

press, a Palminvest faz um balanço “muito positivo” desta parceria com o InterContinental Hotel Group (IHG). Eurico Almeida, administrador da Palminvest, explica que “o franchising das grandes marcas hoteleiras com capacidade instalada na Europa, dá-nos acesso a uma máquina comercial, de marketing e de standards ímpares, permitindo estar sempre na linha da frente do que do melhor se faz na hotelaria mundial”. Um conceito que o responsável salienta que depois é adequado “à nossa região e realidade, tirando o melhor partido da escala e do conhecimento actual e futuro dos mercados”.

Há 20 anos que o Hotel D. Amélia, em Castelo Branco, integrou a Best Western International. Joaquim Martins, administrador do três estrelas, explica que a questão financeira pesou na escolha da marca: “Na altura, a Best Western era aquela

O 'BRAND AWARENESS' É UMA DAS PRINCIPAIS VANTAGENS DO FRANCHISING

que nos oferecia melhores condições de integração”; mas também a visibilidade internacional, “uma vez que a Best Western tem aproximadamente 4 mil hotéis espalhados por todo o mundo, com ligações às redes internas”. Sendo uma cadeia de hotéis independentes, a gestão comercial e financeira mantêm-se também independentes, mas a qualidade não. As unidades contam com “inspecções de qualidade que são efectuadas por auditores externos, que nos exigem manter bem altos os padrões de qualidade, todos os anos com inserção de novos upgrades de acordo com os estudos de mercado e tendências actuais, de modo a aumentar o conforto e qualidade do serviço”.

Uma das principais vantagens enumeradas na adesão ao ‘franchising’ é o ‘brand awareness’. No caso da IHG, que conta com mais de 80 milhões de clientes fidelizados, a sua carteira de clientes tem “muita expressão na comunicação directa, permitindo ao ‘franchisado’ chegar mais depressa ao cliente final num formato de marketing universal”. Outra vantagem é o sistema de reservas e, por último, “a formação e as tecnologias de informação, que nos permitem estar sempre na 1ª linha tecnológica e de inovação e desenvolvimento dos nossos principais activos, as pessoas”, indica Eurico Almeida.

Motivos da escolha

São vários os grupos hoteleiros de dimensão internacional que disponibilizam opções de ‘franchising’. Desde o InterContinental Hotel Group, à

TROX[®] TECHNIK

The art of handling air

Senhor Empresário

Quer assegurar a qualidade da distribuição e da regulação do ar do seu hotel?

A Contimetra com a Trox estão ao seu serviço para o ajudar. Temos a equipa e os meios ao seu dispor! Fale com o seu consultor/projectista para o AVAC.



PARA CADA QUARTO



Unidade de indução
sem ventilador
sem filtro
sem condensados



CONTIMETRA

Lisboa - tel. 214 203 900 arcondicionado@contimetra.com www.contimetra.com



SISTIMETRA

Porto - tel. 229 774 470 arcondicionado@sistimetra.pt www.sistimetra.pt



Hilton Worldwide, Accor, Marriott International, Starwood Hotels & Resorts, Wyndham Hotel Group, Louvre Hotels Group, Best Western International, à Choice Hotels International, entre muitas outras.

Eurico Almeida refere que optou pela marca Holiday Inn Express do IHG, “não só devido ao historial de crescimento na Europa em 2007, abrindo uma perspectiva de escala na captação de clientes para a região EMEA, mas acima de tudo, a capacidade que o conceito/marca tem em resistir a ciclos económicos adversos, por se tratar de um conceito suportado em custos variáveis, gerindo-se com um harmónio”.

Estar associado a uma marca de referência na hotelaria internacional trouxe mais-valias na promoção do Hilton Vilamoura, revela Dinis Pires, director-geral da unidade hoteleira localizada no Algarve. O responsável realça que, ao serem uma unidade do mundo Hilton, “podemos beneficiar de uma central de reservas que nos vende em qualquer ponto do mundo, principalmente aos clientes individuais”. Por outro lado, “contamos ainda com os escritórios de vendas globais que nos ajudam a incre-

ACCOR,
Garante equipas de
marketing dedicadas,
canais de venda
directa, central de
reservas, entre outras
vantagens.

mentar o nosso negócio ao nível de MI”.

Quanto à estruturação da empresa em si, Dinis Pires esclarece que “é muito vantajoso podermos contar com a cultura e valores da marca Hilton, que constituem a base da formação de todos os nossos colaboradores e que nos servem de pilares para podermos prestar um serviço que respeite os exigentes padrões de serviço e de qualidade”.

A Accor garante várias vantagens na escolha de uma das suas marcas, desde equipas de marketing dedicadas; canais de venda directa: web, aplicações móveis e tablet, central de reservas; cartão de fidelização que conta já com mais de 17 milhões de membros e que conta com o portfólio mais diversificado de clientes de todas as cadeias hoteleiras; distribuição que se apoia em equipas comerciais locais e internacionais e um motor de reservas TARS que produz mais de 45% do volume de negócio dos hotéis franchisados; disponibilização de todos os departamentos criados para as filiais, seja ao nível dos recursos humanos, centrais de compra, manutenção, etc.

Já no que refere à IHG, Hylko Versteeg, director de desenvolvimento para o Sul da Europa, indica que o grupo oferece “acesso completo ao nosso sistema de distribuição que, em Portugal, representa aproximadamente 38% a 45% das dormidas e receitas do hotel através do nosso sistema”. Além disso, “temos menores riscos comerciais do que os hotéis independentes ou cadeias hoteleiras menores, havendo assim uma poupança adi-

“PODEMOS BENEFICIAR DE UMA CENTRAL
DE RESERVAS QUE NOS VENDE EM
QUALQUER PONTO DO MUNDO”

"TIVEMOS DE ACTUALIZAR TODO O LETRING E ADEQUÁ-LO ÀS NORMAS INTERNACIONAIS DA BEST WESTERN."

cional. Temos ainda os nossos sistemas de vendas globais; escritório central de reservas; uma aplicação de reservas e um grande conjunto de profissionais para auxiliar os hotéis individuais".

Investimento

Cada caso é um caso e o investimento requerido para ser franchisado de uma marca hoteleira depende das necessidades específicas da unidade em si. Na experiência da Palminvest, Eurico Almeida explica que todos os hotéis foram planeados de início já com a marca, "pelo que os custos de a ter estão associados ao CAPEX (Capital Expenses) inicial e decorrem de custos mais baixos que um hotel tradicional, porque consegue-se ter acesso a preços competitivos da central de compras da IHG".

No que refere ao Best Western D. Amélia, Joaquim Martins indica que o investimento inicial ainda foi significativo, "sobretudo porque tivemos de actualizar todo o nosso letring e adequá-lo às normas internacionais da Best Western". O investimento depende do estado actual do hotel, explica Jesus Seseña, Iberia Development Manager da Accor: "Nos casos em que é preciso uma grande renovação, podemos escalar a adaptação de modo a minimizar o impacto económico", mas podem também existir investimentos menores, como equipamentos informáticos, estacionamento, fardas, entre outros.

Como contactar as marcas?

Actualmente, a Accor tem quatro hotéis em 'franchising' em Portugal – um Mercure, dois ibis e um ibis Budget. Segundo Jesus Seseña, o objectivo é "aumentar o número de hotéis em regime de 'franchising' com novas construções para as marcas ibis e ibis Budget; e com incorporações de hotéis independentes para as marcas Mercure e ibis Style". Actualmente, estão já em desenvolvimento vários projectos para Lisboa e Porto que devem concretizar-se ao longo deste ano, adianta o director do grupo francês, que considera que "falar de 'franchising' ou de gestão em Portugal é revolucionário", pois a cultura predominante ainda é a venda ou a locação. "Os empresários portugueses compreendem rapidamente as possibilidades de rentabilidade destas fórmulas face às soluções tradicionais, mas às vezes o risco amedronta-os. Não podemos ter medo e é preciso que estes empresários profissionais da hotelaria não hesitem em apostar numa fórmula que já deu provas de sucesso". Os hoteleiros interessa-



– **HOLIDAY INN,**
É uma das marcas de
possível franchising
do InterContinental
Hotels Group.

dos numa estratégia de 'franchising' devem, no caso da Accor, contactar o Departamento de Desenvolvimento da Accor (DDEV). Depois deste verificar que a unidade hoteleira em questão se pode enquadrar numa das marcas do Grupo Accor, o DDEV vai trabalhar com o proprietário do hotel, ou com os seus representantes, para elaborar em conjunto um plano de viabilidade económica do hotel. Neste plano, será estudada a capacidade de melhoria dos resultados do hotel através do 'franchising'. Depois de realizada uma auditoria no âmbito do Plano de Adaptação à marca, procede-se à assinatura do contrato que marca o início da fase de pré-abertura, onde são estabelecidos os detalhes necessários para a abertura do hotel sob uma marca Accor.

Uma vez em contacto com a IHG – para definir o franchising das marcas Holiday Inn Express, Holiday Inn, Crowne Plaza, Staybridge Suites & Hotel ou Indigo –, Hylko Versteeg explica que responsáveis do grupo internacional procedem a uma visita ao hotel e preparam um relatório sobre o estado do hotel para identificar necessidades ao nível de segurança contra incêndios e outras, design e sistemas operacionais, tomando atenção ao investimento necessário.

Actualmente, a IHG tem sete hotéis em Lisboa em 'franchising', com duas unidades em desenvolvimento; quatro no Porto e um em desenvolvimento; e dois no Algarve, mas o responsável considera que existem mais oportunidades de crescimento no nosso País, realçando que espera que o crescimento verificado nesta área nos últimos quatro anos aumente. **h**

Tendências Hoteleiras - o Hotel mais próximo do Consumidor

Prevê-se que 2015 seja um ano onde a tecnologia aplicada à indústria do Turismo tenha a sua derradeira afirmação.

Até há pouco tempo, um estudo da Universidade de Cornell indicava um desfasamento de cerca de cinco anos entre a experiência tecnológica que os hóspedes têm em suas casas, em prejuízo da que encontravam nas unidades hoteleiras. Este cenário está claramente a mudar e em Portugal são cada vez mais as unidades que adoptam uma política de inovação tecnológica que permita ao hóspede o mesmo conforto que em sua casa. Desde os espaços comuns interactivos à viabilidade de conectar o telemóvel, tablet ou outros instrumentos ao ecrã no seu quarto, ou utilizando uma Docstation disponível, este 'gap' é cada vez menor.

Numa vertente mais corporativa, e de uma forma crescente, temos vindo a assistir a estratégias de marketing que incidem na personalização do contacto com o cliente muitas vezes através de aplicações mobile. Uma das tendências actuais prende-se, de facto, com o impacto que esta comunicação tem no aumento de reservas/vendas online (incluindo o pagamento pela mesma via), aproximando o cliente final e permitindo-lhe interagir com a unidade em qualquer momento. É de salientar que a nível mundial as reservas através de dispositivos móveis representam já em média 25% do mercado de viagens online.



**FILIPA
CARDOSO**
*/ consultora
Michael Page
Hospitality &
Leisure*

Existe, no entanto, uma preocupação e igualmente caminho a percorrer, quando olhamos ao impacto que o desenvolvimento/compra deste tipo de tecnologia tem para as cadeias/unidades hoteleiras. Actualmente, o desafio passa também por perceber como podem os 'custos por acção' online ser contabilizados e diluídos, trazendo rentabilidade a estes canais. Este exercício será sempre mais fácil para os grandes grupos, que tendencialmente são precursores da inovação no sector.

O sucesso passará sempre por criar uma estratégia que posicione a marca com uma identidade digital sólida e credível e garantir que a mesma se associa aos canais correctos. Se em média, antes de decidir reservar, o cliente pesquisa entre 15 e 22 sites, é importante garantir a retenção do cliente no momento da visualização, por forma a que este reserve de imediato ou regresse no final da sua pesquisa. É importante salientar, no entanto, que o foco desta personalidade digital tem sempre de ser o cliente, indo ao encontro das suas expectativas e deixando claras as experiências que este pode ter e nunca no marketing totalmente corporativo e que tem a marca no centro do discurso. Esta estratégia de foco no cliente permitirá às unidades ter impacto directo no SEO, permitindo assim influenciar o seu posicionamento nas pesquisas nos principais motores. **h**

filipacardoso@michaelpage.pt

DOSSIER

A glowing incandescent lightbulb is centered in the frame, resting on a rustic wooden surface. The lightbulb is illuminated from within, casting a warm, yellow-orange glow. The wooden background consists of horizontal planks with visible grain and knots. The overall composition is simple and evocative, symbolizing energy and ideas.

36 > Hotéis

Saiba quais as medidas utilizadas na hotelaria nacional para o uso sustentável de energia

42 > Galp Energia

Soluções sustentáveis

44 > Certificação

TÜV Rheinland

46 > Iluminação

Astratec e TEV

Energia

Energia: Sustentabilidade e redução de custos.



— **UNESCO,**
2015 Ano Internacio-
nal da Luz

No momento em que se celebra o ano internacional da luz, decretado pela UNESCO, a Publituris Hotelaria foi perceber, junto do sector hoteleiro, quais as principais medidas desenvolvidas pelos hotéis no consumo da energia de uma forma sustentada e qual a importância deste tipo de acções no que diz respeito, não só na vertente de sustentabilidade, como também no impacto na redução de custos em ‘utilities’.

O que é feito nas unidades portuguesas?

Segundo a UNESCO, a utilização da energia solar aumentou exponencialmente ao longo da última década. Além disso, tecnologias como painéis fotovoltaicos e aquecedores solares de água irão representar uma potencial fonte de fornecimento de cerca de um terço de energia do mundo inteiro, até ao ano de 2060. São também várias as unidades que apostam nestes meios, assim como sistemas de

2015 marca o ano Internacional da Luz. No que diz respeito ao consumo de energia, os hotéis portugueses apostam, cada vez mais, na sua utilização de forma sustentada, de forma a permitir uma redução nos custos reais.

Texto **Marta Barradas** Fotografia **D.R.**

iluminação LED, entre outras medidas, de forma a aliar a sustentabilidade à redução de custos inerentes ao consumo de energia. É o caso do Ecorchotel, Évora Suites & SPA, no Alentejo. Manuel Policarpo, director-geral, explica que “a unidade detém uma central fotovoltaica que fornece 50% da energia do hotel, assim como um conjunto de painéis solares, um para o aquecimento das águas quentes e piscinas do edifício principal e outro para o aquecimento das suites.” Além disso, 98% do edifício dispõe de lâmpadas LED, sendo objectivo do hotel aumentar esta percentagem futuramente.

Também o Inspira Santa Marta Hotel, em Lisboa, conta com “painéis solares termoacumuladores, iluminação LED e de baixo consumo energético, equipamentos Energy Star e economizadores de energia nos quartos”, explica Ana Tavares, coordenadora de sustentabilidade do hotel.

Numa descrição do que foi realizado recentemente no Corinthia Lisbon Hotel, Reuben Mifsud, director-geral da unidade, destaca “uma remodelação completa dos equipamentos térmicos, a implementação de um sistema de gestão de energia, a instalação de iluminação LED, sistema de energia solar”, entre outras medidas. Além disso, a unidade estabeleceu parcerias com a GALP e ISQ, de forma a desenvolver projectos que permitam uma maior eficácia na suficiência energética.

Já Marta Sousa Pires, administradora do grupo Bensauade, exemplifica que “a energia geotérmica é utilizada no Terra Nostra Garden Hotel como fonte

>>>

- Ar condicionado
- Difusão
- Chaminés
- Ventiladores
- Desenfumagem



CONDUTAS TÊXTEIS

As condutas têxteis são a solução mais prática para instalações provisórias ou definitivas. São leves laváveis e fáceis de instalar.

A velocidade de saída do ar é reduzida e são altamente decorativas com as suas diversas cores e formas! Podem ser aplicadas em escritórios, piscinas, ginásios e cozinhas.



SECADORES DE MÃOS UltraDry Pro 1

Um secador rápido na secagem de mãos e cara. 50% mais poderoso do que secadores de mãos idênticos. Resistente a vandalismo. Disponível em aço inoxidável ou branco.



HOTTES

Hottes com três versões, só Extração, Extração e Compensação a baixa velocidade e Extração, Indução e Compensação. Com plenos de compensação e indução isolados, luminárias encastradas e filtros de chicane em inox de alta eficiência. Hottes em aço inox 304 18/10 nas faces visíveis e em aço galvanizado nas faces não visíveis. Sem parafusos visíveis.

Montadas em módulos de 1100, 1500, 2000, 2500 e 3000mm.

Sede:

Rua Veloso Salgado, 1120 e 1138
4450-801 Leça da Palmeira Telf: 229 991 100

Filial:

Parque Empresarial da Granja - Pavilhão 8
2625-607 Vialonga Telf: 219 748 491

>>>



primária de potência calorífica”. Esta fonte de energia é, assim, responsável pela produção de águas quentes sanitárias, utilizando as abundantes águas quentes termais existentes no jardim botânico do parque da unidade. O hotel açoriano aposta ainda noutras formas de optimização dos consumos dos recursos energéticos, como é o exemplo da iluminação LED e uma “monitorização diária dos consumos de energia”, acrescenta a responsável.

No caso do grupo Pestana, nomeadamente o Tróia Eco-Resort, são também utilizadas lâmpadas LED, “quer na iluminação exterior (arruamentos, espaços verdes), quer no interior das unidades” e o “aquecimento de águas de consumo é realizado através de painéis solares térmicos”, afirma fonte oficial do grupo Pestana.

Os sensores de iluminação são também uma aposta recorrente em todas as unidades hoje em dia, de forma a obter um gasto de electricidade menor, mediante a necessidade desta ser utilizada.

Sustentabilidade e redução de custos

A utilização de forma sustentada da energia nos hotéis, não só garante uma aposta na preservação do ambiente e recursos naturais, como também ajuda na diminuição dos custos em utilities.

— **ENERGIA SOLAR,**
Painéis fotovoltaicos e energia solar serão responsáveis pelo fornecimento de grande parte da energia mundial.

“Só no sector da electricidade, estamos a conseguir uma poupança de cerca de 15%. Mas na economia total, de todas as medidas que temos implementado, ascende a mais de 40% entre a electricidade e o gás”, afirma Reuben Mifsud. Para o Corinthia Lisbon Hotel, refere o responsável, “estes resultados têm um impacto muito importante num hotel que, em condições normais, gasta mais de um milhão de euros com essas utilities”.

De 2004 a 2014, os hotéis do grupo Bensaude apresentaram uma redução de 74% no consumo de electricidade, valores que, para Marta Sousa Pires, “resultam das medidas de sustentabilidade ambiental relativas ao consumo de energia e que ilustram bem a sua eficácia.”

Ana Tavares diz que, no caso do Inspira Santa Marta Hotel, “de 2012 a 2014 registou-se uma redução de 23% no consumo de energia por cliente e de 25% no consumo de gás por cliente”.

As acções comportamentais, acompanhadas por pequenas melhorias nas unidades do grupo Pestana têm conduzido a poupanças por quarto ocupado na ordem dos 5 a 10%. “Quando se aplicam Projectos de Eficiência Energética, mais abrangentes e envolvendo a substituição de equipamentos mais relevantes, temos conseguido poupanças da ordem dos 20 a 25%”, acrescenta fonte oficial da cadeia, referindo-se ao conjunto global das suas unidades.

Já Manuel Policarpo explica, no que diz respeito ao consumo energético do Ecorkhotel, que este “é 55% inferior à média europeia standard dos hotéis de quatro estrelas”, enquanto o consumo do gás é inferior em 10%.

A perspectiva dos clientes

No momento de escolher o local onde pretendem hospedar-se, para passar as suas férias ou até uma ‘pausa’ durante o fim-de-semana, será que os clientes valorizam um hotel cuja preocupação ambiental é um factor decisivo?

Marta Sousa Pires garante que “os clientes da Bensaude Hotels estão cada vez mais sensíveis para as questões de protecção ambiental e do consumo sustentável dos recursos. Reconhecem as nossas Certificações Ambientais e demonstram grande aceitação das medidas ambientais implementadas”.

No caso do Ecorkhotel, Manuel Policarpo refere que “existem turistas que procuram estes hotéis porque são mais sensíveis nestas questões”, sobretudo a nível internacional. Já no mercado nacional, os hóspedes que procuram este género de unidades são “visitantes vindos dos centros urbanos com crianças, que começam a desenvolver mais sensibilidade a nível ambiental”, acrescenta o responsável. Reuben Mifsud explica que “os clientes são os primeiros a reconhecer e valorizar tais medidas. Num negócio tão competitivo como a hotelaria, as ca-

A ILUMINAÇÃO LED É OUTRA DAS MEDIDAS QUE PERMITE AOS HOTÉIS ALIAR A SUSTENTABILIDADE À REDUÇÃO DE CUSTOS INERENTES AO CONSUMO DE ENERGIA.

racterísticas distintivas como estas são um trunfo importante.” No Corinthia, “consideramos estas medidas de um valor essencial para um serviço cinco estrelas e, muito em breve, se não já, em todo o mundo a crença será a mesma”, destaca o responsável.

Cerca de 40% dos clientes do Inspira Santa Marta Hotel “afirma que regressará, pelo conceito de sustentabilidade”, garante Ana Távares, mediante um inquérito realizado aos hóspedes da unidade lisboeta.

Muitos hotéis começam a apostar numa consciencialização em relação à redução dos consumos de energia juntos dos colaboradores e, também, dos próprios clientes. No Inspira Santa Marta, diz Ana Távares, existe uma “formação e sensibilização de colaboradores e clientes” contínuas, enquanto Reuben Mifsud indica que, no Corinthia Lisbon Hotel, “a ideia central é a formação dos nossos funcionários no uso eficiente da energia e na criação de padrões de eficiência de gestão hoteleira.” Já no caso do grupo Bensaudé, “os nossos clientes são convidados a participar no processo de melhoria contínua, quer seja pela adaptação às práticas de economia de recursos durante a sua estadia, quer seja pelos inputs relativos a boas práticas/sugestões comunicadas através dos vários canais de comunicação disponíveis”, conclui Marta Sousa Pires.

Nos hotéis Pestana, começa a existir alguma preocupação dos clientes nestas questões, o que, segundo fonte da empresa, “os faz sentir mais ‘confortáveis’ quando sentem que a organização se preocupa e actua nos assuntos ligados com a Sustentabilidade e Meio Ambiente”.

Certificação Energética

Ana Távares explica inicialmente que o Inspira Santa Marta não possui nenhuma certificação que inclua única e exclusivamente a gestão energética, como é o caso da ISO 50001. “As certificações detidas pelo Inspira (ISO 14001, Green Globe e Travelife) incluem a gestão energética a par de outras áreas que são monitorizadas em termos de consumos”.

No que diz respeito ao grupo Pestana, existem “várias unidades com o Certificado Energético da ADENE, que indica qual a classe energética dessa unidade e propõe um conjunto de medidas tendentes a melhorar essa classificação.”

TROX® TECHNIK

The art of handling air

Senhor Empresário

A segurança dos clientes do seu hotel depende da fiabilidade do sistema integrado de registos corta-fogo, desenfumagem e ventiladores associados.

A Contimetra com a Trox estão ao seu serviço para o ajudar.

Temos a equipa e os meios ao seu dispor!

Fale com o seu consultor/projectista para o AVAC-SADI.



Sistemas de comando e monitorização de registos corta-fogo/fumo



CONTIMETRA

Lisboa - tel. 214 203 900 arcondicionado@contimetra.com www.contimetra.com



SISTIMETRA

Porto - tel. 229 774 470 arcondicionado@sistimetra.pt www.sistimetra.pt

>>>

>>>



CERTIFICAÇÃO,

Além das certificações obrigatórias, as unidades hoteleiras optam ainda por outras, aliadas ao consumo energético.

Para Marta Sousa Pires, “a preocupação de melhoria da performance energética na Bensaude Hotels é permanente. De grande relevância são as Certificações Ambientais, ISO 14001 e EMAS, há mais de 10 anos obtidas em duas das sete unidades hoteleiras da colecção Bensaude Hotels.” A responsável explica ainda que o Hotel Açores Lisboa conta com Certificação Energética e, actualmente, encontram-se já em desenvolvimento a realização das auditorias energéticas nas restantes unidades hoteleiras do grupo.

No Ecorkhotel, “além da classificação obrigatória, o hotel detém a classificação máxima A+, assim como a ISSO 14 101, Qualidade 9001, a certificação de Eco-Hotel da TÜV Rheinland, e a Chave Verde, pela Sociedade Bandeira Azul”, revela Manuel Policarpo.

Por fim, Reuben Mifsud indica que a certificação RSECE Energia, da ADENE - Agência para a Energia, é a certificação obrigatória em Portugal que incide sobre Certificação Energética de Edifícios. O responsável destaca que, no Corinthia Lisbon Hotel, “estamos a estudar as possibilidades de uma ISO ou a certificação LEED - U.S. Green Building Council, que são bem estabelecidas e reconhecidas a nível global, que não só irá certificar e distinguir o nosso hotel, como também ajudar-nos a continuar a melhorar a nossa abordagem de sustentabilidade”.

Portugal vs. Europa

No que diz respeito às normas e regulamentações no consumo de energia nas unidades hoteleiras em

Portugal, as opiniões divergem de hotel para hotel. Porém, uma opinião é unânime: ainda há muito por fazer.

Reuben Mifsud, afirma que, em Portugal, “existe uma legislação abrangente sobre a utilização sustentável da energia que estabelece as acções de certificação energética e, as nossas leis são, na verdade, bastante exigentes, como é o exemplo da Qualidade do Ar Interior, mas isso, por si só, não resulta numa mudança positiva.” O responsável do Corinthia acrescenta que empresas que abriram caminho neste âmbito, “como a nossa, estão na linha da frente, com os sistemas mais eficientes e actualizados, que resultam em processos sustentáveis e na redução de custo real, mas estas também têm a obrigação de mostrar que isso pode ser feito e como pode ser feito”.

Para Ana Távares, coordenadora de sustentabilidade do Inspira Santa Marta, “deverá existir uma maior promoção em termos de informação e divulgação das vantagens associadas a este tipo de normas, assim como a implementação de medidas de apoio e benefícios às empresas que as adoptem”, referindo ainda que, apesar de mostrarmos alguns avanços, ainda estamos aquém dos principais países da Europa.

Para o grupo Pestana, “as normas existentes estão mais relacionadas com a Higiene e Segurança” e no que diz respeito às normas relativas à Certificação Energética implicam custos e afectação de meios que oneram ainda mais a actividade hoteleira e não produzem retorno significativo à sua actividade, pelo que “deveriam existir mais incentivos financeiros para essas práticas e uma maior distinção para quem as aplica”.

Em desacordo encontra-se Manuel Policarpo, director-geral do Ecorkhotel: “Em termos normativos, estamos na linha da frente da Europa, em comparação com grandes cidades como Paris, Londres e Madrid, onde não vemos metade das condições que apresentamos em Portugal”. No entanto, refere, “isso terá que ser transversal”, uma vez que o Alojamento Local passa a ser um concorrente “desleal”, ao não apresentar regulamentações semelhantes às restantes unidades hoteleiras.

Já Marta Sousa Pires indica que, actualmente, Portugal possui um quadro legal no âmbito do consumo de energia “bastante vasto e com algumas exigências de elevada dificuldade de implementação, como por exemplo na Qualidade do Ar Interior”. “A legislação e as entidades competentes devem ser mais flexíveis e adequadas à actividade, dimensão e volume de negócios das organizações nacionais/regionais, nomeadamente na transposição de Directivas e Normas Europeias à realidade portuguesa”, conclui. **h**

EXPLORE UMA NOVA FORMA
DE VER AS ALCATIFAS

Somos fazedores de tendências, criamos coleções inspiradoras e desenhadas por artistas consagrados. Não nos conformamos com a ideia de que uma alcatifa é simplesmente uma al-

catifa. A nossa abordagem do espaço passa por estar próximo daqueles que tem a capacidade de interpretar e mudar conceitos. Explore connosco uma nova forma de ver o seu hotel.



ege

THE URGE TO EXPLORE SPACE

Galp aposta no sector hoteleiro.



galp energia

GALP,

A empresa criou a área 'Galp Soluções de Energia', dedicada a diversas áreas, nomeadamente ao sector hoteleiro..

A GALP CONTA JÁ COM DIVERSOS CASOS DE CLIENTES no sector hoteleiro, onde foram realizadas auditorias e estudos energéticos. Neste âmbito, Pedro Marques Pereira, porta-voz da empresa, destaca o projecto implementado no Corinthia Lisbon Hotel, que será alargado a outras unidades: "A Galp Energia foi pioneira na implementação de contratos de performance energética, dos quais o exemplo mais emblemático é o projecto do Corinthia Hotel Lisbon". No entanto, destaca, "este modelo de negócio foi alargado, encontrando-se já em implementação, ou em vias disso, em diversas outras unidades hoteleiras."

A Galp Energia criou a área 'Galp Soluções de Energia', dedicada a diversas áreas, nomeadamente ao sector hoteleiro. Pedro Marques Pereira indica que esta área "tem por principal objectivo ajudar os seus clientes a tornarem-se mais eficientes e a consumirem menos energia, disponibilizando para tal soluções de comprovada eficácia, nas áreas da eficiência energética e das energias renováveis". Ao nível de serviços de eficiência energética, a empresa apresenta ainda um conjunto de serviços que vão desde auditorias e certificação energética, até contratos de performance energética, onde a empresa "suporta os custos de implementação das medidas que promovam a redução do consumo de energia, sendo a remuneração obtida pela partilha das poupanças que venham a ser medidas, assumindo desta forma o risco pelo de-

Além de fornecedora de electricidade, a empresa pretende assumir-se como "parceiro de confiança".

Texto **Marta Barradas** Fotografia **DR**

sempenho das soluções propostas", explica o responsável.

Uma das preocupações da empresa é sensibilizar os clientes, nomeadamente neste segmento, a encararem a empresa "não apenas como o fornecedor de gás, electricidade e combustíveis, mas como o parceiro de confiança a quem podem delegar todas as actividades relacionadas com energia", garante o porta-voz da Galp.

Relativamente à importância da utilização da energia de forma sustentada nas unidades hoteleiras, Pedro Marques Pereira não tem dúvidas: "Com o aumento dos custos de energia que se verificaram nos últimos anos, a sua importância na escala de custos desta actividade tem tido um crescimento mais relevante, tornando-se, portanto, nada despreciable nesta actividade." Como tal, e com as soluções que a Galp apresenta, o responsável garante que os resultados são muito positivos: "Ao longo da exploração destes projectos temos sido capazes de alcançar as poupanças com que nos comprometemos, poupanças estas que são alvo de exaustivas medições, realizadas em tempo real". **h**

"AO LONGO DA EXPLORAÇÃO DESTES PROJECTOS TEMOS SIDO CAPAZES DE ALCANÇAR AS POUPANÇAS COM QUE NOS COMPROMETEMOS."



InovGuest

Property Management System (PMS)

Gestão Hoteleira | Hotel Management | Gestión Hotelera

- Property Management System
- Food & Beverage Control
- Revenue Management
- Business Intelligence
- Smart Channel Manager



INFOLINE:

PT +351 707 916 790 | **ES** +34 633 454 619 | **AO** +244 946 885 286
E: info@warequest.com | W: www.warequest.com

Angola | Cabo Verde | Chipre | Espanha | Malta

Moçambique | Portugal | São Tomé e Príncipe | Timor



TÜV oferece certificação energética ‘sustentável’

A certificação Eco-hotel pretende aliar a sustentabilidade de uma unidade hoteleira à redução de custos, englobando várias medidas, das quais relacionadas com a utilização sustentada de energia.

Texto **Marta Barradas** Fotografia **DR**

A TÜV RHEINLAND, FORNECEDOR GLOBAL de serviços técnicos, segurança e certificação, conta com diversas soluções na área de certificação de unidades hoteleiras. Uma das soluções é a TÜV Eco-Hotel, uma certificação dedicada ao sector hoteleiro que une a vertente de sustentabilidade à redução de custos. António Silva, business stream manager systems da empresa, em entrevista à Publituris Hotelaria explica que “quando falamos em sustentabilidade na hotelaria, falamos nesta certificação porque a sustentabilidade não é só a vertente energética, é uma factura importante em relação aos custos associados, que podem ser optimizados e, no sector hoteleiro, estes custos estão vocacionados para servir o cliente”.

Em suma, a certificação Eco-Hotel assegura a aplicação do conceito dos 3Rs (Reutilizar, Reduzir, Reciclar), identifica as diferentes formas

— **TÜV RHEINLAND,**
A certificação Eco-Hotel assegura a aplicação do conceito dos 3Rs (Reutilizar, Reduzir, Reciclar).

de redução dos custos operacionais da operação hoteleira, procurando a implementação de um sistema de gestão sustentável focado na gestão e economia de energia, no consumo de água, na utilização de substâncias perigosas devidamente autorizadas, na gestão de resíduos, na segurança dos hóspedes e no licenciamento ou conformidade legal.

Além disso, de acordo com os exemplos aplicados pela TÜV em unidades do País, com esta certificação, é possível uma redução dos consumos de energia eléctrica entre os 10% a 30%.

Para obter esta certificação, o responsável explica que existem “um conjunto de requisitos, que se processam com uma auditoria inicial, de onde sai um plano de acções que visa a redução dos consumos e, consequentemente, o incremento da eficiência que torna a unidade mais sustentável.” “Ou seja, faz-se um diagnóstico, caracteriza-se o hotel” e, nesse diagnóstico, é apresentado um conjunto de soluções e “calcula-se o retorno do investimento da implementação dessas medidas”. Quanto à implementação, “é sempre monitorizada pelos técnicos da TÜV, que, cerca de 15 em 15 dias, vão ao hotel acompanhar a implementação destas acções”, acrescenta. Por fim, aquando a certificação, o acompanhamento do hotel é feito de ano a ano pela empresa.

Nesta certificação, “estão presentes algumas medidas relacionadas com a eficiência energética, como é o caso da regulação do controlo da iluminação, substituição dos electrodomésticos eficientes”, entre outras. Depois existe a vertente ambiental, como é o caso da separação dos resíduos, que também é um factor necessário obter esta certificação.

Segundo um inquérito de satisfação realizado aos hóspedes dos hotéis com certificação Eco-Hotel, cerca de 16% do total de inquiridos valoriza esta opção no momento da sua escolha.

Mais de 20 unidades hoteleiras no País já receberam esta certificação, entre elas, o Hotel Baía de Cascais, o Hotel Vila Galé Albarcora, o Hotel Quinta da Marinha Resort e o Ecorkhotel. **h**



PUBLITURIS
hotelaria

HOTELS & SUPPLIERS **BUSINESS MEETINGS**

24 SETEMBRO 2015 • LISBOA

**1º ENCONTRO PROMOVIDO PELA PUBLITURIS HOTELARIA
ENTRE FORNECEDORES E HOTELEIROS**



ORGANIZAÇÃO

PUBLITURIS
hotelaria

Astratec: 20 anos de experiência em iluminação



A Astratec conta com 20 anos de experiência em soluções de iluminação e são já vários os projectos que a empresa aplicou no sector hoteleiro. Para Pedro Telhado, CEO da Astratec Lighting Consultant, “o diálogo entre hotel, arquitectura, decoração e o lighting designer é fundamental. Criar ambientes, iluminar bem, não significa gastar mais energia, pode e deve significar soluções adequadas ao objectivo e que consumam pouca energia”. Relativamente aos serviços que a empresa apresenta, são diversos e, para cada área do hotel, existe uma especificidade diferente: “Em ambientes mais requintados, mas íntimos e acolhedores, o uso massificado da lâmpada incandescente e de Halogénio era fundamental, hoje a tecnologia LED consegue os mesmos resultados, dá mais flexibilidade, mas com enormes poupanças”, explica o responsável.

Em termos de redução de gastos, Pedro Telhado explica que cada solução que a empresa apresenta é diferente. No entanto, “comparando a mesma unidade hoteleira, com o mesmo requinte, a mesma sofisticação e utilizando as melhores tecnologias da época, mas separados por sete anos, hoje a redução é superior a 50%, arriscaria dizer 70%”, garante. O responsável acrescenta ainda que “não falo só de LEDs, falo de sistemas de controlo e redução, falo de um apuro no conceito e projecto de iluminação”.

Pedro Telhado destaca, ainda, a importância deste tipo de soluções no sector hoteleiro, como forma de diferenciação no mercado. “O sucesso e a rentabilidade vêm do detalhe, no que toca à iluminação na criação de bons ambientes e uma exploração super económica. A diferenciação é oferecer as nossas soluções que garantam tudo isso”, conclui. **h**

TEV apresenta Sistema ONLY Hotel

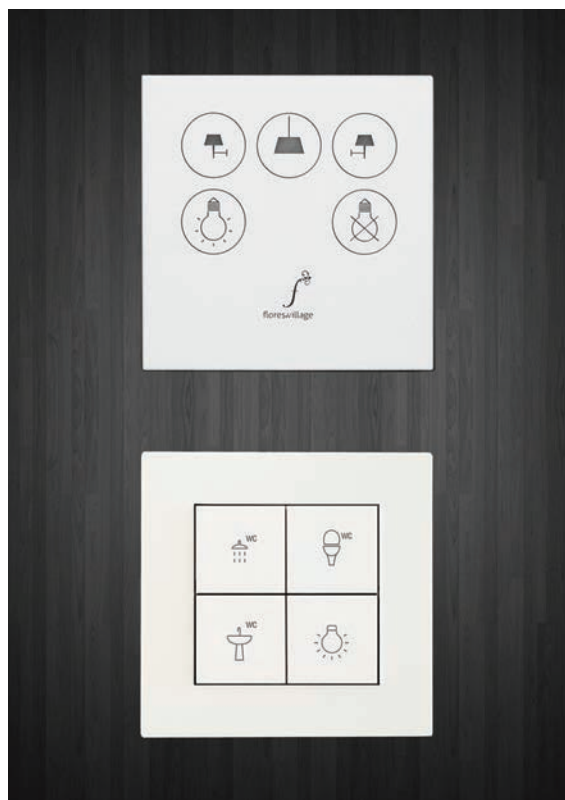
A TEV, empresa especializada no fornecimento de solução de domótica, apresenta o ONLY Hotel, um sistema de controlo de iluminação, estores, climatização, som e segurança concebido especialmente para hotéis.

Benilde Magalhães, responsável de marketing da empresa, explica que esta é uma tecnologia que permite controlar e gerir todos os sistemas habitacionais, tais como iluminação, estores, climatização, segurança, som, controlo de acessos, rega, etc., de forma a garantir “um maior conforto e segurança do utilizador” e uma “maior economia de exploração e flexibilidade na gestão técnica do edifício”.

A responsável indica que, através da utilização deste sistema, é possível uma redução “dos custos com electricidade em mais de 30%, só nos quartos.”

Os clientes da TEV valorizam cada vez mais “a tecnologia ao serviço da sustentabilidade e com propósitos ecológicos e, claramente, que a racionalização dos custos é um dos objectivos do gestor hoteleiro”, realça Benilde Magalhães. “Os gestores de hotéis já percebem os benefícios, tanto económicos, como em termos de conforto que proporcionam aos seus hóspedes, bem como o facto de proporcionar um hotel sustentável”, conclui a responsável.

A TEV conta com mais de 15 anos de experiência e dispõe de diversos projectos aplicados no sector hoteleiro. **h**



Effegibi alia sustentabilidade e bem-estar



A Effegibi, empresa que desenvolve soluções de bem-estar, disponibiliza sistemas de sauna e banho turco com a função automática de poupança de energia. Esta solução permite usufruir de um SPA, mantendo sempre controlada a temperatura e a utilização energética, de forma a que não existam desperdícios. Mediante a temperatura escolhida pelo cliente, o gerador produz vapor até o interior do banho turco apenas até estar à temperatura escolhida. Assim que alcançada a temperatura pretendida, o gerador pára de produzir vapor e os elementos de aquecimento serão accionados apenas a 2/3.

Fonte da JRBotas, representante da marca em Portugal, acrescenta que, "por se tratar de um factor de diferenciação relativamente à vasta oferta de hotéis disponíveis, cada vez mais a adopção de práticas de gestão ambientais se tornaram uma condição necessária para o desenvolvimento da indústria."

Os produtos da Effegibi apostam sempre na prevenção ambiental, não sendo por isso desenvolvidos com madeira proveniente de espécies de árvores em vias de extinção ou através de desflorestação. **h**

NONIUS™
HOSPITALITY TECHNOLOGY



NONIUS.TV
TELEVISÃO
INTERACTIVA

NONIUS.HSIA
ACESSO À
INTERNET



NONIUS.SIGNAGE
SINALETICA
DIGITAL

NONIUS.VOIP
TELEFONIA IP



NONIUS.APPS
APLICAÇÕES
MÓVEIS

NONIUS.CONTENT
SOLUÇÕES
À MEDIDA



www.noniusssoftware.com
sales@noniusssoftware.com



Lisboa tem novo SPA de luxo.

A Top Spa Consultants irá assegurar a gestão do SPA at Porto Bay Liberdade, a mais recente unidade lisboeta do grupo hoteleiro madeirense. Saiba mais sobre o novo espaço de bem-estar e as suas valências.

Texto **Marta Barradas** Fotos **DR**



TOP SPA CONSULTANTS,

A empresa foi responsável pelo conceito do novo SPA at Porto Bay Liberdade

ATOP SPA CONSULTANTS DESENVOLVEU o SPA at Porto Bay Liberdade, um espaço de luxo que integra a mais recente unidade do grupo hoteleiro madeirense em Lisboa, que abriu portas este mês de Março. O espaço inspira-se no “no poder curativo da aromaterapia e nos benefícios dos óleos essenciais, conjugado com o toque e técnicas ancestrais”.

Numa área de cerca de 750 metros quadrados, o novo SPA de luxo lisboeta conta com quatro suites de tratamento, banho de vapor ametista, sauna, duche de experiências, sala de relaxação com vista para o jardim, ‘vitality pool’ e um ginásio equipado com modernos equipamentos da marca Technogym.

Para Paula Guedes, directora-geral da Top Spa Consultants, “o conceito do SPA at Porto Bay Liberdade representa um passo em frente na prevenção da saúde e melhoria do bem-estar, com um enfoque claro na tentativa de atenuar sinto-

mas cada vez mais frequentes na nossa sociedade, como sejam distúrbios de sono.”

O novo espaço de bem-estar do hotel Porto Bay Liberdade é gerido pela Top Spa Consultants, uma empresa portuguesa líder nesta área de actuação, contando ainda em portefólio com a gestão de mais SPAs de luxo, tais como o BSpa, no Altis Belém Hotel & SPA, e o StoneSpa, no Alentejo Marmoris Hotel & SPA.

Até ao final de 2015, ano em que assinala 10 anos de actuação em Portugal, a empresa de consultoria prevê a gestão de mais duas unidades de SPA e bem-estar integrados no segmento de hotéis de luxo do País.

Entre os diversos tratamentos disponíveis de assinatura neste espaço, destacam-se o ritual ‘Switch-off’, que inclui 15 minutos de sono, ideal para quem sofre de insónias e dificuldades em adormecer, e o ‘Desktop Recovery’, para quem passa muitas horas frente a um computador. **h**

ASSINE hotelaria

PUBLITURIS

A REVISTA DO GESTOR HOTELEIRO



Só para grandes Gestores

ASSINATURA ANUAL

- ☐ Publitis (25 edições papel + oferta digital) = 120 Euros/ano
- ☐ Publitis Digital (25 edições) = 80 Euros/ano
- ☐ Revista Publitis Hotelaria (11 edições) = 6 Euros/ano
- ☐ Publitis (25 ed.)+ Revista Publitis Hotelaria (11 ed.) = 180 Euros/ano

ASSINATURA MENSAL

- ☐ Publitis (2 edições papel + oferta digital) = 12 Euros/mês
- ☐ Publitis Digital (2 edições) = 8 Euros/mês
- ☐ Revista Publitis Hotelaria (1 edição) = 6 Euros/mês
- ☐ Publitis (2 ed.)+ Revista Publitis Hotelaria (1 ed.) = 18 Euros/mês

ANUÁRIOS

- ☐ THG - Travel Hotel Guide (1 edição/ano) = 35 Euros

Os valores apresentados apenas destinam-se para assinantes em Portugal. Para Europa e resto do mundo contactar Carmo David

Nome _____ Cargo _____
Empresa _____ Ramo de Actividade _____
Morada _____ Contribuinte nº _____
C.P. _____ Home Page _____
Telefone _____ Fax _____ E-mail _____

PAGAMENTO DA SUBSCRIÇÃO

- ☐ Débito Directo através da Easypay*
- ☐ Transferência Bancária - NIB: 0035 0675 0004 5988 8309 4

*Na opção de assinatura mensal, o 1º pagamento/mês deve ser efectuado por transferência bancária, o 2º pagamento e seguintes são efectuados por débito directo.

A autorização de débito directo é realizada através do preenchimento do formulário da Easypay.

Aceda ao formulário através do seguinte link: <http://www.publitis.pt/pagamento-assinatura-recorrente>

(Assinatura)

(Data)

Formalize o seu pedido de assinatura por e-mail: cdavid@publitis.pt ou por correio para Publitel - Empresa Publicações Turísticas, Rua Latino Coelho, 87, 1º Piso, Sala 32 - 1050-134 Lisboa
A assinatura será confirmada e activada logo após a recepção do cupão e respectivo comprovativo de pagamento.

Mais informações contacte directamente com Carmo David, tel.: 210 994 551, e-mail cdavid@publitis.pt

Os dados a recolher são confidenciais e serão processados informaticamente para ficheiro comercial da Workmedia, para efeitos de envio regular das publicações agora assinadas e eventual envio de propostas futuras. Fica garantido o acesso aos dados e respectiva rectificação, alteração ou anulação. Caso não pretenda receber outras propostas no futuro, assinala com um X ☐

Proinov apresenta nova aplicação.



A PROINOV, EMPRESA QUE ACTUA NO MERCADO hoteleiro há cerca de quatro anos no desenvolvimento de aplicações e com sede na Madeira, lançou, no âmbito da BTL 2015, a aplicação Guestly – Sistema Interactivo de Relacionamento com o Hóspede. “Temos vindo a desenvolver novas funcionalidades e sentimos que havia uma necessidade generalizada no mercado e desenvolvemos um produto com base naquilo que já tínhamos, mas com novas funcionalidades, a que os hoteleiros dão valor”, avança Paulo Belo, CEO da Proinov.

O responsável explica à Publituris Hotelaria que a mais recente aplicação desenvolvida pela empresa portuguesa é um serviço cloud que integra um conjunto alargado de dispositivos, como smartphones e tablets IOS e Android, quiosques interactivos, TV interactiva, smartwatches, entre outros, de forma a maximizar a comunicação entre o hóspede e o hotel. Segundo Paulo Belo, “existem quatro novas tecnologias que sentimos que vão ter potencial num futuro próximo e que decidimos incorporar nesta plataforma”. De destacar os smartwatch, do sistema Android, através dos quais os hóspedes têm acesso às notificações e informações da unidade e, ainda, integra funções de GPS na

– **‘GUESTLY’,** Plataforma pela empresa PROINOV, que actua no mercado hoteleiro há quatro anos.

localização do hotel. Além disso, acrescenta o CEO da empresa, “há também um dispositivo que ainda não está disponível em Portugal, o Google Nexus Player, que permite disponibilizar a plataforma na televisão do quarto do hotel”. Outra tecnologia, desenvolvida pela Apple, que se encontra na aplicação Guestly é o Ibeacon, um dispositivo Bluetooth que emite um sinal, permitindo ao smartphone saber que está perto do local onde se encontra a unidade, num raio de 70 metros, permitindo o envio notificações. Por fim, a realidade aumentada é outra solução apresentada nesta solução desenvolvida para o mercado hoteleiro.

Para Paulo Belo, esta plataforma diferencia-se “através da utilização única destes quatro tipos de tecnologias”, que ainda não são muito exploradas em Portugal.

Esta solução encontra-se disponível em quatro pacotes: o Básico, com o serviço mínimo da app, o Advanced, que garante uma maior interacção entre o hotel e o hóspede, o Premium, que permite a realização de encomendas, e o Deluxe, que inclui loja online e guestlyTV. Entre os hotéis que a Proinov já tem em carteira no desenvolvimento de aplicações à medida, constam o Divine Hotel, o Ritz Palace, o Four Views Bahia, Alto Lido e Bahia Azul. **h**

Hotel Textiles

www.costaecruz.pt
Since 2001

Robalo SA celebra 50º aniversário.



A empresa portuguesa António Robalo, SA, armazenista de porcelanas, vidros e cristais, comemora este ano o seu 50º aniversário. António Robalo, fundador e presidente do Conselho de Administração da empresa, começa por referir à Publituris Hotelaria que o balanço destas cinco décadas de actuação "é claramente positivo. A Robalo, S.A. é uma das maiores distribuidoras nacionais no sector hoteleiro, sendo um exemplo de sucesso entre as empresas portuguesas." O responsável destaca ainda que, "nos períodos de recessão económica, demonstrou sempre grande capacidade de adaptação – e mesmo de evolu-

ção, como aconteceu em plena crise dos anos 80, quando avançou com a construção de um novo armazém em Vila Franca de Xira. O crescimento da empresa acompanhou sempre as exigências do mercado, sendo, por isso, sustentado e ponderado."

Depois de 50 anos, é tempo de pensar no futuro. Neste âmbito, o fundador da empresa explica que a recente crise económica fez repensar a sua estrutura e reforçar a oferta aos clientes, pelo que as perspectivas são positivas: "A capacidade de resposta aos clientes foi sempre assegurada através de uma grande capacidade de armazenagem de cerca de 20 mil metros quadrados, dois espaços cash & carry, um stock bastante alargado e inovador, além de profis-

sionais de confiança e com muita experiência. Hoje, a empresa está mais forte do que há três anos e com boas perspectivas de crescimento para este ano."

Relativamente ao lançamento de novos produtos, António Robalo explica que a empresa "disponibiliza actualmente mais de 30 mil referências de produtos, incluindo os de marca própria. No imediato, não se prevê a necessidade de alargar a gama de marca própria. No entanto, a empresa acompanha sempre a comercialização de novas linhas ou produtos inovadores em estreita parceria com os fornecedores". **h**

Mercatus distinguida no Dubai.

A Mercatus, empresa portuguesa que se dedica ao fabrico de equipamentos de refrigeração profissional foi distinguida na feira internacional Gulfood, que teve lugar no Dubai, nos Emirados Árabes Unidos. O armário Mercatus F1 Combi, em formato tudo-em-um, foi premiado no certame como a "melhor inovação em equipamento de cozinha profissional".

João Alves Dias, administrador da Mercatus, refere que "o F1 Combi Tudo-em-Um provou ser o melhor da classe em inovação e excelência ao longo das sucessivas rondas de avaliação". "No final conseguimos o desejado prémio de melhor inovação em equipamento de cozinha profissional face a competidores de nomeada. Estou muito orgulhoso por toda a equipa", acrescenta o responsável.

O galardão foi entregue por Keith Warren, presidente do Comité Técnico da EFCEM - Federação Europeia dos Fabricantes de Equipamento de Cozinhas Profissionais, durante uma cerimónia comemorativa em Fevereiro, no âmbito da Gulfood. **h**



>>Directora: Carina Monteiro - Ano XLV - Preço: 7,00 euros - Última publicação PUBLITEL | WORKMEDIA

App Store Google Play

/publituris.

o jornal da indústria do turismo - www.publituris.pt - desde 1968

1251
20 Setembro 2013

Aos 80 anos, André Jordan continua a falar de Turismo com o mesmo entusiasmo de sempre. Em entrevista, passa algumas mensagens ao sector.

O Senhor do Turismo

pág. 54

Os vencedores
pág. 09

10's
Entrevista a Pedro Costa Ferreira
O presidente da APATV faz um balanço de dois anos de mandato e reflecte no desafio que as agências de viagens enfrentam em 2014.
pág. 22

Manual Técnico
França: O guia indispensável
Nova edição lê o manual técnico sobre França, uma ferramenta destinada aos agentes de viagens para melhor venderem os destinos ao mercado português.
pág. 35

Prontos para uma escapada?
Cabo Verde
573€
11 dias de aventura
8 dias e 7 noites - última partida a 20 de Outubro
Reserva até 20 de Setembro

Garanta a satisfação do seu cliente.
Reserve Avis 360°. O serviço com tudo incluído exceto preocupações.
AVIS

Todas as quinzenas com artigos de Meeting Industry, To's & Agentes, Destinos, Transportes, Hotelaria & Restauração, Especiais, Emprego & Formação e muito mais!

sai à 6ª feira

ASSINATURA ANUAL

- ☐ Publituris (25 edições papel + oferta digital) = 120 Euros/ano
- ☐ Publituris Digital (25 edições) = 80 Euros/ano
- ☐ Revista Publituris Hotelaria (12 edições papel + oferta digital) = 60 Euros/ano
- ☐ Publituris (25 ed.)+ Revista Publituris Hotelaria (11 ed.) = 180 Euros/ano

ASSINATURA MENSAL

- ☐ Publituris (2 edições papel + oferta digital) = 12 Euros/mês
- ☐ Publituris Digital (2 edições) = 8 Euros/mês
- ☐ Revista Publituris Hotelaria (1 edição + oferta digital) = 6 Euros/mês
- ☐ Publituris (2 ed.)+ Revista Publituris Hotelaria (1 ed.) = 18 Euros/mês

ANUÁRIOS

- ☐ THG - Travel Hotel Guide (1 edição/ano) = 35 Euros

Os valores apresentados apenas destinam-se para assinantes em Portugal. Para Europa e resto do mundo contactar Carmo David

Nome _____ Cargo _____

Empresa _____ Ramo de Actividade _____

Morada _____ Contribuinte nº _____

C.P. _____ Home Page _____

Telefone _____ Fax _____ E-mail _____

PAGAMENTO DA SUBSCRIÇÃO

- ☐ Débito Directo através da Easypay*
- ☐ Transferência Bancária - NIB: 0035 0675 0004 5988 8309 4

*Na opção de assinatura mensal, o 1º pagamento/mês deve ser efectuado por transferência bancária, o 2º pagamento e seguintes são efectuados por débito directo.

A autorização de débito directo é realizada através do preenchimento do formulário da Easypay.

Aceda ao formulário através do seguinte link: <http://www.publituris.pt/pagamento-assinatura-recorrente>

(Assinatura)

(Data)

Formalize o seu pedido de assinatura por e-mail: cdavid@publituris.pt ou por correio para Publitel - Empresa Publicações Turísticas, Rua Latino Coelho, 87, 1º Piso, Sala 32 - 1050-134 Lisboa

A assinatura será confirmada e activada logo após a recepção do cupão e respectivo comprovativo de pagamento.

Mais informações contacte directamente com Carmo David, telf.: 210 994 551, e-mail cdavid@publituris.pt

BREVES

Amadeus lança Hotel Multisource

Durante a BTL 2015, que decorreu de 25 de Fevereiro a 1 de Março, a Amadeus lançou a Hotel Multisource, uma solução dedicada aos agentes de viagens que utilizam o GDS Amadeus, passando a dispor de um novo comparador de hotéis.

A interface gráfica desta solução assegura um produto com o qual é fácil e intuitivo de trabalhar. Desenhado para facilitar o trabalho do agente de viagens, no Amadeus Hotel Multisource, o agente de viagens poderá ter acesso a um conjunto de informações detalhadas acerca da unidade, desde facilidades disponíveis, informações sobre as tarifas, fotos e mapas. Outras mais-valias deste serviço são o acesso a tarifas pré-pagas e pós-pagas, a possibilidade de

enviar comparações entre hotéis por e-mail e o acesso ao indicador da comissão para o agente de viagens e diversas formas de pagamento.

As reservas integram no PNR, na ferramenta de consulta de viagens e itinerários para o viajante - CheckMyTrip - e nos sistemas de mid e back office.



Roca lança nova Brochura

A Roca, empresa com soluções para espaços de banho, tem apostado no sector hoteleiro nos últimos anos para o mercado português. Recentemente, a empresa lançou a brochura 'Soluções Roca para Hotéis', que dá corpo à utilização dos vários produtos da gama Roca para o sector.

No documento constam as diversas soluções da marca, que destacam o seu design inovador, facilidade de limpeza, eficiência energética, poupança de água e adaptabilidade aos mais diver-

sos espaços, desde o estilo urbano/cosmopolita, rural/tradicional ou de arquitectura contemporânea.

De destacar as torneiras L20, pela sua eficiência energética, e as bases de duche Terran, que expressam a última tendência na criação de espaços de banho, aliando o design, à funcionalidade, adaptabilidade, estética e conforto.

Assim como noutros segmentos, as soluções da Roca para o sector hoteleiro apresentam "elevados níveis de funcionalidade, combinando resistência, design e sustentabilidade, requisitos fundamentais adaptados às necessidades do hóspede mais exigente".

Duravit e Hansgrohe marcam presença na ISH Frankfurt

A Duravit e a Hansgrohe marcam presença, mais uma vez, na ISH Frankfurt, feira dedicada a fornecedores nas áreas de banho, energia, tecnologias de ar condicionado e energias renováveis, que decorreu entre os dias 10 e 14 de Março, naquela cidade alemã.

As empresas irão apresentar no certame as mais recentes linhas criadas por Philippe Starck, EOOS e Phoenix Design, assim como a utilização de novos materiais no desenvolvimento dos produtos. A Duravit oferece uma vasta gama de produtos que se enquadram em qualquer tipo de ambiente e orçamento, desde sanitas e bidés, banheiras e bases de duche, lavatórios, mobiliário, acessório e equipamentos de bem-estar, desenvolvendo os seus produtos sempre em parceria com designers de renome internacional.

Também dedicada às áreas de banho, a Hansgrohe, em parceria com designers internacionais, desenvolve produtos que tornam a sala de banho mais atractiva, mais funcional e mais confortável, tendo em conta a sustentabilidade e a qualidade dos materiais utilizados.

A marca dispõe produtos como misturadoras de lavatório, misturadoras e chuveiros para duche e banheira, válvulas de escoamento e peças de substituição, misturadoras de cozinha e outros acessórios.



o meu TELEMÓVEL é a minha CHAVE DO QUARTO

“Faço o check-in no meu telemóvel e, decido se vou perguntar por informação na receção ou se vou direto para o meu quarto. Além disso, nunca mais perco a minha chave!”

JUSTIN JONES
HÓSPEDE

www.saltohotel.com



UTILIZE O SEU SMARTPHONE COMO A SUA CHAVE, ESQUEÇA
FILAS DE CHECK-IN E OS PROBLEMAS DE PERDER A CHAVE.

SEGURO

- Não pode ser duplicada como uma chave mecânica.
- Transferência de dados encriptada entre o telemóvel e a fechadura eletrónica garante uma autenticação segura.

COMPATÍVEL COM QUALQUER PORTA

A extensa gama de produtos SALTO cobre praticamente todas as portas no mercado.

MELHOR EXPERIÊNCIA ENQUANTO HÓSPEDE

- Check-in online.
- Extensão da estadia instantânea.
- Troca de quarto instantânea.
- Promoções personalizadas.

FÁCIL DE USAR

A aplicação intuitiva da SALTO permite ao utilizador final receber as suas chaves via online, a qualquer hora e em qualquer local.

GESTÃO DOS QUARTOS DE HOTEL

- Minimizar a despesa de chaves perdidas.
- Maximizar o tempo que os funcionários podem investir para melhorar a experiência dos hóspedes.
- Posicionamento como hotel inteligente, na vanguarda da tecnologia.

SALTO
inspiredaccess

• Sugestões

Páteo Alfacinha com novo restaurante.

O Páteo Alfacinha, situado no Bairro da Ajuda, em Lisboa, abriu recentemente o seu novo restaurante 'A Merceria do Páteo Alfacinha', que alia à vertente de restauração um espaço onde se podem comprar alguns dos ingredientes utilizados para confeccionar as refeições.

O restaurante funciona em torno da mercearia que, logo à entrada do espaço, mostra a variedade de produtos disponíveis e apresenta ainda uma extensa gama de vinhos com preços de venda ao público, ajustados ao conceito da mercearia que disponibiliza a taxa de rolha para quem quiser consumir no local.

O tipo de cozinha da 'Merceria do Páteo Alfacinha' incide nos tradicionais sabores da cozinha nacional, com recurso a produtos típicos regionais como o hidromel, reinterpretados pelo Chef Dinis.

Com esta aposta, o Páteo Alfacinha pretende voltar às tradições lisboetas, pilares dos vários espaços que, em consonância com a gastronomia tradicional portuguesa e um ambiente pitoresco, tornam este espaço idêntico à Lisboa bairrista de outrora. **h**



.Whisky
Tullibardine
mantém-se
tradicional

A marca Tullibardine, especialista na produção de refinados whiskies 'Single Malt', destaca-se por ser destilado num único local. Além disso, a qualidade superior destes whiskies é resultado de um trabalho rigoroso na destilaria Tullibardine, uma das raras que ainda utiliza métodos tradicionais e antigos, sem recurso à tecnologia moderna.

Mantendo-se fiel à tradição, a marca já foi distinguida diversas vezes no sector. No total, são seis os 'Single Malts' produzidos pela Tullibardine, cada um com características diferentes: o Tullibardine Sovereign, o 'Soberano'; o Tullibardine 225, com um toque final de 'Sauternes'; o Tullibardine 228, com inspiração na Borgonha; o Tullibardine 500, com a delicadeza de licor de xerez; e os Tullibardine 20 Anos e Tullibardine 25 Anos. **h**



.Porto
Graham's
lança novo do Porto

A Graham's, casa fundada em 1820 e com grande reputação na produção de vinhos do Porto, anunciou o lançamento do novo Porto Late Bottled Vintage (LBV) 2009. Fruto de um ano quente e seco na região do Douro, com uma precipitação 40% inferior à média, o vinho caracteriza-se por uma grande concentração, intensidade e poder que expressa a experiência, tradição e conhecimentos transmitidos de geração em geração.

Este LBV é engarrafado no sexto ano após a colheita, depois de estagiar em cascos de carvalho nas Caves da Graham's.

Para melhor revelar o carácter de cada ano, a Graham's decidiu reforçar o conceito da individualidade de cada colheita no Douro, fazendo essa mensagem passar também por uma nova apresentação que consiste numa garrafa redeseenhada e num novo rótulo. **h**

.Vinho
Ameias Touriga Nacional



distinguido por
escanções

O vinho Ameias Touriga Nacional colheita 2013, da Sívipa - Sociedade Vinícola de Palmela, foi distinguido pelos dois sommeliers de renome internacional, Andreas Larsson, da Suécia, e Markus Del Monago, na Alemanha, numa prova cega. Os escanções classificaram este vinho com 92 pontos em 100, uma altíssima pontuação a divulgar pela publicação TASTED 100% BLIND.

O vinho foi destacado pelos profissionais pela sua "cor escura, com tonalidade violeta. Nariz com notas fumadas fruta elegante e succulento, cerejas pretas, amoras, o paladar bem estruturado e final longo".

As provas cegas 100% Blind Tasted ocorrem várias vezes por ano em salas de degustação profissionais em Essen, na Alemanha. O procedimento segue especificações rigorosas, que permitem o controlo e fiabilidade das condições de degustação. **h**

NOS lança Internet para automóveis

A NOS, empresa de comunicações e entretenimento portuguesa, lançou, recentemente, o Portugal Hotspot Kanguru 4G, fabricado pela Huawei, que permite aos utilizadores acederem à Internet dentro do automóvel. Esta solução pretende tornar as viagens em família ou com amigos mais divertidas, com entretenimento garantido para todos. Enquanto o co-piloto utiliza o Google Maps, por exemplo, os restantes passageiros poderão aproveitar a viagem para actualizar a sua página de Facebook ou Instagram, consultar e responder a e-mails, ver TV ou vídeos no Youtube, seja através dos seus smartphones, tablets, consolas, computadores portáteis ou outros equipamentos com acesso à Internet.

O equipamento é de rápida instalação, bastando ligá-lo ao isqueiro de qualquer automóvel com tomada de 12 volts, e de simples utilização, com apenas um botão de controlo. Como não tem bateria, o sistema funciona apenas com a ligação ao isqueiro do automóvel. O novo produto da NOS pode ainda funcionar como ponto de carregamento baterias, uma vez que está equipado com uma entrada USB que permite, enquanto está activo, carregar outro equipamento em simultâneo, como um smartphone ou um tablet. **h**



Garmin lança novos modelos da série echoMAP™

A Garmin anunciou o lançamento dos novos modelos da série echoMAP™ dv e sv, dirigido para embarcações. Com tecnologia ClearVü™ e ecrãs de alta resolução de 4, 5, 7 e 9 polegadas que garantem uma visualização perfeita dos conteúdos, mesmo sob luz solar, estes novos modelos oferecem imagens mais nítidas na água, assim como uma tecnologia de topo que facilita e agiliza a navegação, reforçando a componente de segurança. A retroiluminação automática das teclas e o ecrã tornam toda a utilização mais confortável e intuitiva. As séries dv e sv integram uma sonda tradicional HD-ID™ 500 W (RMS) (de profundidade máxima 700 m**) e uma sonda de monitorização DownVü™ (profundidade máxima 150 m**), que fornece uma vista quase fotográfica de peixes e estruturas por baixo da embarcação. O GPS integrado de 5 Hz, de alta sensibilidade, actualiza ainda a posição e o rumo da embarcação cinco vezes por segundo, oferecendo uma maior precisão e segurança, nomeadamente na hora de navegar e marcar/coordenar os waypoints. **h**



Wiko apresenta novos smartphones

Os HIGHWAY STAR 4G e HIGHWAY PURE 4G são os novos smartphones apresentados pela Wiko, durante a feira de telefonia móvel, Mobile World Congress (MWC), que decorreu em Barcelona. O novo HIGHWAY STAR 4G conta com um processador Octa Core (de oito núcleos) a 1,5GHz e um ecrã de 5" HD Full Lamination, que possui a tecnologia AMOLED e cristal Corning Gorilla Glass 3, além de um avançado sistema anti-dedadas. Este modelo, com conexão 4G, inclui uma segunda ranhura partilhada para cartão SIM ou Micro SD, e uma câmara frontal de 5 MP com flash (além da principal de 13 MP).

Já o HIGHWAY PURE 4G é um dos dispositivos mais fino, de cima a baixo, até à data, já que a câmara está totalmente integrada no corpo do smartphone. Este modelo conta com um impressionante design totalmente plano, ultrafino e leve, e tem umas dimensões pensadas para que o manuseamento com apenas uma mão seja o mais cómodo possível. Possui um ecrã de 4,8" HD AMOLED com tecnologia Corning Gorilla Glass 3 e um processador de quatro núcleos Snapdragon.

Aos dois protagonistas da Wiko no certame, juntam-se também outros equipamentos, como o LENNY 2, o RAINBOW 2 e um equipamento desenhado especificamente para conseguir as melhores selfies. **h**



Deco lança nova aplicação

A Deco lançou a mais recente aplicação 'IRS Sem Custo', que oferece ao utilizador ajuda no momento do preenchimento da declaração de IRS de forma rápida e simples. Desenvolvida em parceria com o grupo 'O Informador Fiscal', a app é gratuita e está disponível para todos os consumidores, bastando para isso inscrever-se na página IRS Sem Custo. De seguida, receberá um e-mail para aceder ao ficheiro de instalação e com o seu código de activação.

Com a nova solução da DECO, o preenchimento do IRS é mais sim-



ples e rápido, possibilitando ajuda através de simples questões. Além disso, na forma de tributação, a aplicação indica automaticamente a mais vantajosa do ponto de vista fiscal.

Depois de instalada, é possível realizar de imediato a simulação, apesar da declaração através da Internet só ter início a 1 de Abril. Mais tarde, após a entrega da declaração, é possível acompanhar o estado do IRS através dos alertas por SMS ou e-mail. **h**

• colaboradores



FILIPE SANTIAGO
*/ administrador da Tivoli
Hotels & Resorts*

Administrador da Tivoli Hotels & Resorts, Filipe Santiago tem responsabilidade sobre as áreas de Marketing, Vendas, Revenue e Reservas. É licenciado em Economia pela Universidade Nova de Lisboa e MBA pelo INSEAD. Iniciou a sua carreira em consultoria, tendo passado pela Roland Berger e pela The Boston Consulting Group. Foi Director Coordenador do Banco Espírito Santo, onde desempenhou funções nas áreas de Marketing, E-Commerce e Canais Directos. Foi também Director de Desenvolvimento da Espírito Santo Tourism.



**ANA CRISTINA
GUILHERME**
*/ Brand Storytelling,
Formadora e Consultora*

Ana Cristina Guilherme foi responsável por grandes inaugurações de hotéis e resorts na Madeira, Lisboa, e Algarve, bem como ‘rebrandings’: Regency Hotels & Resorts (Lisboa/Funchal); e Brand Manager Tivoli Hotels & Resorts (Portugal/ Brasil): todo o universo on & offline de materiais e suportes gráficos; gestão de projectos e conceitos de F&B. Gestão de todo o processo de Imagem e Comunicação na expressão da nova Marca e da sua implementação. Ana Cristina Guilherme fez a sua carreira em hotelaria e paralelamente desenvolveu formação na área de coaching.



FILIPA CARDOSO
*/ consultora Michael Page
Hospitality & Leisure*

Licenciada em Sociologia do Trabalho com especialização em Desenvolvimento de Pessoal pelo ISCSP, esteve na consultoria de recrutamento durante cerca de oito anos e foi responsável pela gestão de equipa durante quatro anos, dois em Angola. A experiência em Hospitality & Leisure iniciou em 2011, enquanto consultora. Com a integração na Michael Page, desenvolve actualmente projectos para posições core nas operações.



HÉLDER SANTOS
*/ administrador Dynamic
Hotels*

Possuidor de uma larga experiência hoteleira, quer nos mercados europeus, quer nos mercados asiáticos, encontra-se associado a cerca de 100 projectos de desenvolvimento hoteleiro, como sejam a InterContinental, a Starwood, a Hilton, a Marriott, a Meliã, entre outros. Em Portugal angariou o primeiro hotel InterContinental (Porto) e o primeiro hotel Indigo (Lisboa), entre outros Projectos desenvolvidos e em desenvolvimento, quer em território Nacional quer internacional (Polónia, Espanha, Brasil, etc.).

gama hotelaria

Mindol grupo

um novo conceito em sistemas de descanso



Cerqueda - Vale de Cambra
3730-135 Codal
Tel. 256 410 400 - Fax 256 412 787
mindol@mindol.pt



www.mindol.pt

...mais para o seu hotel



Damos corpo ao seu projeto!

Consultoria
e viabilidade

Equipamentos
e produtos

Projeto de
Execução

Fornecimento
e instalação

Apoio técnico
e pós-venda



Hotel The Oitavos - Quinta da Marinha, Cascais



Hotel Monte da Quinta - Algarve



The Cliff Bay Hotel - Funchal



The Longevity Well - Resort - Monchique



Malo Clinic Termas do Luso - Luso



Hotel Terra Nostra Garden - S. Miguel Açores

Contacte-nos!

T. 707 301 000 | www.universospa.pt | spa@sorisa.pt



NAVIRITUAL

Um conceito único de parceria no segmento SPA

Recrutamento
e formação

Gestão e exploração
de espaços

Consultoria
operacional



T. 213 818 054 | geral@ritualspa.pt | www.ritualspa.pt