caso de todas as embalagens consideradas essenciais, após a sua utilização, a sua eliminação deve ser feita de modo a causar o mínimo de impacte ambiental, sendo a reciclagem a melhor forma possível de o conseguir. A gestão de resíduos deve permitir satisfazer as necessidades socioeconómicas e reduzir os custos operacionais, protegendo o ambiente.

Para conseguir pôr em prática as medidas propostas anteriormente é sugerido assegurar a formação dos colaboradores acerca da gestão sustentável de resíduos, realçando a regra de “reduzir, reutilizar e reciclar” e posteriormente definir responsabilidades e deveres da pessoa encarregada de monitorizar o processo do sistema de gestão.

Considerações Finais

O referido estágio teve como principal objetivo a preparação para o ambiente laboral adquirindo conhecimentos práticos do ramo.

A decisão de realizar o estágio curricular foi vista como o caminho mais enriquecedor para ganhar experiência na área do turismo e hotelaria. Ao longo do primeiro ano do mestrado, comecei a ganhar interesse pela área hoteleira, especificamente após uma visita de estudo realizada ao H₂otel Congress & Medical SPA, do grupo IMB Hotels que me fez perceber a dimensão do grupo.

Sempre foi um desejo começar o percurso profissional na cidade da Guarda e a primeira opção de estágio foi o Grupo IMB Hotels, nomeadamente o Hotel Lusitânia, por ser o mais prestigiado da cidade. Decidi proceder ao contacto com a direção do hotel com o objetivo de exprimir a vontade em fazer o estágio curricular na unidade em questão e posteriormente tive uma entrevista com quem viria a ser a minha tutora de estágio. Rapidamente se realizou o acordo e o acolhimento foi feito com uma visita às instalações e apresentação mútua aos colegas, e no mesmo dia comecei a exercer funções no departamento de housekeeping, como combinado previamente. O começo neste departamento permitiu o conhecimento de todas as zonas da unidade e contacto com outras secções, o que permitiu maior facilidade em desenvolver tarefas em todas as secções.

Tendo em conta o plano de estágio realizado, foi possível trabalhar em todas as áreas propostas, com maior destaque para departamento de front office, onde estive maior período de tempo. As expectativas que tinha foram superadas devido ao excelente ambiente profissional que se verifica, devido à possibilidade que me foi dada de participar em variadíssimas tarefas e devido à confiança em mim depositada ao longo do período de estágio.

Ao longo do estágio pude reparar que não é dada atenção à questão da sustentabilidade ambiental por parte dos colaboradores. Na cozinha, apesar de haver atenção em separar e reciclar o lixo, não põem em prática medidas para diminuir o desperdício alimentar, não dando o devido aproveitamento aos alimentos da horta do hotel e desperdiçando diversos alimentos que poderiam ser reaproveitados. No front office, apesar do verso das folhas serem reutilizados sempre que

possível, todo o tipo de documentação é impresso e arquivado. Acredito que pondo em prática o plano proposto, principalmente apostando na formação do pessoal, seriam evidentes das melhorias observadas, tanto a nível económico, como social e ambiental.

A principal dificuldade que senti foi passar pelo departamento de restauração, ainda antes da situação pandémica, tendo estado neste departamento no mês de dezembro, e sendo uma altura festiva, era comum ter a unidade com bastantes hóspedes e os jantares de grupo eram recorrentes, o que exigiu um grande esforço, não só físico, como também psicológico.

A passagem pelo Front Office destaca-se pela positiva, uma vez que foi nesta secção que adquiri mais conhecimentos sobre o funcionamento de uma unidade hoteleira e o contacto com o público tornou-se enriquecedor, tanto a nível profissional, como pessoal.

Conclusão

A realização do estágio profissional numa unidade do Grupo IMB Hotels foi uma experiência enriquecedora, não só a nível profissional, como também pessoal.

A compilação deste trabalho descreve o funcionamento dos diferentes departamentos do Hotel Lusitânia, unidade escolhida para realizar o estágio curricular. Sendo do meu interesse e vontade futura iniciar carreira profissional na hotelaria, a experiência abriu-me portas para aprofundar o meu conhecimento do funcionamento das diferentes secções de unidades hoteleiras e em conjunto com a aprendizagem obtida no primeiro ano de mestrado sobre turismo e sustentabilidade, consolidar as duas abordagens valorizando o meu conhecimento sobre o setor turístico.

Com o intuito de conseguir atingir a sustentabilidade de uma unidade hoteleira é necessário aplicar boas práticas sociais, económicas e ambientais, as quais muitas das vezes são conflituosas. As empresas tendem a focar os seus esforços em atingir metas económicas, esquecendo a vertente social e ambiental. Assim, as organizações devem gerir de uma forma harmoniosa estes pilares básicos da sustentabilidade.

Os objetivos para um desenvolvimento sustentável definidos pela ONU são o suporte utilizado ao longo do relatório, procurando que as boas práticas propostas para a hotelaria estejam em conformidade com os 17 objetivos para o desenvolvimento sustentável. Sendo o foco da Agenda, não só a sustentabilidade ambiental, mas também a económica e social, ao longo deste trabalho foram apresentadas medidas sociais e ambientais que, ao serem aplicadas, contribuem para conseguir equilíbrio entre as diversas vertentes do desenvolvimento sustentável.

A abrangência do projeto permitiu estudar e desenvolver as várias dimensões da sustentabilidade na hotelaria, pois teve início na participação nos diferentes departamentos da unidade hoteleira, ganhando conhecimento sobre o funcionamento do setor para posteriormente conseguir realizar um plano de ação, com propostas de fácil realização, enfatizando a implementação de medidas nas diversas secções onde o estágio teve lugar, para atingir o desenvolvimento sustentável desejado a curto, médio e longo prazo.

A nível pessoal a realização do estágio e a elaboração do relatório permitiram entrar no mercado de trabalho na área da hoteleira graças ao conhecimento adquirido nos diversos departamentos, ficando com uma visão abrangente do setor.

Bibliografica

- Abranja, N., Almeida, M., & Almeida, A. (2019). *Gestão do Alojamento Receção e Housekeeping*. Lidel.
- Agostinho, A. (2014). *A Gestão de Energia como um fator de sustentabilidade no Engenharia do Ambiente Júri*. Técnico de Lisboa.
- Almeida, J. (2016). Sustentabilidade em Hotelaria: Uma Análise da Infusão/Difusão em Hotéis de Lisboa. *Universidade Europeia*. <https://core.ac.uk/download/pdf/62705406.pdf>
- Arnt, L., & Muniz, C. (2004). *Turismo e responsabilidade social*. https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/2/Artigo_33.pdf
- Barbosa, E. (2004). *A Cultura Organizacional como Geradora de Desenvolvimento Local*.
- Barretto, M. (2014). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Papirus Editora.
- Berwanger, P. R. (2013). *Modelo De Organograma Integrado Entre Setores* [Universidade do Vale do Rio dos Sinos]. http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/5516/PAULO+ROBERTO+BERWANGER_.pdf?sequence=1
- Manual de Boas Práticas Ambientais para unidades hoteleiras*. (2014). Câmara Municipal de Torres Vedras.
- Candiotto, L. Z. P. (2009). Considerações Sobre o Conceito De Turismo Sustentável. *Revista Formação*, 1(16), 48–59.
- Castelli, G. (2006). *Gestão Hoteleira*. São Paulo: Editora Saraiva.
- Coelho, M. D. F., Gosling, M., & Gonçalves, C. A. (2013). Sustentabilidade e Responsabilidade Social Corporativa como estratégia para a competitividade na Hotelaria. *Turismo e Sociedade*, 6(3). <https://doi.org/10.5380/tes.v6i3.27958>
- Cooper, C. Fletcher, J. Fyall, A. Gilbert, D. Wanhill, S. (2003). *Turismo - Princípios e Práticas*. Bookman.
- Costa, R. (2012). *Introdução À gestão Hoteleira*. 4ª Edição. Editora Lidel.

- Cunha, L. (2017). *Turismo e Desenvolvimento: Realidades e Perspetivas*. Lidel. Edições Técnicas Lda.
- Damas, M. T., & Brambatti, L. E. (2019). Estudo de impactos sociais abordados em artigos científicos de turismo via periódico Capes. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 7(1), 163–180. <https://doi.org/10.21680/2357-8211.2019v7n1id15592>
- Deloitte. (2020). *Atlas da Hotelaria 2020*. 15ª Edição.
- Dulley, R. D. (2004). Noção de natureza, ambiente, meio ambiente, recursos ambientais e recursos naturais 1. *Agric. São Paulo*, 51, 15–26.
- Eusébio, C. (2013). Análise da gestão ambiental nos hotéis portugueses. *Revista de Gestão Dos Países de Língua Portuguesa*, 12(2), 60–74.
- Estratégia Turismo 2027 (2017). *Liderar o Turismo do futuro*. Turismo de Portugal. Disponível em: http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/Estrategia/Estrategia_2027/Paginas/default.aspx#, acedido em 2 de junho de 2019
- Fernandes, I., Figueiredo, H., Junior, H., Sanches, S., & Brasil, Â. (2015). *Planejamento Estratégico: Análise SWOT*.
- Ferreira, A., & Tomás, C. (2020). *Mestrado em Gestão Hoteleira Relatório de Estágio O desperdício alimentar : o caso Sheraton Lisboa Hotel & SPA Mestrado em Gestão Hoteleira Relatório de Estágio O desperdício alimentar : o caso Sheraton Lisboa Hotel & SPA*.
- Food and Agriculture Organization (FAO). 2013. O desperdício alimentar tem consequências ao nível do clima, da água, da terra e da biodiversidade – novo estudo da FAO. Disponível em: <http://www.fao.org/news/story/pt/item/204029/icode/>
- Freire, A. (1997). *Estratégia- Sucesso em Portugal*. Lisboa: Editorial Verbo
- Gonçalves, M. (2018). *A importância do departamento de F & B na satisfação final do cliente , na Hotelaria*. Escola Superior de Turismo e Hotelaria.
- Hotel Lusitânia Congress & SPA*. (n.d.). Disponível em: <https://www.hotellusitania.pt/>
- Hotel H2otel Congress & Medical SPA*. (n.d.). Disponível em: <https://www.h2otel.pt/>

- Hotel Puralã Wool & Valley*. (n.d.). Disponível em: <https://www.hotelpurala.pt/>
- Hotel Sport Hotel Gym + SPA. (n.d.). Disponível em: <https://www.sporhotel.pt/>
- Hotel Vanguarda Congress & Family*. (n.d.). Disponível em: <https://www.hotelvanguarda.pt/>
- Hospes by AHP*. Disponível em: <https://hospes.pt/>
- Host PMS*. (n.d.). Disponível em: <https://www.hostpms.com///>
- Instituto Nacional de Estatística, I. (2020). *Conta Satélite do Turismo Turistas Excursionistas*. 1–9. https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=415630500&DESTAQUESmodo=2
- IPQ. (2004). NP EN ISO 14001:2004 - Sistema de Gestão Ambiental, Requisitos e linhas de orientação para a sua utilização. *Instituto Português Da Qualidade*, 33.
- Janeiro, J. A. (2004). *Guia Técnico de Hotelaria A arte e a ciência dos modernos serviços de restaurante* (4º Edição). Cetop.
- Lage, B., & Milone, P. (2000). *Turismo: Teoria e Prática*. Editora Atlas.
- Lew, A. Hall, C. Williams, A. (2007). *Compêndio do Turismo*. Instituto Piaget.
- Libombo, D. B. (2010). *Ciências Sociais e Humanas Responsabilidade Social das Empresas Turísticas Estudo aplicado a empresas de alojamento Empreendedorismo e Serviço Social*. Universidade da Beira Anterior.
- Lickorish, L. Jenkins, C. (2000). *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Lda.
- Lima, S. (2006). A Responsabilidade Ambiental como Factor de Competitividade no Turismo: o caso do Sector Hoteleiro. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2006(6), 43–51.
- Marques, J. 2003. *Introdução à Hotelaria*. Porto: Civilização Editora.
- Mendes, Susana. (2011). *O homem e a responsabilidade ambiental: o turismo de natureza e a sustentabilidade*. Zaina Editores.
- Mestre, C. (2021 Janeiro 11). Turismo em Portugal 2019. Travel BI By Turismo de Portugal.

- Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/turismo-em-portugal-2019.aspx>
- Milheiro, E., & Melo, C. (2005). O Grand Tour e o advento do turismo moderno. *Aprender*, 30. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/261632848>
- Moratelli, R. (2005). *Estudo sobre a responsabilidade social no setor hoteleiro de Santa Catarina*. Universidade do Vale do Itajaí.
- Nascimento, B., Wada, E., & Rodrigues, V. (2017). *Sustentabilidade na hotelaria*. 1–22.
- Nascimento, E. J. do. (2016). *Proposta De Uma Estrutura Organizacional Para Uma Empresa de Pequeno Porte Do Ramo Metal Mecânica Localizada na Cidade de Nova Veneza, SC a Partir de um Processo De Sucessão Familiar*. Universidade do Extremo Sul Catarinense.
- Nepomuceno, T. (2016). *Estudo da implementação de medidas de eficiência energética num hotel Versão Pública Mestrado Integrado em Engenharia da Energia e do Ambiente*. Universidade de Lisboa.
- Neto, O. (2016). *A Hotelaria na Visão de um Gerente-Geral*. São Paulo: Editora Cia de Ebook.
- Neves, J. Vinagre, M. (2018). *Qualidade de Serviço – Diagnosticar para Intervir – O Gap-Model*. Edições Sílabo.
- Nogueira, A. F., Gomes, R., & Au-yong-oliveira, M. (2020). *Inovação Tecnológica e Marketing e o Caso da Falência da Thomas Cook*. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, E36, 1-13.
- OMT – Organización Mundial del Turismo (1998), *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo
- ONU. (2016). *17 Objetivos para Transformar o Nosso Mundo. Guia Sobre Desenvolvimento Sustentável*, 1–38.
https://www.unric.org/pt/images/stories/2016/ods_2edicao_web_pages.pdf
- Organização Mundial do Turismo (1994). *Recommendations on tourism statistics 1993*. Madrid.
- Organização Mundial de Turismo. (1999). *Código Mundial de Ética do Turismo*.
- Organização Mundial de Turismo. (2003). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*.

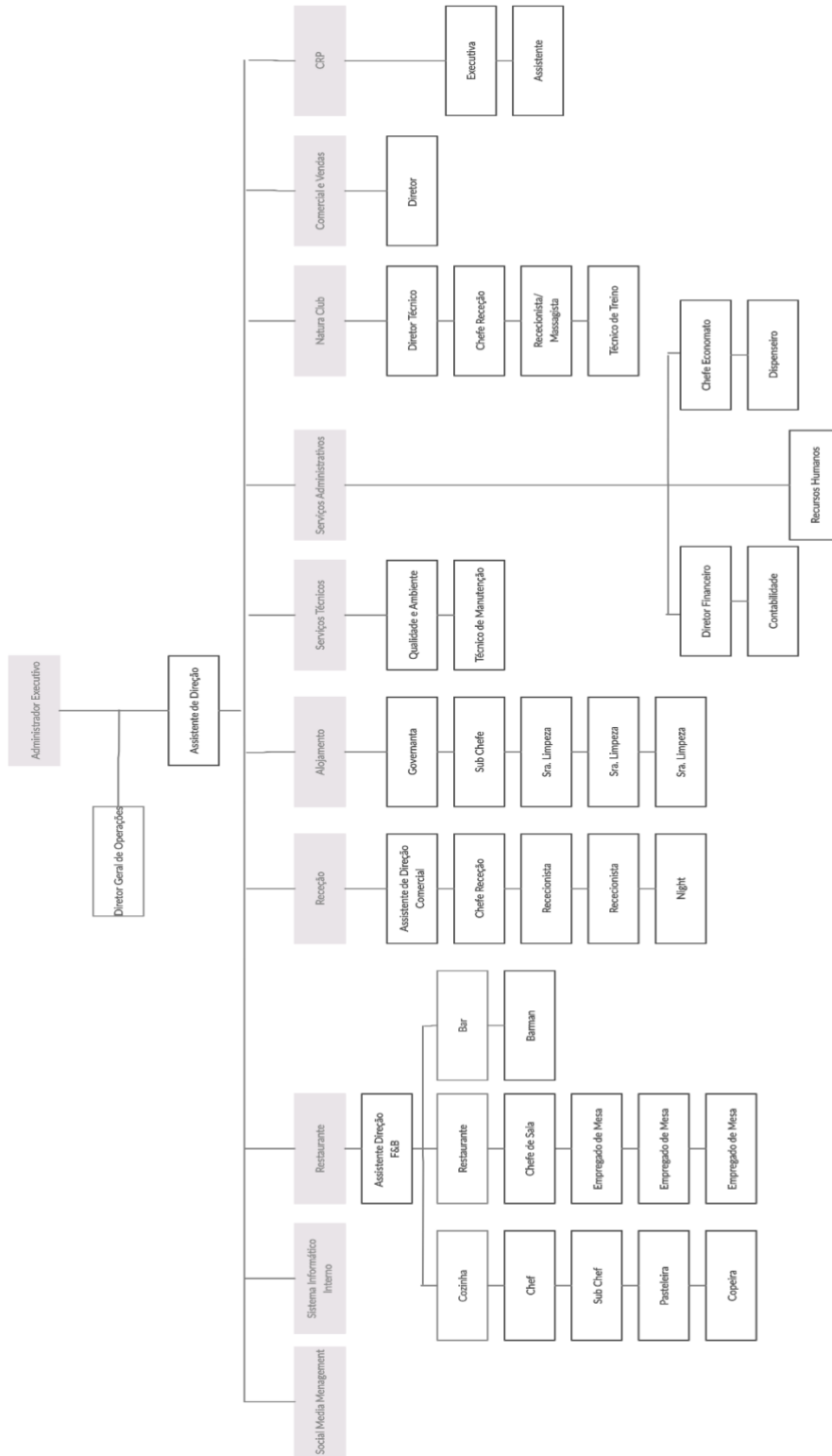
- Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- Pantuffi, C., & Brunstein, J. (2017). *II International Congress on Interdisciplinarity in Social and Human Sciences*. May, 686–697. Disponível em: [http://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/10086/1/II International Congress 2017 CIEO.pdf#page=315](http://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/10086/1/II%20International%20Congress%202017%20CIEO.pdf#page=315)
- Paulo, F., Lorena, A., Santos, M., Niza, S. P. de O., Ribeiro, P. J. T., Diogo, I. F., Carrola, A. C., Vaz, A. S., Santana, P., Sabino, J., Mateus, I., & Lucinda, G. (2014). *Plano Nacional de Gestão de Resíduos 2014-2020*. 140. Disponível em: http://www.apambiente.pt/_zdata/Políticas/Resíduos/Planeamento/PNGR_rev_20141107_clean.pdf
- Pereira, J. (2005). *A Satisfação no Trabalho: uma aplicação ao sector hoteleiro da Ilha de São Miguel* (Issue March).
- Pereira, P. (2020 Novembro 11). Covid-19: Impactos estimados e perspectivas de recuperação. Travel BI By Turismo de Portugal. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/COVID19-impactos-estimados-e-perspetivas-de-recuperacao.aspx>
- Pereira, V. A. (2019). *Práticas de Sustentabilidade Na Hotelaria De Luxo – Estudo de Caso de uma Unidade Hoteleira*.
- Peruchinn, B., Ferrão, A., Guidoni, L., Corrêa, É., & Corrêa, L. (2015). Estudo Da Geração Dos Resíduos Sólidos em Hotel. *Revista Turismo- Visão e Ação - Eletrónica*, 17, 301–322.
- Pires, A. M., Leuschner, A., Marques, C., Redondo, J., Bouça, J., Carmo, M. do, Xavier, C. M., Goldschmidt, T., Maia, T., & Santos, T. (2020). Dgs Covid-19 Orientação. In *Direcção Geral da Saúde* (Issue Anexo I).
- Pires, E. C. R. (2004). As Inter-relações turismo, meio ambiente e cultura. In *Série Estudos*.
- Presstur, 2021. Contribuição do Turismo para a Balança Externa cai 61% nos primeiros onze meses de 2020. Disponível em: <https://www.presstur.com/mercados/portugal/contribuicao-do-turismo-para-balanca-externa-cai-61--nos-primeiros-onze-meses-de-2020/>
- Quintas (2014). *Sustentabilidade Hotéis Eficientes e rentáveis*. Editora Oteltur.
- Rita, A., & Fernandes, F. (2014). *A Gestão de Energia como um fator de sustentabilidade no Engenharia do Ambiente Júri*.

- Rito, J. (2013). *Medidas de gestão de eficiência hídrica em empreendimentos turísticos-Caso de estudo Zmar Eco-Campo Resort & Spa*. <http://run.unl.pt/handle/10362/11118>
- Rocha, A. (2020). Qual a Importância do Turismo no Setor de Restauração da Cidade do Porto. Escola Superior de Hotelaria e Turismo. Politécnico do Porto.
- Santos, A., & Santos, M. (2011). Marketing Turístico.
- Santos, M. T. dos. (2010). *Fundamentos de Turismo e Hospitalidade*. Manaus: Centro de Educação e Turismo do Amazonas.
- Sartori, S., Latrônico, F., & Campos, L. (2014). Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: uma taxonomia no campo da literatura. *Ambiente & Sociedade*, 17(1), 01–22. <https://doi.org/10.1590/1809-44220003490>
- Silva, G. (2020). Covid-19: Se o turismo contrair 25%, a economia portuguesa recua 2,9%. Expresso. Disponível em: <https://expresso.pt/coronavirus/2020-04-08-Covid-19-Se-o-turismo-contrair-25-a-economia-portuguesa-recua-29>. Consultado a 18/03/2021
- Silva, M. (2021, Fevereiro 01). Impacto do Covid-19 no Turismo em Portugal | Dezembro 2020. Travel BI By Turismo de Portugal. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/impacto-covid-19-turismo-em-portugal-dezembro-2020.aspx>
- Sousa, C. 2009. Turismo e Desenvolvimento: perceções e atitudes dos residentes da Serra da Estrela. Tese de Mestrado. Universidade de Aveiro.
- Sunenergy. (n.d.). Disponível em: <https://www.sunenergy.pt/>
- Too Good To Go. (n.d.). Disponível em: <https://toogoodtogo.pt/pt>
- Torres, C. (2010 Janeiro 20). Balança Turística: o Saldo entre as Receitas do Incoming e do Outgoing. Publituris. Disponível em: <https://www.publituris.pt/2010/01/20/balanca-turistica-o-saldo-entre-as-receitas-do-incoming-e-do-outgoing/>
- Truninger e Graça. 2020. Proteger as pessoas e o planeta através da alimentação. Jornal Público. Disponível em: <https://www.publico.pt/2020/09/13/sociedade/noticia/proteger-pessoas-planeta-atraves-alimentacao-1931129>
- Turismo de Portugal. (2014). Tipologia Empreendimentos Turisticos. Regime jurídico dos

- empreendimentos turísticos. Disponível em: <https://business.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/empreendimentos-turisticos/tipologias-empreendimentos-turisticos-out-2014.pdf>
- Turismo de Portugal. (2018). Resíduos Urbanos Gerados pelo Turismo. Travel BI By Turismo de Portugal. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/Sustentabilidade/residuos-urbanos-gerados-pelo-turismo.aspx>
- Turismo de Portugal. (2020). Turismo em Portugal 2019. Travel BI By Turismo de Portugal. Disponível em [:https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/Turismo%20em%20Portugal%20e%20NUTS%20II%20-%202019.pdf](https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Turismo%20em%20Portugal/Turismo%20em%20Portugal%20e%20NUTS%20II%20-%202019.pdf)
- Turismo de Portugal. (2021). Empreendimentos Turísticos- Oferta. Travel BI By Turismo de Portugal. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/PowerBI/rnet-registo-nacional-de-empreendimentos-turisticos.aspx>
- UNEP. (2003). *A Manual for Water and Wast Management: What the tourism Industry Can Do To Improve Its Performance*.
- UNWTO (2005). Sustainable Development. Disponível em: <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- UNWTO, & ITF. (2019). *Transport-related CO 2 Emissions of the Tourism Sector*.
- Ventura, D. V. (2018). *Gestão da Energia Elétrica numa Unidade Hoteleira de 5 Estrelas da Cidade de Lisboa Engenharia e Gestão da Energia*. Técnico de Lisboa.
- Vieira, E., & Cândido, Í. (2004). *Rececionista de Hotel* (3º Edição). Editora da ULBRA.
- WTTC. (N.I). Economic Impact Reports. Disponível em: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
- WCED. World Commission on Environment and Development. (1987). Our common future. Oslo: WCED.

Anexos

Anexo 1. Organograma Hotel Lusitânia



Anexo 2. Governanta



50. Relatório Detalhado de Governanta

Hotel: HL - Hotelaria e Turismo Lda
 Complexo: Total
 Data: 13-jan-2021 a 13-jan-2021
 Hóspede?: Sim


Data Impressão:
 13-jan-2021 21:33
 Data Hotel: 13-jan-2021
 pmonteiro (Patrícia Monteiro)

13-jan-2021												
Unico												
<ALL>												
Chegadas												
Estado	Ins p	Check In	Hora	Hóspede	Adul. / Cri.	Quarto	Categoria	Check Out	VIP	Obs.	Tarefa	Manutenção
Sujo		13-01-2021	19:31	Lima, Filipe Jorge	1 0 0 0	107	TWIN	14-01-2021		PAGO DIRETO		
Limpo		13-01-2021	17:04	Pallas, Mathieu Thib	1 0 0 0	123	DOUBLE	15-01-2021		Paga Direto Dados para garantia de reserva no processo		
Sujo		13-01-2021	20:18	De Gouveia	1 0 0 0	207	TWIN	15-01-2021		Aguardamos Pagamento		
Sujo		13-01-2021	17:37	Placido, Teimo Miguel	1 0 0 0	211	DOUBLE	14-01-2021		Envio de Fatura PO1423		
Limpo		13-01-2021	00:00	EL FILALI EL KHABABI	1 0 0 0	212	TWIN	14-01-2021		Cobrar dos dados de cc dia 14/02		
Sujo		13-01-2021	20:52	Costa, Joao Pedro	1 0 0 0	214	TWIN	15-01-2021		Aguardamos Pagamento		
Sujo		13-01-2021	19:03	Fernandes, Jose	1 0 0 0	218	DOUBLE	15-01-2021		Pago nº 337/2021		
Sujo		13-01-2021	13:28	Santos Anacleto,	2 0 0 0	223	DOUBLE	14-01-2021		Pago nº		
Sujo		13-01-2021	17:59	Cerqueira De	2 0 0 0	224	DOUBLE	14-01-2021		APA Pago e faturado n		
Sujo		13-01-2021	18:07	Booyesen, Maria	1 0 0 0	303	TWIN	14-01-2021		PAGO E FATURADO Nº2069		
Sujo		13-01-2021	19:42	De Sa E Costa,	1 0 0 0	309	TWIN	14-01-2021		PAGO E FATURADO Nº2070		
Sujo		13-01-2021	19:42	Neves Cerqueira,	1 0 0 0	313	TWIN	14-01-2021		pago e faturado nº2071		
Total (Arrivales)					14	0	0	0	0	12		
Residentes												
Estado	Ins p	Check In	Hora	Hóspede	Adul. / Cri.	Quarto	Categoria	Check Out	VIP	Obs.	Tarefa	Manutenção
Limpo		11-01-2021	04:12	Planas Genero,	1 0 0 0	112	TWIN	15-01-2021		envio de fatura		



http://10.10.80.10:8080/ReportServer/LUSITANIA_102105/50. Relatório Detalhado de Governanta (HFO_Hrp_Housekeeping.rdl) - 20190606- pt-PT

Anexo 3. Sistema de Reservas



HFO_Rsv_Reservation_Card_direct
Hotel: 1021

Data impressão: 13-jan-2021 22:15
Data Hotel: 13-jan-2021
0

Nº Res.: 6271				
Nome: Sanches, Inês				
Check In:	13-jan-2021	Check Out:	14-jan-2021	VIP:
Nº Quartos:	1	Categoria:	SUJR	Quarto: ?
Adultos:	1	Crianças:	0 / 0 / 0	Preço: 0,00
Tabela:	Rack Rate	Package:	Alojamento e PA Bed & Breakfast	Segmento: Contactou directamente o hotel
Allotment:		Sub-Segmento:	Lazer	Canal Dist.: Offlines/ presencial/ telefone
		Total	0,00	
Dados do Hóspede				
Morada:				
Portugal				
Telefone:		Fax:		
Telemóvel:		e-Mail:		
Reservado por: Sanches, Inês				
Package			Info. Reserva	
Id Hósp.: 47451		Id Res.: 6641		
Nº Hósp.: 43689				
Reserva aceite por PMONTEIRO na data 13-jan-2021			Assinatura:	

Anexo 4. Key- Pass



Entidade/Company

Titular/Guest

Sanches, Inês

Reserva/Booking

6271

Quarto/ Room Nr:

110

Check In:

13/01/2021

Check Out:

14/01/2021

Adultos/Adults

1

Crianças/Child

0

Infantes/Infants

0

Regime/Boarding:

Alojamento e PA | Bed & Breakfast

É favor apresentar este cartão quando solicitado
Kindly present this card when required
Veuillez présenter cette carte quand elle est demandée

Insira e retire
Insert and remove

www.naturalmbhotels.com



HA LLEGADO A UN ECO-HOTEL

Nuestra unión al Parque Natural de la Serra da Estrela nos lleva a asumir un compromiso de responsabilidad con el medio ambiente, racionalizando consumos, minimizando los residuos, reutilizando, reciclando y procediendo a un amparo preventivo y permanente.

Gracias por su colaboración.

Insira e Retire
Insert and Remove



Anexo 5. Check-List

CHECK-LIST DE INSPEÇÃO AOS QUARTOS

UNIDADE HOTELEIRA: HVG HTC H2O CPH HL

QUARTO Nº: _____
 DATA: / / _____

RESPONSÁVEL: _____ FUNÇÃO: _____

	C	NE	NA	OBSERVAÇÕES
1. PORTA DE ENTRADA				
1.1 O manípulo encontra-se limpo				
1.2 A porta encontra-se limpa (sem manchas)				
1.3 Impedimento para "Mão Incomoda" pendurado na porta, no lado de dentro				
1.4 Existência de planta de emergência				
2. JANELAS				
2.1 Vidros limpos e isentos de manchas				
2.2 Califonho dos vidros limpo				
2.3 Manípulo da abertura da janela limpo				
3. CORTINAS				
3.1 Encontram-se fechadas				
3.2 Encontram-se em bom estado de conservação e higiene				
3.3 O black-out encontra-se em bom estado de conservação e higiene				
4. CAMA				
4.1 Encontra-se feita uniformemente, com boa aparência e as almofadas são do mesmo tamanho				
4.2 Debaixo da cama encontra-se limpo				
4.3 Cama e cabeceira da cama encontram-se alinhadas				
4.4 A cabeceira encontra-se sem manchas e isenta de pó				
5. MOBILIÁRIO				
5.1 O roupeiro encontra-se isento de pó				
5.2 A cadeira encontra-se isenta de pó				
5.3 O sofá encontra-se limpo				
5.4 O espelho encontra-se limpo e isento de pó				
5.4 O aparelho de ar condicionado encontra-se isento de pó				
5.5 O aparelho de ar condicionado está programada para temperatura correta				
5.6 A cômoda encontra-se limpa, sem manchas e isenta de pó				
5.7 O criado-mudo encontra-se limpo				
5.8 As mesas de cabeceira encontram-se limpas e isentas de pó				
5.9 Os quadros decorativos encontram-se isentos de pó e colocados simetricamente				
5.10 O telefone encontra-se limpo e isento de pó				
5.11 A lista telefônica encontra-se legível e em bom estado de conservação				
5.12 A televisão encontra-se limpa e isenta de pó				
5.13 O comando da televisão encontra-se no quarto, apresenta-se limpo e em bom estado				
5.14 Cesto de papéis limpo e vazio				

HOTEL PAR. 05.38708

Anexo 6. Briefing


NATURA
IMB HOTELS

DATA: ____/____/____ ALMOÇO JANTAR
HORA de REALIZAÇÃO: ____h ____m ____h ____m

CHECK-LIST - BRIEFING DIARIO F&B

1. Pratos do Buffet ou do dia e composição
2. Prato alternativo a sugerir (se o cliente colocar essa questão)
3. Em caso de reposição, quantas doses se podem fazer a mais?
4. No caso de acabar, qual será o prato substituto?
5. Que acompanhamentos se podem sugerir como alternativa?
6. Sugestões para crianças?
7. Sugestões para vegetariano?
8. Na Carta há alguma sugestão (que interessa à cozinha)?
9. Na Carta falta algum prato (ou que não interessa que saia)?
10. No serviço à Carta o Chef vai preparar um "amuse bouche" (apenas aplicável aos 4*)
11. Existem placas identificativas em Português / Inglês para todos os pratos do Buffet e Sobremesas?
12. Quem apoia a montagem e desmontagem do buffet hoje (por parte da cozinha?)

Rubrica do Responsável da Cozinha

Rubrica do Responsável do Restaurante

Notas/ Instruções:

- a) Depois de assinado por ambos, entregar na receção que o enviará para o DGO (digitalizado) diariamente.
- b) O Check-list do almoço e jantar deverá ser entregue à Direção da unidade ou Duty Manager no próprio dia.
- c) Obrigatório a entrega do questionário de satisfação com a conta ao cliente.
- d) Obrigatório a colocação da hora de realização ao Almoço e Jantar.

IMPORTANTE: O presente documento é propriedade exclusiva da Natura IMB Hotels estando vedada a sua divulgação a terceiros.

Mod.IMB.SA.29.00

Anexo 7. Relatório de Manutenção



53.1 Tarefas Manutenção Natura

Hotel: HL - Hotelaria e Turismo Lda
 Comp: -Total-
 De data: 13-jul-2020 Até: 13-jan-2021
 Secção: Manutenção

Data Impressão:
 13-jan-2021 21:34
 Data Hotel: 13-jan-2021
 pmonteiro (Patricia Monteiro)

Nome	Nº Quarto	Check In	Check Out	Começar	Terminar	Secção	Descrição	Utilizador	Concluido por	Estado
Data: 05/10/2020										
Secção: Manutenção										
						ALL	Segunda passadeira e a primeira bicicleta, ambas com o papel não utilizar. A passadeira liga mas quando se inicia atividade, esta dá erro. Relativamente a bicicleta, o problema deve estar no mecanismo de pedais que ou está muito solto ou trava o movimento.	Patricia Monteiro		Não Efetuada
	111					ALL	Porta da Varanda não abre	Patricia Monteiro		Não Efetuada
Data: 05/10/2020										
Secção: Manutenção										
						Manutenção	#114, 118, 122, 205, 216 - não têm cabide no WC	Filipe Silva		Não Efetuada
Data: 23/12/2020										
Secção: Manutenção										
	208					Recepção	Compor Telo	Patricia Monteiro		Não Efetuada

Anexo 8. Encomenda do Pão

Encomenda de Pão para o Dia: _____

 N.º Clientes Previstos _____ Procedimento: _____

Peq. Almoço	
Almoço/Jantar	
Grupos	
Total	

Designação	Quantidades	Observações
Braço Pequena		Unid.
Centelo Escuro Grande		Unid.
Croissant Meio-Folhado		Unid.
Integral Pequeno		Unid.
Italianos		Unid.
Miniatura Regional		Unid.
MiniMi		Unid.
Pão de Forma Inteiro		Unid.
Pão de Leite		Unid.
Regional Grande		Unid.
Sementes Miniatura		Unid.
Unitos		Unid.

Notas: _____

Restaurante: _____ Recepção: _____

Data e hora da Encomenda

ModFMS.GG.08/30

Anexo 9. Exemplo de Ementas

