

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Mestrado de Línguas Estrangeiras Aplicadas
Variante em Comércio e Relações Internacionais



O Turismo e a Hotelaria: o caso do *The Vintage House Douro*

- Versão Final -

Relatório de Estágio Curricular

Orientadora UTAD: Prof^a Doutora Maria Natália Sousa Pinheiro Amarante
Orientadoras Institucionais: Anabela Barata, Ana Bela Barros, Guida Robalo

Vanessa Alexandra Mendes Pereira

Vila Real, dezembro 2015

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

**Mestrado de Línguas Estrangeiras Aplicadas
Variante em Comércio e Relações Internacionais**

O Turismo e a Hotelaria: o caso do *The Vintage House* Douro

- Versão Final -

Relatório de Estágio Curricular

Entidade acolhedora: *The Vintage House* Douro

Vanessa Alexandra Mendes Pereira

Vila Real, dezembro 2015

Declaração

Declaro ser autora deste trabalho, como parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre de Línguas Estrangeiras Aplicadas, na vertente em Comércio e Relações Internacionais. Este é um trabalho original que nunca foi submetido em outra instituição de ensino superior para a obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação.

Saliento ainda que todas as citações se encontram devidamente identificadas. Por último, acrescento que tenho plena consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Vila Real, dezembro 2015

Índice

| | |
|---|-----|
| Índice de Figuras | III |
| Agradecimentos..... | IV |
| Resumo | V |
| Abstract | VI |
| Lista de Abreviaturas e Siglas | VII |
| Introdução | 1 |
| Parte I..... | 3 |
| 1. A História do Turismo..... | 4 |
| 2. O turismo em Portugal | 12 |
| 2.1 Turismo no Douro | 14 |
| 2.2 Pinhão | 17 |
| 3. Evolução do setor Hoteleiro..... | 18 |
| 3.1 Hotelaria em Portugal | 23 |
| Parte II..... | 29 |
| 4. A Entidade Acolhedora | 30 |
| 5. Apresentação das atividades desenvolvidas..... | 34 |
| 5.1 <i>Wine Academy</i> (Loja de vinhos) | 34 |
| 5.2 <i>Housekeeping</i> (Andares)..... | 39 |
| 5.3 Recepção..... | 46 |
| 6. Apreciação crítica do estágio | 52 |
| Conclusão | 58 |
| Referências Bibliográficas..... | 62 |
| Apêndices | 65 |
| Apêndice 1: Brochura em português para a Loja de Vinhos..... | 66 |
| Apêndice 2: Brochura em inglês para a Loja de Vinhos | 72 |
| Anexos | 78 |
| Anexo 1: Apresentação de todos os produtos para venda na loja | 79 |
| Anexo 2: Fecho de caixa da Loja de Vinhos | 82 |
| Anexo 3: Prova de Introdução ao Vinho do Porto | 83 |
| Anexo 4: Prova cega de vinho do Porto | 84 |
| Anexo 5: Prova de Azeites | 85 |
| Anexo 6: Prova de produtos regionais..... | 86 |

| | |
|---|-----|
| Anexo 7: Prova de vinhos e enchidos | 87 |
| Anexo 8: Prova de Vinhos e Queijos | 88 |
| Anexo 9: Degustação de Porto e Chocolates | 89 |
| Anexo 10: Prova Porto de sabores | 90 |
| Anexo 11: Categorias especiais: Experiência do Porto | 91 |
| Anexo 12: Curso de vinho: A experiência do Vinho | 92 |
| Anexo 13: Curso de vinho: O serviço de Vinhos | 93 |
| Anexo 14: Funções da Governanta dos andares | 94 |
| Anexo 15: Requisição | 95 |
| Anexo 16: Funções das empregadas de limpeza | 96 |
| Anexo 17: Registo de higienização | 97 |
| Anexo 18: Preparação dos carros de limpeza das áreas públicas | 98 |
| Anexo 19: Preparação de quartos | 99 |
| Anexo 20: Preparação de quarto <i>suite</i> | 105 |
| Anexo 21: Registo dos chocolates de Boa Noite | 108 |
| Anexo 22: Controlo mensal dos tabuleiros VIP | 109 |
| Anexo 23: Registo dos Perdidos e Achados | 110 |
| Anexo 24: Normas de procedimento de perdidos e achados | 111 |
| Anexo 25: Serviço de <i>roomservice</i> | 112 |
| Anexo 26: Programa Micros: modo Check in | 114 |
| Anexo 28: Programa Micros: modo Chek out | 116 |
| Anexo 29: Programa Vision | 117 |
| Anexo 30: Exemplo de um Guia de recomendações a hóspedes | 118 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1: Principais componentes do Turismo na atualidade | 11 |
| Figura 2: Logótipo do Plano de Ação 2014-2020 | 13 |
| Figura 4: Proveitos totais, por meses em 2014 | 25 |
| Figura 5: Total de hóspedes por região em 2014 | 25 |
| Figura 6: Proveitos totais em 2014 por categorias | 26 |
| Figura 7: Logótipo do grupo..... | 30 |
| Figura 8: <i>The Vintage House</i> Douro | 31 |
| Figura 9: Organograma do hotel | 33 |
| Figura 10: Cronograma de estágio | 34 |

Agradecimentos

Deixo aqui os meus agradecimentos a todos aqueles que me acompanharam e apoiaram durante a realização do estágio curricular e no relatório do mesmo.

Assim, começo por agradecer à Prof^a Doutora Maria da Felicidade Araújo Morais, diretora do Mestrado de Línguas Estrangeiras Aplicadas, por toda a disponibilidade e apoio que me prestou ao longo deste percurso.

Agradeço à Prof^a Doutora Maria Olinda Rodrigues Santana, docente do seminário de Dissertação/Estágio, pela ajuda prestada nas aulas.

Um especial agradecimento à Prof^a Doutora Maria Natália Sousa Pinheiro Amarante, minha orientadora de estágio na Universidade, pela sua disponibilidade e força para a realização deste relatório.

À Doutora Márcia Coelho, diretora do *The Vintage House* Douro, agradeço esta oportunidade de ter estagiado na sua instituição, por todo o apoio e por ter contribuído para a minha integração na equipa.

Um grande agradecimento à Anabela Barata, Ana Bela Barros e Guida Robalo, as minhas orientadoras institucionais das diferentes secções do hotel, Loja de Vinhos, *Housekeeping* e Receção, respetivamente. Graças a vocês consegui concluir as diferentes funções que me foram designadas e agradeço por todo o apoio, carinho, disponibilidade e amizade que me prestaram durante o estágio.

Quero ainda agradecer a todos os funcionários do *The Vintage House* Douro por toda a amizade, carinho e respeito que demonstraram e por terem contribuído para uma rápida integração no hotel.

Às minhas queridas amigas Sara Silva e Sílvia Borges, agradeço todo o vosso apoio, amizade, carinho e companhia, naquela que foi uma grande aventura e experiência para nós. A vossa presença no hotel ajudou-me muito na integração e realização do estágio, foi um apoio fundamental.

A todos os meus amigos, que foram e continuam a ser os meus companheiros ao longo destes anos, tanto dentro como fora da UTAD, a eles agradeço todo o apoio, carinho e amizade.

Por último, mas não menos importante, não poderia deixar de agradecer à minha família, principalmente aos meus pais e à minha irmã, pelo sacrifício, apoio, carinho e incentivo que sempre estiveram dispostos a dar-me em prol da minha formação. Sem eles, nada disto teria sido possível, por isso, um muito obrigada por tudo.

Resumo

Este relatório, que serve como componente de avaliação da Unidade Curricular de Estágio referente ao 2º ano do 2º ciclo do mestrado em Línguas Estrangeiras Aplicadas, na variante de Comércio e Relações Internacionais, abordará a entidade acolhedora do estágio curricular, o *The Vintage House Douro*, ao expor todas as tarefas executadas ao longo do mesmo.

O presente relatório divide-se em duas partes. Na primeira parte será abordado o Turismo, nomeadamente conceitos e as suas origens, posteriormente o Turismo no Douro e a região do Pinhão. Em seguida, será abordada a evolução do setor hoteleiro e mais especificamente, a importância e impacto que tem na economia portuguesa. Por último, será abordado o *The Vintage House Douro*, e será feita referência ao turismo de negócios, vertente que tem vindo a aumentar nos últimos anos.

Na segunda parte deste plano, será apresentada a entidade acolhedora do estágio, as atividades práticas e desenvolvidas, nomeadamente as tarefas desempenhadas nos variados setores do hotel (recepção, loja de vinhos, *housekeeping*). Além disso, será apresentada uma apreciação crítica do estágio, onde será dada a opinião pessoal da estagiária e por último, uma conclusão sobre a realização do estágio e do relatório.

Abstract

Throughout this report that serves as an element of assessment of the internship performed as part of the 2nd year of the master degree in Applied Foreign Languages, in the variant of Trade and International Relations, I will present the organization where I trained, The *Vintage House* Douro and I will discuss the tasks that I performed during that period.

This report is divided into two parts and the first part will approach the Tourism, including its concepts and origins, subsequently the Tourism in Douro and the region of Pinhão. After, it will be presented the evolution of the hotel industry and more specifically, the importance and impact that has on the Portuguese economy. Finally, The *Vintage House* Douro will be addressed, and will be made references regarding the business tourism, that has been increasing in recent years.

In the second part of this plan will be presented the hosting organization of the internship, the developed practical activities, including the tasks performed in various sectors of the hotel (reception, wine shop, housekeeping), a critical assessment of the stage, where will be given the personal opinion of the intern, and at least, a conclusion about the internship and the realization of its report.

Lista de Abreviaturas e Siglas

AHP - Associação da Hotelaria de Portugal

APH - Associação Portuguesa de Hotéis

CCDR - Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional

FEEI - Fundos Europeus Estruturais e de Investimento

INE - Instituto Nacional de Estatística

LBV - *Late Bottled Vintage*

OMT - Organização Mundial do Turismo

TDP - Turismo de Portugal

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

UTAD - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Introdução

Este relatório de estágio tem como objetivo descrever o estágio profissionalizante realizado na empresa *The Vintage House Douro*, localizada no Pinhão, que decorreu durante cerca de 5 meses, com início em 2 de fevereiro de 2015 e término em 30 de junho de 2015. Com este relatório pretende-se também destacar a importância desta unidade curricular do mestrado de Línguas Estrangeiras Aplicadas.

A Unidade Curricular de Estágio, lecionada neste ano letivo de 2014/2015 do 2º ano de mestrado, tem como objetivo pôr em prática a formação obtida, bem como proporcionar a sua aplicação na vida profissional. Desta forma, pretende-se que este estágio profissionalizante coloque os estudantes em contacto direto com o mundo profissional e institucional e espera-se que a estagiária consiga desenvolver novas capacidades de trabalho quer seja a nível individual ou em equipa, de comunicação escrita e oral, na língua materna e em línguas estrangeiras, neste caso, o inglês, que foi a língua estrangeira obrigatória durante este mestrado e o Francês que foi a segunda língua escolhida, por opção da estagiária.

Este estágio com a duração de 900 horas representa uma amostra do futuro no mercado de trabalho e a sua realização permitiu pôr em prática os conhecimentos adquiridos durante o mestrado e foi fundamental para a obtenção de experiência profissional. O presente relatório pretende descrever os objetivos alcançados ao longo do estágio, através da apresentação das atividades desenvolvidas durante o mesmo e divide-se em duas partes, sendo que a primeira incide na parte teórica e a segunda sobre a parte prática.

A primeira parte do relatório consiste na apresentação de definições de Turismo, o seu enquadramento histórico e como evoluiu até se tornar naquilo que conhecemos atualmente. De seguida, será abordado o Turismo no Douro, onde serão referenciados os aspetos que tornam esta região única e importante para o aumento do turismo em Portugal. Ainda nesta temática, será feita uma apresentação da região do Pinhão, pois é aí que se encontra localizada a instituição onde o estágio foi realizado. A importância e evolução do setor hoteleiro, fazendo referência à situação atual em Portugal, serão também abordadas sem esquecer de referir o *The Vintage House Douro*, evidenciando assim a ligação existente entre o Turismo e a Hotelaria. Por último, será abordado o turismo de negócios, um tipo de turismo que já existe há muitos anos, mas que tem vindo a aumentar e que tem tido um grande impacto a nível do setor hoteleiro. Ao longo

da apresentação da pesquisa realizada para a parte teórica, serão referidos aspetos que justifiquem e evidenciem a importância e o impacto do turismo na vida dos cidadãos e na economia portuguesa. Além disso, com a apresentação dos conteúdos abordados, será possível verificar a ligação evidente entre o Turismo e a Hotelaria.

A segunda parte do relatório refere-se à parte prática do estágio, na qual será apresentada a entidade acolhedora, onde serão descritos os serviços que ela oferece aos seus hóspedes e os responsáveis por cada secção. Além disso, serão descritas as atividades desenvolvidas nos variados setores do hotel, sendo referidas as tarefas que foram solicitadas à estagiária, as dificuldades que sentiu, o que gostou mais e menos de fazer e os conhecimentos que adquiriu. Será ainda realizada uma apreciação crítica do estágio, que vai consistir na opinião pessoal da estagiária sobre os diferentes setores em que trabalhou no hotel. Aqui serão descritos os aspetos mais relevantes sobre cada secção, aquilo que marcou mais a estagiária e o que na sua opinião poderia ou não ser melhorado. Para concluir, será então apresentada uma conclusão geral sobre o estágio e o relatório.

Parte I

1. A História do Turismo

Ao longo do tempo foram elaborados diversos conceitos para tentar definir o turismo. Um das primeiras definições criadas foi por Arthur Bormann, em 1930, segundo o qual, o turismo podia ser definido como “o conjunto de viagens cujo objetivo é o prazer, motivos comerciais ou profissionais, e durante os quais a ausência da residência habitual é temporária”. (Bormann 1930: s.p, apud Lopes 2010: 5)

Já em 1942, foi elaborada pelos professores Walter Hunziker e Kurt Krapf aquela que é considerada como uma das melhores definições de turismo, que defendia que o turismo era originado pelas deslocações das pessoas, desde que não estivessem envolvidas atividades lucrativas temporárias.

Fremdenverkehr ist somit der inbegriff der beziehungen und erscheinungen, die sich aus dem aufenthalt ortsfremder ergeben, sofern durch den aufenthalt keine niederlassung zur ausübung einer dauernden oder zeitweilig hauptsächlichen erwerbstätigkeit begründet wird. (Hunziker e Krapf 1942: 21)¹

Já em 1991, foi elaborada pela Organização Mundial do Turismo (OMT), uma definição de turismo que ainda hoje é muito referenciada e considerada uma das mais corretas. Assim, a OMT considerou que o turismo poderia ser visto como o conjunto de atividades realizadas pelos indivíduos durante as suas viagens e estadias em lugares diferentes daqueles do seu entorno habitual por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, para fins recreativos, de negócios e outros. Em consequência da propensão para diversificação do mercado de trabalho e a segmentação das férias atual, as pessoas viajam por diversas motivações e durante intervalos de tempo mais curtos.

Anteriormente, as viagens eram realizadas principalmente por razões comerciais, pelos movimentos migratórios, pelas guerras e conquistas de território. Além disso, aquilo que começou por serem viagens efetuadas por terra, mais tarde, com os descobrimentos, foi possível começar a explorar o mundo e diferentes lugares através do oceano. As motivações que levaram as pessoas a deslocarem-se eram muito diversas, mas todas elas começaram a partir do momento que o ser humano se apercebeu da necessidade de fazer comércio, ou seja, investir nos negócios.

¹ Fazer turismo é como um símbolo das relações e das aparências, que ocorre durante a estadia de pessoas estranhas ao lugar, desde que a pessoa não encontre uma razão de permanência para praticar ações

O fenómeno turístico está relacionado com as viagens, a visita a um local diverso do da residência das pessoas. Assim, em tempos históricos, ele teve início quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar, principalmente motivado pela necessidade de comércio com outros povos. É aceitável, portanto, admitir que o turismo de negócios antecedeu o de lazer. (...) Era também económica a motivação para grandes viagens exploratórias dos povos antigos, que buscavam conhecer novas terras para sua ocupação e posterior exploração. Dessa maneira, o turismo de aventura data de milénios antes de Cristo. (Ignarra 2003: 2)

Segundo Barreto, a atividade turística teve início na Grécia Antiga, dado que as pessoas viajavam para assistir aos jogos olímpicos. Outros autores defendem que os fenícios é que influenciaram a atividade turística, pois foram eles que iniciaram as relações comerciais e a transação de moedas. Tendo em conta que neste tempo já se realizavam viagens definitivas ou temporárias, é de se supor que a existência do turismo pode ser ainda mais antiga. (Barreto 1999: s.p)

A mesma autora refere que na China e no Egipto antigos, as viagens de lazer, aventura ou de descanso eram muito comuns entre as figuras importantes da sociedade. No entanto, foi devido aos gregos e romanos que as viagens começaram a ter mais importância, dado que muitos romanos as faziam frequentemente como meio de lazer e comércio. Na verdade, entre o século II a.C e o século II d.C, o povo romano foi responsável pela construção de muitas estradas o que possibilitou que os seus cidadãos pudessem viajar de forma mais segura e confortável. Já no século VII ao IX, os deslocamentos sofreram uma grande expansão, devido às constantes viagens por motivos festivos de vários povos. (Barreto 2001: s.p)

De acordo com Ignarra, o fim do Império Romano trouxe consigo uma diminuição do número de viagens, dado que o surgimento da sociedade feudal provocou um sedentarismo consequente da autossuficiência dos feudos. Assim, neste período as viagens tornaram-se arriscadas, propícias a assaltos e casos de violência. (Ignarra 2003: 4).

Segundo Barreto, na altura da Idade Média, as viagens por motivos de lazer deixaram de ter tanta importância, deixando espaço para um aumento notável das viagens religiosas (peregrinações). Nesta mesma altura, no século IX, iniciaram-se as primeiras excursões pagas da história, devido à descoberta da tumba de Santiago de Compostela. Nestas excursões, havia responsáveis que organizavam os grupos de visitantes e lhes indicavam o caminho, as regras de horário, de alimentação e das

orações. No século XII, foi organizado o primeiro roteiro de viagem, que indicava o caminho a partir da França até à tumba de Santiago de Compostela. Este documento foi criado por um monge chamado Aymeric Picaud e acredita-se que seja o primeiro guia turístico impresso da história. (Barreto 1999: 46)

Ignara refere que a partir do século XI, as viagens tornaram-se mais seguras, com a utilização de novos acessos terrestres. As pessoas de maiores posses ficavam hospedadas em castelos, casas de particulares e hospedarias. Foi também nesta altura que os familiares de famílias nobres começaram a fazer intercâmbios culturais e viagens de estudo em cidades europeias. (Ignarra 2003: s.p)

Na época do Renascimento, séculos XIV a XVI, houve uma grande produção artística e científica na Europa, o que influenciou as motivações para viajar. Assim, Barreto concluiu que as viagens passaram a ser efetuadas por motivos culturais, como aprender novas línguas e viver novas aventuras, as quais eram realizadas pela nobreza masculina e o clero. Desta forma, começaram-se então a realizar cada vez mais viagens de carácter particular, em que estes jovens da nobreza eram acompanhados pelos seus mestres exclusivos. (Barreto 2001: s.p)

Não havia propriamente turismo, mas sim "tours", viagens de ida e volta, realizadas pela classe privilegiada, uma minoria rica (elite), um "tour" de aventura, masculino (dizia-se e escrevia-se explicitamente que as mulheres não deviam viajar), esporádico (eles não trabalhavam, viajavam quando queriam e podiam) e com uma duração aproximada de três anos. Eles chegavam ao continente em navios impulsionados por velas e faziam sua viagem a pé, a cavalo ou a lombo de burros. (Barreto 1997: 47)

Estas viagens eram então realizadas por aqueles que pertenciam à sociedade mais evoluída e que tinham mais posses, o que lhes permitia ganhar um certo *status* social, dado que era uma atividade muito reconhecida.

O Grand Tour, sob o imponente e respeitável rótulo de "viagem de estudo", assumia o valor de um diploma que lhes conferia significativo status social, embora – na realidade – a programação se fundamentasse em grandes passeios de excelente qualidade e repletos de atrativos prazerosos (...). Os ingleses, importantes e ricos, consideravam detentos de cultura apenas quem tivesse sua educação ou formação profissional coroada por um Grand Tour através da Europa (...). (Andrade 2000: 9)

Para Beni, o turismo sofreu uma evolução bastante significativa que foi mais evidente entre os séculos XVIII e XIX. Em consequência, houve um grande aumento da riqueza, o que fez com que algumas famílias com mais posses tivessem a oportunidade de irem para outros locais para procurarem melhores condições de vida. (Beni s.d: s.p)

Relativamente ao ano de 1841, Pereira e Coutinho defendem que ocorreu um rápido crescimento da atividade turística no mundo devido à iniciativa de Thomas Cook ao promover a primeira excursão fretada especialmente para transportar pessoas. Posteriormente, em 1845, decidiu criar a primeira agência de viagens, *Thomas Cook & Son*, e, no ano de 1851, estima-se que tenha transportado mais de 165 mil pessoas. Além disso, também teve o cuidado de se preocupar com a questão do alojamento dos seus clientes e decidiu então criar o Plano *Cook* de Alojamento e Transporte. Finalmente, em 1867, criou aquele que foi considerado o precursor do *voucher* dos dias de hoje, o *Cupom Cook*, que incluía diversos tipos de serviço, inclusive o alojamento. (Pereira e Coutinho 2007: 7)

Assim, segundo Trigo, no século XIX, o turismo organizado foi uma consequência do desenvolvimento provocado pela Revolução Industrial e da formação de parcelas da burguesia comercial e industrial que possuíam tempo, dinheiro e disponibilidade para viajar. (Trigo 1998: s.p)

De acordo com Ferreira, o turismo surgiu nos primórdios das civilizações e da sociedade mundial e nos dias de hoje é realizado de uma forma fácil, rápida e normalmente a baixo custo. Atualmente, o turismo é considerado uma das principais indústrias a nível global que contribui para a criação de riqueza, melhoria do bem-estar dos cidadãos e permite uma grande interação de diferentes culturas. (Ferreira 2011: s.p)

Nas duas últimas décadas do século XX foi possível verificar um grande desenvolvimento, devido à facilidade de acesso à informação e a uma maior capacidade de comunicação. Este fator contribuiu para o aumento significativo das viagens de lazer e negócios. “Existem três importantes fatores na base desta tendência: os rendimentos das famílias, o número de dias de férias e a estrutura etária da população.” (Deloitte & Touche 2002: 13)

Em consequência destas alterações, torna-se possível antecipar o aumento do volume dos fluxos turísticos mundiais e, como consequência, o crescimento económico de certas regiões do mundo, impulsionado por esta atividade.

As mudanças sociais, económicas e tecnológicas que têm vindo a ocorrer na sociedade, têm contribuído, indubitavelmente, para o crescimento do turismo. Este revelou-se, por sua parte, como um fator decisivo de desenvolvimento económico, através de uma rede complexa de atividades económicas, nomeadamente de fornecimento de alojamento, alimentação e bebidas, transportes, entretenimento e outros serviços para os turistas. (Deloitte & Touche 2002: 11)

Em 1999, foi criado o Código Mundial de Ética do Turismo pelos membros da OMT, com vista a apresentar um quadro de referência para o desenvolvimento racional e sustentável do turismo mundial. Este código foi criado de forma a minimizar os efeitos negativos do turismo sobre o ambiente e o património cultural e, ao mesmo tempo, maximizar as suas vantagens em relação aos habitantes dos destinos turísticos. A assembleia geral da OMT aprovou em 1997 a proposta de elaboração do código e, durante os dois anos seguintes foi constituído um Comité especial para ajudar a redigi-lo.

Em abril de 1999, a Comissão das Nações Unidas para o desenvolvimento sustentável apoiou a ideia do código e solicitou à OMT que procurasse novos apoios do setor privado, de organizações não-governamentais e de sindicatos de trabalhadores. Em outubro do mesmo ano, foi então aprovado o código com dez artigos, em que nove definiam as regras relativas aos destinos turísticos, governos, promotores, operadores, agentes de viagens, trabalhadores do setor e os próprios turistas. O décimo artigo refere-se à resolução de litígios, prevendo um mecanismo de aplicação, que consiste num procedimento de conciliação, implicando a criação de um Comité Mundial de Ética do Turismo, composto por representantes de todas as atividades do setor do turismo. (*Organização Mundial do Turismo 1999: 2*)

Os principais objetivos de cada artigo do código são os seguintes:

1. “Contribuição do turismo para a compreensão e respeito mútuo entre homens e sociedades;”
2. “O turismo, vetor de desenvolvimento individual e coletivos;”
3. “O turismo, fator de desenvolvimento sustentável;”
4. “O turismo, utilizador do património cultural da humanidade e contribuindo para o seu enriquecimento;”
5. “O turismo, atividade benéfica para os países e comunidades de acolhimento;”
6. “Obrigações dos atores do desenvolvimento turístico;”

7. “Direito ao Turismo;”
8. “Liberdade das deslocções turísticas;”
9. “Direito dos trabalhadores e dos empresários da indústria turística;”
10. “Aplicação dos princípios do Código mundial de ética do turismo.”

(*Organização Mundial do Turismo* 1999: 4-7)

A Organização Mundial do Turismo considera o turismo como um fator chave para o progresso económico, ao nível mundial, quer para os países desenvolvidos, apostando na inovação, quer para os países em vias de desenvolvimento, criando condições para prosperar nesta área. O turismo deverá ser encarado como uma alavanca económica, podendo assumir um papel preponderante nos pacotes de medidas de estímulo para as economias mundiais, já que é um gerador massivo de emprego, promove o desenvolvimento de infraestruturas, além de ser um dos principais exportadores de serviços. (Babo 2012: 10)

Henderson afirma que o turismo promove a evolução de infraestruturas, contribui para produzir receita, gera empregos que ajudam a impulsionar as economias de destino e eleva os padrões de vida. A nível ambiental e de sustentabilidade, o seu contributo também poderá reforçar a proteção dos recursos naturais e ajudar a financiar a sua conservação. (Henderson 2007: s.p, apud Babo 2012: 7)

O turismo doméstico e internacional continuam a estar entre os veículos mais importantes para as trocas culturais, proporcionando uma experiência pessoal, não só sobre aquilo que sobreviveu do passado, mas sobre a vida e a sociedade contemporânea dos outros. Ele é crescentemente apreciado como sendo uma força positiva para a conservação natural e cultural. O turismo pode capturar as características económicas do património e dedicá-las à conservação, gerando fundos, educando a comunidade e influenciando a política. É uma parte essencial de muitas economias nacionais e regionais, e pode ser um importante fator no desenvolvimento, quando gerido com sucesso. (Araújo 2007: 2)

Desde sempre que o turismo correspondeu a uma forma de movimentos migratórios temporários, realizados por diversos motivos. No passado já era então possível identificar o fenómeno turístico, mas na verdade as suas características foram-se alterando com o tempo, devido a modificações na forma de pensar e de viver das pessoas, uma evolução das mentalidades e a variação da capacidade monetária das

diferentes classes/grupos sociais, fator condicionante da prática turística. (Almeida 2004: 1)

A mobilidade ligada ao lazer não é um fenômeno nem de ontem nem de hoje. Pelo contrário, tem estado presente ao longo da história do Homem e relaciona-se quer com os diferentes usos do tempo através dos tempos, quer com as alterações na estrutura da sociedade em geral. (Cravidão 1996: 44)

É possível verificar que as pessoas sempre sentiram a necessidade de se deslocarem por diversos motivos. Essa necessidade de aventura e procura do desconhecido é uma característica única do ser humano e que, na minha opinião, deve ser aproveitada e utilizada para o enriquecimento dos nossos valores e conhecimentos.

O turista, o sujeito em eterna busca de saber, quando cativado por um destino, justamente porque nele encontra laços que o remetem ao significante inacessível, anelará os elementos de sua “ignorância” simbólica com cenários de fantasia e com a expectativa de realização. Mas é pela via do acolhimento, potencializada pela interação, que a experiência pode tornar-se fonte de saber. (Perazzolo *et al* 2013: 6)

Desta forma torna-se necessário perceber aquilo que faz um turista ser visto como um turista. Assim, segundo o autor Ignarra, podemos considerar que existem quatro tipos de turistas:

1. “Os Existenciais: Buscam a paz espiritual quebrando a rotina;”
2. “Os Experimentais: Querem conhecer e experimentar modos de vida diferentes;”
3. “Os Diversionários: Procuram recreação e lazer organizados, preferencialmente em grandes grupos;”
4. “Os Recreacionais: Buscam entretenimento e relaxamento para recuperação de forças psíquicas e mentais.” (Ignarra 2003: 17-18)

De acordo com Gonçalves, atualmente, os agentes privados pretendem refletir sobre o investimento associativo em prática, tanto a nível das quotizações e os respetivos custos, como a nível do esforço que dedicam para fazer passar a mensagem aos decisores políticos. Assim, o crescente número de associações sem escala que têm

surgido, começam a encontrar diversas dificuldades técnico financeiras, que resultam do abandono de associados. Desta forma, calcula-se que será necessário repensar o atual modelo de representatividade associativo para que seja possível criar uma "só voz", que seja consistente, com peso económico e institucional, para assim ganhar representatividade junto do Governo. Esta "voz única" permitirá atenuar a dispersão de recursos e concentrá-los no desenvolvimento do setor do turismo, havendo assim uma aposta consistente nos mercados e, ao mesmo tempo, uma maior organização e promoção da oferta de maior relevância e valor para o cliente. (Gonçalves 2014: 13)



Figura 1: Principais componentes do Turismo na atualidade

Fonte: Gonçalves 2014: 12

Almeida destaca que ao longo do tempo, a humanidade evoluiu e teve de se sujeitar e adaptar às diversas mudanças e alterações de época para época, presentes no surgimento de diferentes línguas, costumes, hábitos, tradições, religiões, entre outros. A nossa sociedade encontra-se em constante construção e engloba um amplo espaço universal que é alvo de intercâmbios intensos, cujos motivos, decisivamente, estão correlacionados com as práticas de lazer e com o turismo, consequentemente. (Almeida 2004: 2)

2. O turismo em Portugal

A Revolução Industrial trouxe consigo diversas transformações nas relações sociais e organizacionais. Devido à maximização da produção, houve aumentos a nível salarial, facto que tornou-se um incentivo à prática do turismo.

Um fenómeno histórico sem precedentes, uma das invenções mais notáveis da sociedade moderna. Uma criação da sociedade de consumo que, a partir da importância do lazer na sociedade atual, passa a vender o turismo ou a comercializar a viagem como um novo produto, nos moldes de uma sociedade de consumo, atrelado, portanto, às leis de mercado. (Siqueira 2005: 64)

Nesta mesma altura surgiu em Portugal e na Inglaterra as primeiras agências de viagens. Segundo Oliveira, a Agência Abreu, em Portugal, é tida como uma das primeiras agências de turismo. (Oliveira 2005: 25)

Atualmente, podemos observar nas notícias que o turismo tem sido referido como uma atividade ou setor em crescimento e que pode contribuir para o benefício da economia nacional. Na verdade, dados estatísticos comprovam que 46% do turismo em Portugal é referente às exportações de serviços e mais de 14% das exportações totais. Além disso, este setor tem relevância a nível de emprego, dado que emprega 8% da população e, devido à sua variedade de serviços, permite a empregabilidade de profissionais de outros setores. Em relação à Economia, tem uma contribuição relevante em termos de Produto Interno Bruto (cerca de 10%), além da sua contribuição a nível das exportações (cerca de 14%), também interfere com a Balança Comercial Portuguesa, ao ser o setor com maior exportação de serviços (cerca de 46%). Por último, o seu impacto a nível ambiental também é de destacar, dado que poderá constituir um elemento fundamental na proteção do meio ambiente e na valorização do património cultural. (Gonçalves 2014: 1-2)

Portugal descobriu cedo o interesse e a importância do turismo. As condições naturais e climáticas existentes, o grau de competitividade dos preços, o sentido de hospitalidade e a peculiaridade da cultura, são fatores que favorecem o desenvolvimento do turismo como atividade económica. (Deloitte & Touche 2002: 15)

Com base numa estratégia a longo prazo, foi então criado o Acordo de Parceria - Portugal 2020, que adota os princípios de programação da Estratégia Europa 2020. Este acordo consagra a política de desenvolvimento económico, social, ambiental e territorial com vista a estimular o crescimento e a criação de emprego nos próximos anos em Portugal.

Os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI) do período de programação comunitária 2014-2020 constituem um contributo fundamental para a desenvolvimento económico e social do país. O Plano de Ação para o desenvolvimento do Turismo em Portugal no período de 2014 a 2020 incluiu diversas estratégias e objetivos de investimento para o turismo do nosso país e das suas regiões, nomeadamente no ano de 2020. Desta forma, pretende-se obter um melhor aproveitamento e utilização dos fundos comunitários do turismo. (*Turismo 2020* 2014 : 3)

Os objetivos centrais deste plano consistem em:

- Fornecer um quadro estratégico para o desenvolvimento do turismo do país e das suas regiões;
- Assegurar uma conexão entre estratégia e financiamento, principalmente entre os instrumentos de política pública para o desenvolvimento do turismo e os programas Operacionais do Acordo de Parceria 2014-2020;
- Contribuir para uma maior seletividade e articulação de investimentos;
- Reforçar a coordenação setorial e territorial, ao contribuir para promover um maior nível de concertação estratégica e de coordenação de atuações entre estes setores;
- Potenciar redes e plataformas colaborativas facilitadoras de sinergias tendentes à valorização económica do turismo. (*Turismo 2020* 2014: 4)



Figura 2: Logótipo do Plano de Ação 2014-2020

Fonte: <http://turismo2020.turismodeportugal.pt/pt/plano-de-acao/logotipo/>

É muito importante e essencial promover um processo colaborativo e de parceria entre os diversos agentes com intervenção na atividade turística, tendo em vista o

desenvolvimento de uma estratégia para o turismo do país. É possível então verificar uma diferença entre o turismo de massa, que corresponde a um grupo de pessoas agrupado por um operador turístico, e o turismo individual, efetuado pelos próprios viajantes que decidem as suas atividades e itinerários sem intervenção de operadores.

Atualmente, com as dificuldades económicas e de empregabilidade do nosso país, é cada vez mais evidente o aumento da emigração, principalmente entre os jovens, para países com melhores condições de vida e com mais oferta no mercado de trabalho. Desta forma, muitas pessoas decidem viajar por conta própria e explorar outros países, acabando muitos deles por passarem o resto das suas vidas fora do seu país de origem. É de considerar que Portugal tem cada vez mais um crescente peso económico, uma grande influência social e é considerado um fator de desenvolvimento regional. Atualmente ocupa a 20ª posição no ranking mundial da competitividade do Turismo, elaborado pelo Fórum Económico Mundial.

Para que a atividade turística continue a evoluir e as condições de vida melhorem no nosso país, é então fundamental que seja projetada uma visão estratégica a longo prazo, na qual se considere o desenvolvimento da atividade turística, tendo em conta a sua modernização, ao apostar na melhoria da qualidade, na diferenciação e diversificação de produtos e mercados e um reforço da ação comercial. De acordo com os autores Deloitte & Touche, o turismo é uma mais valia para o progresso das economias locais, por isso deverá ser pensado, a longo prazo, dentro de modelos equilibrados de sustentabilidade, pois o uso de estratégias desequilibradas pode levar a um crescimento desmedido. Dessa forma, a chave para o sucesso passa pela capacidade de gerir e controlar o crescimento (Deloitte & Touche 2002: 12).

O turismo nasceu e conseguiu se desenvolver por conta do capitalismo. Trata-se de uma atividade prestadora de serviços e por não ser considerada artigo de primeira necessidade, sofreu e continua sofrendo com todas as crises naturais relatadas pela história, como as guerras, os desastres naturais ou os provocados pela crise económica, motivos suficientes para abalar o fluxo turístico. (Trigo 2002: 51)

2.1 Turismo no Douro

O Alto Douro Vinhateiro é uma área de território classificada que integra o vale do rio Douro e nos seus extremos podemos encontrar a cidade do Porto e no outro, o Parque Arqueológico de Foz Côa. Além disso, também fazem parte do Alto Douro

Vinhateiro, 13 dos 22 municípios que constituem a região do Douro que são Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Lamego, Mesão Frio, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Tabuaço, Torre de Moncorvo, Vila Nova de Foz Côa e Vila Real, situados ao longo das encostas do rio Douro e seus afluentes Varosa, Corgo, Távora, Torto e Pinhão. (Sousa 2013: 11-12)



Figura 3: Sub-regiões da Região Demarcada do Douro

Fonte: http://www.infovini.com/classic/pagina.php?codPagina=54®iao=2#_submenu

A Região Demarcada do Douro foi, a nível mundial, a primeira região vitivinícola a ser demarcada e regulamentada. As primeiras demarcações, chamadas de pombalinas, foram implementadas entre 1757 e 1761, seguidas das primeiras normas regulamentares em 1756. (Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional 2011: 6)

É possível afirmar que a paisagem do Alto Douro Vinhateiro remonta a tempos antigos, pois por aqui passaram vários povos e culturas, apesar das dificuldades do terreno e do próprio rio Douro. Os romanos foram o povo que estruturou o território e introduziu as técnicas de plantação da vinha e de produção do vinho. Além disso, a fixação de ordens religiosas no final da Idade Média, nomeadamente os cistercienses, também influenciou a paisagem. (Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional 2011: 6)

Muito antes de qualquer presidente, rei ou imperador, o Douro era uma terra sem governo, habitada por povos primitivos, que foram os primeiros a deixar os seus vestígios na região. As pinturas rupestres do Vale do Côa inserem-se no período Paleolítico superior, há cerca de 20 mil anos. A presença da uva na região remonta há 4 mil anos (século XX a.C.), tendo sido encontradas grainhas carbonizadas, em estações arqueológicas da região. (*Douro Valley - História da Região* s.d: s.p)

A partir do século XVII, houve um aumento de afluência de pessoas, devido ao comércio do vinho do Porto, o que possibilitou a interação entre diferentes povos e culturas, nomeadamente os galegos que começaram a participar nos trabalhos nas vinhas. (Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional Norte 2011: 6)

No ano de 1972, a UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura) decidiu adotar a Convenção do Património Mundial, Cultural e Natural, com vista a proteger os bens patrimoniais que dotem de um grande valor. Mais tarde, em 1980, a Convenção foi ratificada por Portugal.

Em 1992, o Comité do Património Mundial decidiu que era necessário também reconhecer as tradições vivas que ligam as pessoas a determinados lugares, criando então uma nova categoria para englobar as paisagens culturais que representem as ações do homem e da natureza. (Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional Norte 2011: 10)

Foi então considerada Património da Humanidade pela UNESCO na categoria de paisagem cultural em 14 de dezembro de 2001 e este título premiou-a por ter a região vinícola mais antiga do mundo. A Região do Douro é um dos pontos mais atrativos de turismo na zona norte. Todo o seu vasto património e cultura são as suas principais atrações, pois esta é uma região marcada pela sua história e também pela sua arquitetura própria. (*Turismo do Douro: Património Mundial* s.d: s.p)

Para o Alto Douro Vinhateiro ser premiado pela UNESCO com este título, tiveram de ser considerados vários critérios relacionados com o património, a nível territorial, cultural, económico e social. Assim, os aspetos que vou apresentar de seguida foram essenciais para a decisão tomada.

- “O Alto Douro produz vinho desde há cerca de 2.000 anos e a sua paisagem foi moldada pelas atividades humanas.”

- “As componentes de paisagem do Alto Douro são representativas do completo leque de atividades associadas à produção vitivinícola – terraços, quintas, aglomerados, capelas e vias de comunicação.”
- “A paisagem cultural do Alto Douro constitui um excepcional exemplo de uma região vitivinícola tradicional europeia, refletindo a evolução desta atividade humana através do tempo.” (Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional Norte 2011: 9)

O turismo na região do Douro permite desfrutar de variadas experiências numa vasta área do norte de Portugal, que se estende entre a cidade do Porto e a fronteira leste do país, onde a paisagem que envolve o rio Douro, os seus afluentes e as atividades em torno do vinho do Porto constituem as suas marcas mais distintivas. Dessa forma, o Douro pode ser considerado "denso, colorido e envolvente, o Douro é sobretudo rio, vinha, panorama desigual e em excesso." (*Turismo do Douro: A Região* s.d: s.p)

Esta é uma terra de tradições, com uma cultura ligada à sua história, à religião, à agricultura e à simplicidade do seu povo. As manifestações culturais mais eruditas são demonstradas através de exposições em museus, da realização de feiras de artesanato e de produtos regionais, romarias, missas, procissões, arraiais, atuações musicais e a realização de atividades mais festivas onde ocorre a veneração aos santos populares. (*Douro Valley: Festas e Romarias* s.d: s.p)

Relativamente à distribuição geográfica do turismo, ele encontra-se distribuído ao longo de toda a Região do Douro, o que permite que todas as instituições que se encontram nesta região tirem proveitos a nível turístico. Assim, muitas quintas da região têm programas específicos que permitem a realização de visitas guiadas pelas vinhas e a degustação de provas de vinho, de forma a cativar os turistas e a promover os produtos da região.

2.2 Pinhão

O hotel onde foi realizado o estágio, *The Vintage House* Douro, encontra-se situado no Pinhão, que pertence ao Baixo Corgo da Região Demarcada do Douro, sendo o único hotel de 5 estrelas na região. A Freguesia do Pinhão é flanqueada pelos rios Douro e Pinhão, situando-se deste modo na rota do Vinho do Porto. (*Município de Alijó, Deslumbrante Património Natural* s.d: s.p)

O Pinhão é uma região que devido à sua posição geográfica tornou-se um importante entreposto comercial, sobretudo para o transporte do Vinho do Porto, primeiro em Barcos Rabelos, depois em vagões pela Linha do Douro e finalmente em camiões cisterna, o que permitiu a esta localidade um rápido desenvolvimento, alcançando o estatuto de centro económico geográfico da Região demarcada do Vinho do Porto. (*Município de Alijó, Deslumbrante Património Natural* s.d: s.p)

Atualmente, o Pinhão, visando essencialmente o comércio e o turismo, oferece aos seus visitantes um conjunto de atividades diversas. Além disso, a região também é famosa pelo seu artesanato, tendo como exemplos as miniaturas do Barco Rabelo, a latoaria típica, mantas, colchas, rendas, bordados, cestos, chapéus, olearia, balsas e pipas. (*Município de Alijó, Deslumbrante Património Natural* s.d: s.p)

Esta localidade possui ao nível do património, uma Estação de Caminhos de Ferro, ornamentada com azulejos datados de 1937 que foram encomendados à fábrica Aleluia, sendo dos mais belos de Portugal, constituído por 24 painéis com motivos vitivinícolas, documentando a labuta do trabalhos durienses. A Ponte Rodoviária sobre o rio Douro projetada por Gustave Eiffel no século XIX, a Ponte Metálica Ferroviária, a ponte sobre o rio Pinhão, a Igreja Matriz, Cruzeiro, Barco Rabelo, velhos solares, Quintas com visitas em veículos todo-terreno e sobretudo as paisagens durienses que convidam os turistas a visitas sazonais com especial realce para as vindimas e lagaradas. (*Município de Alijó, Deslumbrante Património Natural* s.d: s.p)

3. Evolução do setor Hoteleiro

O ato de hospedar pessoas é uma prática muito antiga e foi graças ao comércio que surgiram as formas mais antigas de oferta hoteleira. Calcula-se que as primeiras hospedagens devem ter ocorrido nos tempos de *Olympia* e *Epidauro* (Grécia Antiga), pois a pessoas desse tempo tinham de viajar muito, dado que todo o tipo de comércio consistia na deslocação de pessoas para vender e comprar produtos. (Pereira e Coutinho 2007: 3)

As rotas comerciais da Antiguidade, na Ásia, na Europa e na África, geraram núcleos urbanos e centros de hospedagem para o atendimento aos viajantes. Na

Idade Média, a hospedagem era feita em mosteiros e abadias. Nessa época, atender os viajantes era uma obrigação moral e espiritual. (Pereira e Coutinho 2007: 3)

Por volta do século IV a.C., os romanos iniciaram a construção de caminhos para expandir os seus territórios. Ao longo desses trajetos, foram surgindo pontos de encontro, como tabernas, onde os soldados romanos se divertiam. A existência desses caminhos, alguns muito longos, levava a que fosse necessário haver alojamento para os viajantes que inicialmente paravam em casas particulares ou em acampamentos rústicos. (Pereira e Coutinho 2007: 4)

O surgimento do Cristianismo foi um marco histórico que influenciou aquilo que hoje é conhecido como o turismo religioso. Na verdade, tanto os deslocamentos dos romanos em suas conquistas militares, como a expansão religiosa levaram à criação de novos percursos ao longo das terras conhecidas na época. Essas deslocações implicavam a existência de um local para o descanso das comitivas e esses locais eram muito diferentes da realidade atual. Na verdade, os animais, é que tinham prioridade naquela época, dado que, eram o meio de transporte das pessoas. As figuras importantes da época, como os imperadores, comerciantes e autoridades eclesiásticas, quando viajavam, deixavam os seus cavalos e os seus pertences nas estalagens aos cuidados de servos e escravos. (Pereira e Coutinho 2007: 4)

Com a queda do Império Romano, o triunfo do Cristianismo e o estabelecimento de reinos germânicos em terras que haviam sido romanas teve início a Idade Média, que foi marcada pela falta de segurança nas estradas mas por outro lado foi promissora porque favoreceu o surgimento de instrumentos que poderiam facilitar as viagens, como o Guia de Estradas de Charles Estiene de 1552, que continha informações, roteiros e impressões sobre viagens, e a publicação *Of Travel*, de Francis Bacon de 1612, com uma série de orientações para viajantes. (Pereira e Coutinho 2007: 5)

No século XVI, o comércio sofreu uma grande expansão e foi nesta altura que surgiu o primeiro hotel do mundo, o *Wekalet-Al-Ghury*, no Cairo (Egito), para atender os mercadores. (Barreto 2001: s.p, apud Silva e Kemp 2008: 4)

Foram também criados nesta altura doze spas no continente, para pobres e doentes, que continham programas de entretenimento.

Doze spas foram registrados nesse mesmo século, reservando-se cinco deles ao atendimento exclusivo de nobres e monarcas, que aproveitavam os programas de recreação e entretenimento. Nesse ínterim, foram construídas diversas casas de campo nos arredores de grandes cidades italianas, sendo esses imóveis considerados os ancestrais diretos do conceito de residência secundária. (Badaró 2003: 67-68)

Mais tarde, o surgimento de monarquias nacionais levou a que a hospedagem fosse exercida pelo próprio Estado, nos palácios da nobreza ou nas instalações militares e administrativas. Os viajantes que não contavam com o apoio do Estado eram atendidos, precariamente, em albergues e estalagens. (Pereira e Coutinho 2007: 5)

Posteriormente, com a Revolução Industrial e a expansão do capitalismo, a hospedagem passou a ser tratada como uma atividade estritamente econômica a ser explorada comercialmente. Os hotéis com *staff* padronizado, formado por gerentes e rececionistas, aparecem somente no início do século XIX. (Pereira e Coutinho 2007: 5)

A Revolução Industrial levou a um maior desenvolvimento em todos os segmentos, em que a hotelaria mundial cresceu e algumas cidades foram beneficiadas, tal como Nova Iorque que recebeu os primeiros hotéis no centro da cidade. Em 1795, as colônias belgas estabelecidas na África e no México importaram dos Estados Unidos estruturas metálicas para a implantação de hotéis pré-fabricados. (Pereira e Coutinho 2007: 6)

Já em 1800, tanto a Riviera francesa como a italiana tiveram um incentivo com a chegada de turistas, e a hotelaria iniciou com a construção de muitos hotéis. E entre 1810 e 1820, o mundo todo testemunhou o crescimento da hotelaria: novos hotéis e casas de hospedagem surgiram em diversos países, novas técnicas de construção e evolução tecnológica da época eram testadas em novos empreendimentos hoteleiros. (Pereira e Coutinho 2007: 6)

Acredita-se que a construção do Hotel de luxo *Tremont House*, em Boston, no ano de 1829, foi o ponto de partida da hotelaria de luxo atual. (Pereira e Coutinho 2007: 6)

No início da Idade Contemporânea II, em 1870, existia, na Europa, um grande número de bons hotéis e cozinheiros. Nesta mesma altura, ocorreu um grande aumento

da atividade turística e conseqüentemente da hotelaria moderna, devido às diversas inovações tecnológicas que ocorreram, como a melhoria das condições de transporte aéreo e náutico e dos meios de comunicação. A indústria hoteleira fortaleceu-se assim com o aparecimento de novas invenções e devido à evolução tecnológica, o que gerou uma necessidade cada vez maior de um local confortável para hospedagem. (Pereira e Coutinho 2007: 8)

Em 1970, o lançamento do Boeing 747, com maior capacidade de transporte, influencia a hotelaria européia e mundial a acelerar seu desenvolvimento. A década de 80 foi considerada a década do grande incremento da hotelaria mundial com a diversificação dos tipos de hotéis, profissionalização do segmento hotelaria em todos os níveis, criação de marketing específico para o setor, desenvolvimento dos hotéis com redução de serviços. Os hotéis direcionados para a área de convenções são criados com destaque para o Marriott Marquis, de Atlanta, maior hotel de convenções do mundo. (Pereira e Coutinho 2007: 9)

Houve uma transformação significativa depois da Segunda Guerra Mundial, devido à expansão da economia mundial, o que levou à melhoria dos sistemas de transporte e comunicação. O aparecimento dos aviões a jato para passageiros, de grande capacidade e longo alcance, facilitaram as viagens a nível de tempo e de conforto. Estes fatores contribuíram para um aumento de viagens regionais e internacionais de lazer. (Pereira e Coutinho 2007: 6)

Com a continuidade cada vez maior das viagens e necessidades de locomoção das pessoas e a evolução permanente e fama das hospedarias e pousadas, a fase dos hotéis teve início com a construção de grandes prédios, dois e três andares, que passaram a ser os preferidos para instalação de empresas hoteleiras representadas pelos hotéis de grande porte (...) Com o progresso e a evolução da comunicação, foi na Europa onde surgiu a chamada indústria hoteleira com característica e filosofia de empresa destinada a explorar comercialmente a hospedagem de viajantes. (Pereira e Coutinho 2007: 6)

É de salientar que o setor do turismo e da hotelaria é considerado como um dos mais promissores, absorvendo grande parte da mão de obra da população economicamente ativa. (Vidal 2012: s.p)

A Hospedagem nos dias de hoje - A Indústria Turística e a Indústria Hoteleira na realidade não poderiam ser consideradas indústrias propriamente ditas, mas é evidente que a evolução de outros ramos industriais fez com que esse binômio: Hotelaria e Turismo, que não podem crescer separadamente, tivesse um grande incentivo para sua realidade atual. (Pereira e Coutinho 2007: 9)

O maior marco na evidente evolução que o setor hoteleiro sofreu destacou-se quando passou a ser possível empregar mulheres para desempenharem tarefas de grande destaque e responsabilidade nos hotéis. Antigamente, esta situação era inaceitável, dado que apenas os homens tinham o privilégio de executar tarefas de grande responsabilidade e de ter um contacto direto com os clientes, enquanto as mulheres ficavam restringidas às tarefas a nível interno.

Um fato marcante na evolução da hotelaria da Idade Contemporânea dos dias de hoje, e em alguns hotéis fato bem recente, é a utilização da mão de obra feminina, que era proibida antigamente, quando somente os homens podiam atender hóspedes. Mesmo com a introdução do serviço de alimentação nos hotéis, a figura feminina restringia-se a serviços internos, e os homens eram os cozinheiros, *garçons* e atendentes. (Pereira e Coutinho 2007: 9)

De acordo com Castelli, “hotel é a edificação com localização preferencialmente urbana; normalmente com vários pavimentos. Oferece hospedagem e alguma estrutura para lazer e negócios”. (Castelli 2003: s.p)

Na hotelaria moderna é costume identificar o segmento hotel como indústria Hoteleira, apesar de essa identificação ser incorreta, dado que a hotelaria não é industrializada, pois não fabrica nada. Em termos mais concretos, a hotelaria poderia então ser denominada como indústria da hospedagem e serviços, pois disponibiliza alojamentos, alimentação, entretenimento e presta serviços. (Pereira e Coutinho 2007: 3)

A hotelaria pode ser considerada a indústria de bens de serviço. E como qualquer ramo industrial, possui suas características próprias de organização e sua finalidade principal é o fornecimento de hospedagem, alimentação, entretenimento, segurança e bem-estar dos hóspedes. (Pereira e Coutinho 2007: 9)

3.1 Hotelaria em Portugal

Em Portugal existe uma Associação da Hotelaria de Portugal (AHP), que tem como objetivo prestar apoio a hotéis para lhes permitir ganhar escala, ter vantagens nas negociações comerciais e disporem de serviços que seriam insuportáveis para uma pequena empresa. A AHP serve de plataforma de partilha de saber e conhecimento, com representatividade nacional e próxima dos centros de decisão. Esta é uma associação centenária que se encontra orientada para a inovação, o conhecimento e o mercado. Durante todo este tempo que a associação tem estado ativa, tem tido como responsabilidade refletir o setor do turismo, ao dignificar a hotelaria e o associativismo em Portugal. A AHP centra a sua política de ação para grandes e pequenas unidades hoteleiras, para que todos consigam obter vantagens. Tem estado em crescimento, e tem como objetivos futuros, associar todos os hotéis de Portugal para poder representá-los a uma só voz. (*Associação dos Hotéis de Portugal 2007: s.p*)

Foi criada depois da implantação da República Portuguesa, em 23 de dezembro de 1911 e denominava-se Associação de Classe dos proprietários de Hotéis e Restaurantes em Lisboa, e nesta mesma altura, foram elaborados os primeiros estatutos da associação. Devido ao deflagrar da Grande Guerra, os industriais hoteleiros decidiram fortalecer a sua Associação de Classe, alargando-a a outros estabelecimentos ligados ao setor. Para tal, foram alterados os estatutos originais e aprovados outros novos em 1915. Assim, a Associação foi denominada Associação de Classe dos Proprietários de Hotéis, Restaurantes, Cafés e Estabelecimentos Congéneres.

Em 1932, por transformação da Associação de Classe, foi constituída a União Hoteleira de Portugal. Com a instituição do Estado Novo, em 1933, a União Hoteleira de Portugal foi fragmentada por atividades. Dentro da União, o Grémio dos Hotéis do Sul foi criado por alvará em 1941. Em 28 de Agosto de 1975, o Grémio dos Hotéis do Sul foi transformado na Associação dos Hotéis do Centro/Sul de Portugal.

Devido a dissidências dentro da Associação dos Hotéis do Centro/Sul de Portugal, em 1981, foi criada uma outra Associação hoteleira, a Associação dos Hotéis de Portugal (AHP). Os dirigentes da Associação dos Hotéis do Centro/Sul de Portugal decidiram alterar o nome da Associação para Associação Portuguesa de Hotéis (APH). A APH acabou naturalmente por se extinguir, por força do crescimento da AHP, e foi dissolvida em 1997. O seu património foi transferido, por imposição legal, para a AHP,

e nos dias de hoje, continua a promover a dignificação do Movimento Associativo, da hotelaria e do turismo nacional. (*Associação dos Hotéis de Portugal* 2007: s.p)

Atualmente é de salientar a importância que a hotelaria tem na economia portuguesa e os resultados têm sido muito positivos. De acordo com o presidente do Turismo de Portugal (TDP), João Cotrim de Figueiredo, os resultados mais recentes indicam uma evolução positiva, devido ao crescimento deste setor que tem contribuído para impulsionar a economia nacional. Além disso, também refere que este panorama é o resultado do esforço de todos os agentes do setor público e privado. Para ele, se 2014 foi um ano de todos os records, 2015 tem dado bons indicadores de se continuar nesta tendência positiva.

De facto em janeiro registaram-se 788 mil hóspedes e quase dois milhões de dormidas, o que representa um crescimento de 12,8% e de 13,4%, respetivamente, face ao mês homólogo de 2014. Os últimos dados do Instituto Nacional de Estatística (INE) indicam que os estabelecimentos hoteleiros portugueses registaram mais de sete milhões de dormidas entre janeiro e março deste ano. No primeiro trimestre os proveitos da hotelaria cresceram 15% para 330 milhões, face a um aumento de 13% do rendimento médio por quarto disponível (RevPar²). (Magalhães 2015: s.p)

Relativamente ao ano passado, no 4.º trimestre de 2014, os dados indicam que as unidades hoteleiras geraram 418,5 milhões de euros de proveitos dos quais 279,4 milhões (67%) foram derivados só do alojamento. Em termos globais, assistiu-se a um aumento homólogo de 15,6% assente nas evoluções positivas dos proveitos só do aposento (mais 16,5%) e de outros serviços (mais 13,8%). O ano de 2014 finalizou com 2,2 mil milhões de euros de proveitos totais que se traduziram num crescimento homólogo de 12,8% (mais 249,6 milhões de euros). (Silva 2015: 14)

² “Rendimento por quarto disponível, medido pela relação entre os proveitos de aposento e o número de quartos disponíveis, no período de referência”. (*Turismo de Portugal: RevPar* sd:sp)

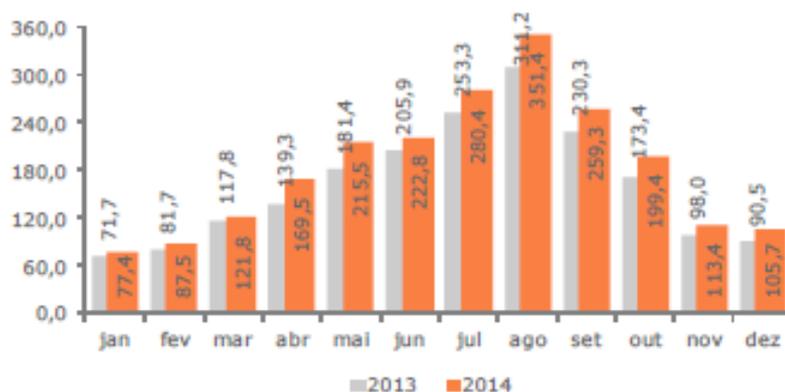


Figura 3: Proveitos totais, por meses em 2014

Fonte: Silva 2015: 14

A região Norte obteve 3,0 milhões de hóspedes, posicionando-se assim em 3.º lugar. Tanto os hóspedes residentes (1,7 milhões que representaram na região 57%), como os estrangeiros, assinalaram aumentos homólogos de 7,9% e 11,9%, respetivamente. (Silva 2015: 6)

| Hóspedes (10 ³) | 2014 | | | | 2014 | | | |
|-----------------------------|----------------|-------------|--------------|--------------|-----------------|-------------|----------------|--------------|
| | 4.º trím | Δ 14/13 | Abs | Quota | Ano | Δ 14/13 | Abs | Quota |
| NUTS II | | % | | % | | % | | % |
| Norte | 705,6 | 10,4 | 66,3 | 21,2 | 3.043,9 | 9,6 | 266,7 | 18,9 |
| Centro | 503,1 | 15,1 | 65,9 | 15,1 | 2.321,0 | 11,7 | 243,7 | 14,4 |
| Lisboa | 1.119,3 | 13,6 | 134,3 | 33,6 | 4.899,2 | 13,4 | 580,5 | 30,4 |
| Alentejo | 150,3 | 15,2 | 19,8 | 4,5 | 730,3 | 14,9 | 95,0 | 4,5 |
| Algarve | 548,1 | 15,1 | 72,1 | 16,5 | 3.605,3 | 14,6 | 458,2 | 22,4 |
| Açores | 58,3 | 11,4 | 6,0 | 1,8 | 345,5 | 3,6 | 12,1 | 2,1 |
| Madeira | 243,6 | 8,7 | 19,5 | 7,3 | 1.146,7 | 5,9 | 64,0 | 7,1 |
| Portugal | 3.328,3 | 13,0 | 384,0 | 100,0 | 16.092,0 | 12,0 | 1.720,0 | 100,0 |

Figura 4: Total de hóspedes por região em 2014

Fonte: Silva 2015: 6

Em 2014, os proveitos totais gerados pelos hotéis e hotéis apartamentos (1,9 mil milhões de €) representaram 85% do valor global do País e, em comparação a 2013, traduziram-se num aumento de 13,4% (mais 219,7 milhões de €). Ao separar os proveitos globais por tipologias e categorias de hotéis constatou-se que 73% do valor global foi gerado pelos hotéis (1,6 mil milhões de €) e que 79% desse valor (1,3 mil milhões) por hotéis de 4 e 5 estrelas. (Silva 2015: 16)

| Tipologias/categorias | Proveitos totais (10°C) | | | | 2014 | | | | | |
|-----------------------|-------------------------|-------------|-------------|--------------|----------------|-------------|--------------|--------------|-------|--|
| | 4.º trim | 2014 | | Quota | | Ano | 2014 | | Quota | |
| | | Δ 14/13 | % | Abs | % | | Δ 14/13 | Abs | % | |
| Hotéis | 326,5 | 17,0 | 47,5 | 78,0 | 1.612,3 | 14,0 | 198,3 | 73,1 | | |
| Hotéis 5* | 120,5 | 19,3 | 19,5 | 28,8 | 585,5 | 14,9 | 76,1 | 26,6 | | |
| Hotéis 4* | 137,5 | 14,7 | 17,6 | 32,9 | 689,2 | 11,8 | 72,6 | 31,3 | | |
| Hotéis 3* | 48,4 | 17,9 | 7,4 | 11,6 | 244,1 | 17,1 | 35,6 | 11,1 | | |
| Hotéis-Apartam. | 39,4 | 12,1 | 4,3 | 9,4 | 252,6 | 9,2 | 21,3 | 11,5 | | |
| Pousadas | 7,0 | 8,4 | 0,5 | 1,7 | 33,9 | 6,6 | 2,1 | 1,5 | | |
| Aldeam. turísticos | 11,6 | 13,3 | 1,4 | 2,8 | 92,5 | 15,9 | 12,7 | 4,2 | | |
| Apartam. turísticos | 13,8 | 22,8 | 2,6 | 3,3 | 114,1 | 15,3 | 15,2 | 5,2 | | |
| Outro alojamento | 20,2 | 1,6 | 0,3 | 4,8 | 98,9 | 0,0 | 0,0 | 4,5 | | |
| Total | 418,5 | 15,6 | 56,5 | 100,0 | 2.204,1 | 12,8 | 249,6 | 100,0 | | |

Figura 5: Proveitos totais em 2014 por categorias

Fonte: Silva 2015: 16

Associado à hotelaria, podemos encontrar um aumento do turismo de negócios em Portugal. Atualmente, a realização de conferências e congressos contribuem para o crescimento da rentabilidade da hotelaria portuguesa. Assim, os proveitos totais da hotelaria portuguesa cresceram, em 2014, 12,6% permitindo a subida do RevPar, principal objetivo a alcançar pela hotelaria. Segundo Leonardo Mathias, secretário de Estado adjunto da Economia, no ano passado os hotéis portugueses além de fazerem subir o RevPar para 45,30 euros, também contribuíram para o aumento da taxa de ocupação média hoteleira, que chegou aos 45,3%. Em consequência, também houve um aumento no número de hóspedes em 2014, que foi de cerca de 11,7%, ou seja, mais 15 milhões do que no ano passado. (*Jornal de Notícias: Turismo de Negócios 2015: 2*)

Foi realizado pelo *Intercampus* um inquérito a estrangeiros que realizam o turismo de negócios, para tentar perceber quais as motivações que os levam a escolher Portugal como destino para esse efeito. Assim, foi possível concluir que os principais fatores que os incentiva a dirigirem-se até ao nosso país para realizar conferências são a simpatia do povo português, a qualidade do alojamento, o clima e a segurança do país. (*Jornal de Notícias: Turismo de Negócios 2015: 4*)

Segundo Deloitte e Touche, em Portugal, o turista recorre aos serviços hoteleiros essencialmente por dois tipos de motivos: sol e praia e negócios. (Deloitte & Touche 2002: 23)

Os locais mais escolhidos pelas organizações para a realização de conferências são os hotéis, pelo menos foi esse o caso no ano de 2013, em que 42,5% das convenções foram lá realizadas. As universidades e os centros de exposições tiveram cerca de 24,8% e 22,7% de ocupação, respetivamente, face às convenções realizadas em 2013. (*Jornal de Notícias: Turismo de Negócios 2015: 7*)

Uma grande percentagem dos participantes nos congressos realizados em Portugal, são do sexo feminino (cerca de 53%), facto que tem sido de grande relevância, segundo os dados do Inquérito a congressistas estrangeiros realizado pela *Intercampus*. É uma tendência que é novidade, dado que em 2013, os números do Instituto Nacional de Estatística apontavam a predominância de homens entre os participantes (cerca de 59,1%). (*Jornal de Notícias: Turismo de Negócios* 2015: 7)

“Portugal subiu quatro posições e ocupa a 13^a nos destinos mais procurados para o turismo de negócios em todo o mundo”, referiu Leonardo Mathias. A nível europeu, Portugal ocupa o 7^o lugar, tendo também havido uma subida de três posições. (*Jornal de Notícias: Turismo de Negócios* 2015: 2-3)

Todos estes fatores indicam a existência de uma grande aposta no turismo de negócios no nosso país, sendo que muitos hotéis já se encontram preparados para receber esse tipo de eventos e, além disso, é evidente o aumento da rentabilidade hoteleira portuguesa, consequência deste mesmo turismo.

O turismo de negócio representa, de igual modo, um segmento significativo, sendo a oferta constituída por alojamento apropriado e equipamentos especializados que respondem às exigências deste nicho, nomeadamente através da disponibilização de um conjunto de serviços de apoio. Em virtude da expansão da economia mundial e da crescente globalização, as viagens de negócio deverão continuar a aumentar o seu peso relativo na procura turística. (Deloitte & Touche, 2002: 12-13)

O local onde foi realizado o estágio, *The Vintage House Douro*, é um exemplo de um hotel de 5 estrelas que recebe maioritariamente hóspedes estrangeiros, de várias nacionalidades diferentes (ingleses, franceses, americanos, espanhóis, chineses). A maioria vem em lazer, mas muitos deles também vêm para realizarem negócios na região, sendo que o hotel disponibiliza salas de reuniões equipadas para esse efeito.

O grande sucesso do setor do turismo e hotelaria deve-se em grande parte ao bom desempenho por parte dos profissionais de atendimento para com o público-alvo, já que estes são a imagem da empresa. Nessa comunicação com o público, é fundamental prestar um bom atendimento, ou seja, auxiliar e prestar assistência ao respetivo cliente de forma contínua, de acordo com as suas necessidades. Além disso, é essencial ter em atenção à língua, costumes e tradições, caso se esteja a lidar com pessoas de culturas diferentes, para que seja possível comunicar de forma clara e

respeitosa. No hotel onde decorreu o estágio o contacto com pessoas de todas as partes do mundo era constante, o que tornava a questão do atendimento muito importante e rigorosa. Além disso, o facto de ser um estabelecimento hoteleiro classificado com cinco estrelas, impunha por si só uma certa exigência no trabalho, na postura e no próprio atendimento. Neste local a satisfação e compreensão das necessidades do hóspede eram a prioridade, tendo como base um atendimento formal, mas ao mesmo tempo, adaptado às características particulares de por quem lá passava, de forma a proporcionar uma estadia agradável e em conformidade com aquilo que era exigido.

A preocupação nos dias de hoje é a realidade no atendimento e a diversificação nos serviços oferecidos aos hóspedes dos hotéis. Os funcionários são treinados e qualificados com base em modernas técnicas e direcionados especificamente para o atendimento setorial, o que não ocorria em época passadas onde os serviços domésticos eram requisitados para o atendimento sem padrão de qualidade e sem experiência e costumes próprios. (Pereira e Coutinho 2007: 2)

Parte II

4. A Entidade Acolhedora

No dia 18 de dezembro de 2014 foi lançada uma nova marca turística, a NAU *Hotels & Resorts*, que veio substituir o grupo *CS Hotels, Golf and Resorts*. Este novo grupo hoteleiro português, que tem como acionista o Fundo de Recuperação Turismo, sob gestão da ECS Capital, passou a deter os imóveis e ações que faziam parte do património dos Hotéis CS. Este novo grupo gere dez hotéis e unidades de alojamento turístico por todo o país. Existem sete unidades no Algarve (uma delas é um Hotel Apartamento), um hotel no Alentejo, outro em Lisboa, um no Douro e, além disso, detêm o Palácio de Congressos do Algarve. O grupo iniciou a sua atividade em finais de 2014, com um conjunto de hotéis de elevada qualidade, cuja oferta se encontra concentrada em unidades hoteleiras de 4 e 5 estrelas. Seguindo o seu lema, “*Leading Guest Happiness*”, o grupo distingue-se pela diversidade de localizações, pelo posicionamento no segmento superior e pela qualidade das suas instalações. (*Alojamento em Portugal* 2014: 34)



Figura 6: Logótipo do grupo

Fonte: <http://www.nauhotels.com/index.php/pt/institucional/noticias/29-noticias/189-nau-hotels>

Recentemente, no mês de outubro deste ano, o *The Vintage House Douro*, que estava à venda, foi comprado pela “*holding*” *The Fladgate Partnership*, detentora das marcas de vinho do Porto *Taylor’s*, *Croft* e *Fonseca*. Por coincidência, o hotel acabou por voltar às suas origens, dado que tinha sido a *Fladgate* a construí-lo, num local onde se encontravam uns antigos armazéns da *Taylor’s*. (Larguesa 2015: s.p)

O *The Vintage House Douro* foi instituído através da adaptação de uma antiga quinta do século XVIII, situada na margem do Douro, na localidade do Pinhão. Infelizmente, não existem registos concretos sobre a evolução e história do espaço, mas de acordo com algumas pessoas da região e com alguns funcionários mais antigos do hotel, esta propriedade pertenceu à *Taylor’s* (uma das mais antigas casas de comércio do vinho do Porto). Nessa altura, serviu como uma adega vinícola, onde era armazenado o vinho do Porto antes de ser transportado pelos barcos Rabelos, até ao Porto. Mais

tarde, a *Taylor's* desistiu deste espaço, até que foi recuperado para funcionar como um hotel, sofrendo algumas obras de reestruturação e melhoramento, mas mantendo sempre alguns dos seus traços antigos. Em 1998, o espaço foi adaptado para se tornar um magnífico hotel de cinco estrelas, com todo o conforto, instalações e serviço de elevados padrões, mantendo o charme de antigamente, através de uma arquitetura tradicional que foi cuidadosamente preservada.



Figura 7: *The Vintage House Douro*

Fonte: <http://www.produtoresdevinho.pt/viver-arte-das-vindimas-no-vintage-house-hotel/>

O hotel, que funciona durante todo o ano, dispõe de uma piscina exterior, um *court* de ténis, vários jardins, um estacionamento privativo exterior e garante aos hóspedes o acesso grátis à internet com e sem fios. Dentro do mesmo, existem, no total, quarenta e três quartos com varandas, dos quais cinco são juniores *suites* e duas são *suites* de luxo, que proporcionam uma vista deslumbrante para a paisagem. Ainda dentro do hotel, existe o Bar *Library*, um espaço que possui bar e biblioteca e um acesso privativo que tem origem no bar e permite chegar até à estação de comboio de maneira mais rápida sem ter de se sair do hotel pela entrada principal. O restaurante Rabelo, que pertence ao hotel, sob a liderança do chefe João Santos, que demonstra a tradicional cozinha portuguesa ao conjugar os sabores da região e que se encontra em funcionamento todo o ano, quer seja para hóspedes ou passantes que estejam apenas de visita ao hotel. No Verão, é possível almoçar ou jantar no terraço do hotel, o que permite observar com mais detalhe a paisagem em redor. Existe também um salão de jogos, com uma mesa de bilhar, televisão, lareira, sendo um espaço agradável e onde se pode relaxar e divertir. O salão de pequenos-almoços também possui um terraço, sendo possível para o cliente desfrutar da primeira refeição do dia tendo como plano de fundo a maravilhosa paisagem do Douro. A piscina e os jardins são muito agradáveis e

bonitos, e existe também um acesso pelo hotel que vai dar diretamente ao cais, junto à margem do rio Douro. Além disso, também possui uma Loja de Vinhos e uma Academia de Vinhos, onde se pode apreciar e aprofundar os conhecimentos sobre o vinho, através de cursos, diversas provas de vinhos, a adesão ao Clube *Vintage* e a todo um conjunto de ações organizadas.

O *The Vintage House Douro* não é apenas um espaço de lazer, mas permite também a realização de conferências e reuniões, possuindo três salas equipadas e com capacidade para 80 pessoas. A unidade é também requisitada para eventos, como batizados, casamentos e festas de aniversário, e também é possível organizar uma visita guiada ao hotel, visitar, fazer compras e provas na Loja de Vinhos, fazer refeições no restaurante, ou tomar alguma coisa no bar, sem ser necessariamente hóspede. O hotel tem acesso direto e privativo a uma estação ferroviária, o que constitui mais um ponto de acesso à unidade. Por último, o hotel propõe diversos programas que incluem passeios de barco (em barcos grandes ou rabelos e passeios em barcos pequenos), passeios pedestres, passeios de bicicleta, visitas a quintas da região, atividades desportivas (futebol, ténis, bilhar) e diversas atividades motorizadas.

O hotel dispõe de variados setores internos que possuem um responsável de secção, encarregado de orientar o trabalho a ser exercido pelos restantes trabalhadores. Assim, atualmente o hotel tem uma diretora geral, uma assistente de direção, duas técnicas da Qualidade de Área, uma chefe de receção, uma governanta geral, um responsável pelo Economato, um chefe de mesa/bar, um chefe de cozinha, uma responsável pela Loja de vinhos, um chefe de manutenção e outro de jardinagem.



Figura 8: Organograma do hotel

5. Apresentação das atividades desenvolvidas

Ficou decidido que o estágio seria preenchido com permanência em variados setores do hotel, sendo que o cronograma das atividades a desempenhar foi elaborado pela instituição e enviado para mim pela Dona Alice Sequeira, responsável dos Recursos Humanos, antes do início do estágio.

| Nome | Receção | Loja de Vinhos | Andares | IN | OUT | Alojamento | Remuneração |
|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|------------|------------|------------|-------------|
| Vanessa Pereira | 15/05/2015 a 30/06/2015 | 02/02/2015 a 25/03/2015 | 26/03/2015 a 14/05/2015 | 02/02/2015 | 30/06/2015 | Sim | Não |

Figura 9: Cronograma de estágio

5.1 Wine Academy (Loja de vinhos)

Entre 2 de fevereiro de 2015 e 25 de março de 2015, as tarefas a desempenhar foram na Loja de Vinhos. Nesse local, foi dada assistência à Coordenadora da Academia de Vinhos na organização e controlo das atividades da mesma, de forma a garantir a prestação de um serviço de qualidade e a satisfação dos clientes de acordo com a estratégia da empresa e do Grupo.

No primeiro dia de estágio, 2 de fevereiro, eu e as minhas colegas Sara Silva e Sílvia Borges, dirigimo-nos ao hotel, pois tinha ficado decidido por *email* que teríamos de nos apresentar lá as 09h30. Assim, quando chegamos fomos até à receção, onde nos encaminharam para o departamento de Recursos Humanos para falar com a responsável, a Dona Alice Sequeira que prontamente nos recebeu. Em seguida, estivemos a preencher uns papéis para formalizar o estágio (informações de contacto) e de seguida fomos encaminhadas para as nossas secções. No entanto, eu não me pude dirigir imediatamente à minha secção, a Loja de Vinhos, pois a minha chefe e orientadora de estágio estava numa reunião, de tal forma que estive durante uma hora com a Dona Alice. Durante esse período de tempo, tive oportunidade de ir com ela aos

correios e ao banco, dado que depois iria ser necessário que eu fosse também a esses sítios e assim fiquei logo a saber o caminho e o que era necessário fazer.

Por volta do meio-dia, a Dona Alice acompanhou-me até à loja para conhecer a minha chefe e quando lá cheguei fomos apresentadas. A minha chefe de secção e orientadora de estágio na loja, a Anabela Barata, fez-me uma apresentação do espaço, mostrou-me a nossa copa (local onde estava o frigorífico, as loiças e alguns vinhos já abertos para utilizar em provas), os tipos de produtos que eram lá vendidos (além dos vários tipos de vinho do Porto, havia vinhos de mesa, mel, azeite, compotas, biscoitos, chocolates e peças de artesanato (ver anexo 1) e as regras de segurança da loja. Ela explicou-me que tínhamos de monitorizar diariamente as temperaturas do frigorífico e fazer o seu registo, o que era necessário fazer sempre que chegava à loja de manhã (onde ligar as luzes, como abrir as portas principais que estavam fechadas a cadeado e ligar o computador) e o horário de funcionamento da loja que era sempre o mesmo diariamente, abria às 10h e fechava às 19h, sendo que nesse período de tempo, tinha direito a meia hora para almoçar e a meia hora para lanchar. Depois disso, fomos ambas almoçar para eu aprender o caminho para o refeitório (o horário de almoço era entre as 12h e as 13h), mas nos dias seguintes passamos a ir almoçar à vez, para que não fosse necessário fechar a loja.

Durante a tarde, ela esteve-me a explicar como funcionava o sistema operativo da loja, *Micros* e o *POS*, programa e máquina na qual estavam inseridos todos os produtos à venda na loja, distribuídos por produtor e categoria. Além disso, também estive a analisar alguns documentos sobre o funcionamento da loja, a repor alguns artigos do *stock* em exposição, a colocar etiquetas e a decorar os frascos de compotas que eram feitas no hotel. No final do dia, estive a observar a minha chefe a fazer o fecho de caixa que consistia no preenchimento de um documento onde se colocavam os valores das vendas do dia (caso as houvesse), tinha de se discriminar se eram vendas em dinheiro ou em cartão (caso fossem em dinheiro tinha de o entregar na receção), os respetivos talões de vendas, o talão do TPA (onde aparecia o valor total do dia das vendas pagas em cartão) e o talão com o resumo do dia que era impresso através do *POS* (ver anexo 2). No fim de se organizar isto tudo, ia-se entregar o fecho de caixa, juntamente com a chave da loja, à receção.

Os dias que se seguiram foram passados mais a observar como é que as coisas funcionavam na loja, dado que ainda não estava apta para fazer vendas sozinha. Quando eram realizadas variadas provas de vinho e degustações (ver anexo 3 até ao 11), a minha

chefe fazia-as e eu observava e ajudava a preparar o espaço para o efeito (pôr a mesa, escolher os vinhos), pois cada tipo de prova tinha uma apresentação e produtos diferentes. Existia também a possibilidade de realizar dois cursos de vinho (ver anexos 12 e 13), que deveriam ser marcados com três semanas de antecedência e no fim garantiam aos seus formandos um certificado de participação. Durante a realização de provas, tinha de se fechar a loja e desligar o telefone para não se correr o risco de haver interrupções e assim os clientes poderem estar mais à vontade. Por norma, cada prova demorava cerca de uma hora, no máximo uma hora e meia, dependendo também do tipo de prova e dos clientes. No fim, eu ajudava a arrumar e a limpar o espaço e as loiças utilizadas nas provas.

Outra das tarefas que desempenhava muitas vezes era o arquivamento de documentos (faturas de vinhos, comidas, guias de transporte e transferências diárias internas), pois era a minha chefe que era responsável por analisar e tratar desses assuntos. Assim, enquanto lá estive, dei-lhe apoio nessas matérias, ao separar e organizar os diferentes documentos por datas, categoria e por produtor/fornecedor. Normalmente, enquanto estive na loja, também ia aos correios e ao banco cerca de duas vezes por semana na parte da manhã.

Durante os dias que se seguiram, o trabalho na loja era constante: continuei a fazer o arquivamento de documentos e a entregar vinhos ao restaurante quando era solicitado (transferências diárias internas). No dia 5 de fevereiro, foi quando assisti pela primeira vez à realização de uma prova de vinhos na loja, neste caso a prova foi de vinhos do Porto e de chocolates (ver anexo 9). Assim, ajudei na preparação do espaço, a escolher os vinhos e assisti à prova comentada. Enquanto assistia às provas, tive oportunidade de ficar a conhecer melhor a região, dado que todos os vinhos utilizados pertenciam a produtores da região, e de aprender as principais diferenças entre alguns tipos de vinho. Neste dia tive também oportunidade de fazer o fecho de caixa no final do dia. A minha chefe supervisionou-me enquanto eu fazia isto tudo sozinha.

Nos dias seguintes, continuei a arquivar documentos, a etiquetar compotas e bolachas (ambos os produtos eram feitos no hotel e havia compotas de abóbora, pera e ananás e biscoitos de amêndoa, canela e manteiga), a repor o *stock* sempre que era necessário e a atualizar alguns preços. No dia 11 de fevereiro, foi o primeiro dia que fiquei sozinha na loja, pois a minha chefe esteve de folga. Quando isso acontecia, ela deixava-me sempre algumas tarefas para eu desempenhar durante a sua ausência, e naquele dia, estive então a fazer o inventário da loja. Apesar de ser um processo

trabalhoso, tive oportunidade de ficar a conhecer melhor os diferentes produtos que estavam para venda, assim como os seus produtores. No dia 12 de fevereiro, continuei a fazer o inventário e recebi na loja uma encomenda de vinhos. Além disso, estive a embalar uns chocolates, designados Chocolates de Boa Noite, que iriam ser colocados nos quartos de todos os hóspedes no dia dos namorados (processo no qual cada chocolate é envolto num involucro de plástico com um fio de rafia que depois é utilizado para fechar ao fazer um laço). Existem na loja quatro tipos de chocolates, todos feitos pelo pasteleiro do hotel, que são o chocolate de laranja, o chocolate de queijo (por dentro tem queijo de cabra e por fora é coberto com chocolate de leite), chocolate branco com recheio de mel e o chocolate *florentin* com caramelo, amêndoas e chocolate preto.

Nesse mesmo dia tive oportunidade de fazer a minha primeira venda na loja sozinha, pois a minha chefe ainda estava de folga. Nos dias que se seguiram, tive oportunidade de ajudar na separação de produtos que iriam ser retirados do *stock* da loja e devolvidos aos seus respetivos produtores (foi uma fase de reestruturação, em que os produtos que não tinham muita saída foram devolvidos para darem lugar a novos produtores e respetivos produtos). No dia 18 e 19 de fevereiro, houve a gravação do programa *Masterchef* no hotel e a loja foi utilizada pelo *staff* do programa, mas infelizmente estive de folga nesses dias, então não tive oportunidade de estar presente no evento. No dia 20 de fevereiro, ajudei na limpeza da loja após a sua utilização para o programa *Masterchef* e, além disso, tivemos também uma prova de Introdução ao Vinho do Porto para 12 pessoas, sendo que ajudei na montagem e preparação para a realização da mesma.

Entre o dia 5 e o dia 14 de março, a minha chefe esteve de férias, pelo que fiquei, durante esse tempo, a única responsável pela loja, dado que, além de mim, só ela é que lá trabalha. Assim, foram-me designadas várias tarefas a realizar durante a sua ausência, como o embalamento de biscoitos e respetiva etiquetagem, reposição de *stock* quando necessário, receção de encomendas, trocas de *emails* para marcação de provas (neste caso as provas só podiam ser realizadas quando a minha chefe estivesse de volta das férias, ou caso o chefe de restaurante estivesse disponível), preparação de sacos de ofertas para clientes quando solicitado pela diretora (essa oferta incluía três frascos de compotas e três sacos de biscoitos diferentes). Durante este tempo em que estive sozinha, aproveitei para fazer algumas pesquisas na internet sobre os diferentes tipos de vinhos do Porto, o seu processo de produção, produtores da região, de forma a ganhar

mais informação e poder ter conhecimentos para auxiliar e recomendar aos clientes quando precisassem de conselhos para escolher algum vinho. Além disso, foi-me pedido pela minha chefe para criar uma brochura sobre a história do vinho do Porto, na qual tive de fazer um pequeno resumo que incluísse datas importantes, métodos de produção e o tipo de uvas utilizadas para fazer o vinho . Essa mesma brochura teria de ter uma versão em português e outra em inglês para estarem disponíveis na loja, caso o cliente quisesse ver ou ficar com alguma para si (ver apêndices 1 e 2).

No dia 7 de março, tive de fazer a montagem para uma prova de Vinhos e Queijos (ver anexo 8), que iria ser realizada na sala de estar do hotel, pelo responsável do bar. No entanto, nesse dia houve um imprevisto e essa pessoa não a pode realizar, pelo que me foi pedido para a fazer. Apesar de ter sido em cima da hora, realizei a prova em inglês a um casal americano, na qual falei um pouco sobre a região, apresentei os vinhos que estavam em prova e os diferentes queijos, pois cada um deles era para ser degustado com um vinho diferente. No fim da explicação, deixei os clientes degustarem os produtos à vontade e quando finalmente terminaram é que me dirigi a eles para saber se tinham gostado e se tinham mais alguma dúvida. A prova correu muito bem e o *feedback* deles foi muito positivo, pois ficaram muito satisfeitos.

Durante este período de ausência da minha chefe, continuei a desempenhar as funções que me tinham sido atribuídas e todos os dias, ao final do dia na altura de fazer o fecho de caixa, ligava-lhe para lhe relatar como tinha corrido o dia. Em todo o caso, ela estava sempre disponível a qualquer hora do dia, caso eu tivesse alguma dúvida ou problema podia-lhe ligar. Se por acaso não conseguisse falar com ela, podia sempre ligar para os meus colegas da receção, economato e restaurante para me ajudarem com qualquer tipo de situação extraordinária.

Depois de a minha chefe voltar das suas férias, eu já me sentia muito mais à vontade a trabalhar na loja, dado que aqueles dias todos sozinha me deram mais confiança e oportunidade de aprender e me desenrascar sozinha. Nos dias que se seguiram, além de desempenhar as tarefas habituais, estive, juntamente com ela, a elaborar novos preçários para a loja, dado que, como muitos produtos tinham saído e outros novos tinham chegado, teve de haver uma reestruturação, não só a esse nível, como também do espaço. No meu último dia na loja, dia 25 de março, estive sozinha, pois a minha chefe esteve de folga. No entanto, estivemos juntas ao fim da tarde na loja, pois ela quis vir ter comigo para podermos conversar sobre o meu percurso na loja, sobre o qual dei a minha opinião relativamente ao estágio realizado e ela também me

deu o seu *feedback*. No fim do dia fiz então pela última vez o fecho de caixa e de seguida fui até a receção entregá-lo juntamente com a chave da loja.

5.2 *Housekeeping* (Andares)

Entre o dia 26 de março de 2015 e 14 de maio de 2015, foram desempenhadas funções nos Andares (*housekeeping*). Desde limpeza e arrumação de quartos, de áreas públicas, limpeza e tratamento de roupa, entrega e receção de roupa, entre outros.

No meu primeiro dia nos andares, fiz o horário das 9h até às 18h, no qual tinha direito a meia hora para almoço e meia hora para o lanche. Assim, de manhã dirigi-me até à lavandaria para ir ter com as minhas colegas, como tinha ficado combinado no dia anterior, dado que já as tinha conhecido antes. Nos andares existem atualmente seis empregadas de limpeza e uma governanta. A governanta era a dona Ana Bela Barros, que foi a minha chefe de secção e orientadora. Ela tinha inúmeras responsabilidades como organizar, coordenar e controlar as atividades de limpeza, arrumação e decoração dos quartos e áreas públicas e os serviços de lavandaria. Além disso, é ela que é responsável pelas requisições a outras secções, caso seja necessário e tem a responsabilidade de visionar todos os quartos antes de eles serem ocupados para confirmar que tudo se encontra em ordem. Todas estas responsabilidades tinham como objetivo garantir a prestação de um serviço de qualidade e a satisfação dos clientes (ver anexo 14 e 15).

As minhas funções nos andares eram equivalentes às das minhas colegas de limpeza, por isso tínhamos como responsabilidade executar os serviços de limpeza das zonas comuns de hóspedes, arrumar e decorar os quartos, andares e as zonas comuns, escritórios/gabinetes, balneários de colaboradores, serviço de lavandaria e zona de receção de mercadorias (ver anexo 16).

Durante a manhã do meu primeiro dia, fui com uma das minhas colegas fazer a limpeza das casas de banho públicas, do salão de jogos e da sala de estar. Nesse dia, também houve oportunidade para ir limpar alguns quartos, apesar de que normalmente só se consegue começar a limpar os quartos ao fim da manhã ou depois de almoço, pois muitos clientes só saem depois do meio-dia. Assim, enquanto estive com ela, ela explicou-me tudo aquilo que é necessário para efetuar a limpeza das áreas públicas, onde ir buscar o carrinho de limpeza e os materiais que tinham de lá estar. Neste caso, o carrinho deve ser repostado diariamente e deve conter:

- Produtos para lavagem dos pavimentos;
- Produtos para limpeza dos vidros, móveis e sanitários;
- Ambientador;
- Rodo;
- Mopa;
- Esponjas;
- Papel higiênico;
- Toalhas para reposição no WC públicos;
- Balde e esfregona;
- Panos de limpeza;
- Sacos do lixo.

Quando se efetuava limpeza das áreas públicas (casas de banho e balneários do pessoal), fazia-se sempre um registo de higienização diário (ver anexo 17).

Limpeza dos quartos

Depois destas limpezas estarem completas, fomos todas almoçar e de seguida começamos as limpezas dos quartos. O hotel possui no total 43 quartos, dos quais cinco são *suites* juniores e duas são *suites* de luxo, mas por norma, na época em que lá estive, limpávamos diariamente entre 20 a 30 quartos, número que variava consoante a ocupação do hotel. Em cada piso do hotel existe uma copa que pertence aos andares e onde se guarda o carro de limpeza, roupa de cama, *aménities*, toalhas, alguns produtos para os quartos, camas extra e berços. Para se proceder à limpeza de um quarto, é preciso ter em atenção muitos pormenores e, primeiro que tudo, tem de se consultar a lista que nos é fornecida pela governanta com a respetiva distribuição do pessoal pelos quartos que têm de ser limpos e ter em conta se são saídas ou se são quartos ocupados. Depois, tem de se ir buscar o carro de limpeza à respetiva copa que corresponde ao piso que se vai limpar, ou uma que esteja mais próxima e verificar se o carro possui todo o material necessário (ver anexo 18). Assim, temos de levar o cesto dos produtos de limpeza, como referido anteriormente, e temos de nos certificar se o carro dos andares tem:

- *Aménities* (gel de banho, champô e leite corporal, sabonetes, luva de limpeza de sapatos e touca de banho) na parte superior do carro;
- Copos descartáveis, na parte superior do lado direito;

- Base de copos, na parte superior do carro junto à capa CS;
- Águas minerais, na prateleira superior do carro, do lado esquerdo;
- Documentação diversificada na parte superior dentro da capa CS;
- Roupa de cama, na prateleira superior;
- Turcos, nas prateleiras intermédias;
- Cestos de limpeza, por debaixo dos sacos do lixo;
- Sacos diversos, na parte superior do carro;
- Cesto de produtos de limpeza, na prateleira superior, debaixo dos sacos do lixo;
- Papel higiénico, na parte superior do carro, do lado direito;
- Prateleira do fundo: do lado direito os lençóis de casal e do lado esquerdo as toalhas de banho;
- Sacos do lixo: três sacos, de cores diferentes, para a separação do lixo no suporte superior, por cima do cesto de produtos de limpeza;
- Saco para roupa suja: colocado no suporte superior direito.

Os carros de limpeza devem ser repostos diariamente no final da sua utilização para estarem prontos a utilizar no dia seguinte.

No caso de serem saídas, ou seja, o quarto vai ser posteriormente ocupado por outros clientes, tem de se proceder a uma limpeza mais profunda. Assim, relativamente aos quartos *standard*, tem de se retirar toda a roupa de cama e toalhas de casa de banho e repor outras novas, limpar o pó, retirar todo o lixo e colocar sacos do lixo novos, limpar a casa de banho (lavar a banheira, o lavatório, o bidé e a sanita) repor os *aménities* necessários e aspirar o chão. Para se fazer a cama, utilizam-se lençóis e uma capa branca e coloca-se sempre uma manta por cima ao fundo e quatro almofadas, duas grandes e duas pequenas (ver anexo 19).

Todos os quartos possuem um porta-malas, uma televisão, um telefone, uma garrafa de água sem gás de oferta que é colocada na mesa juntamente com dois copos de vidro, dois sofás, duas mesas-de-cabeceira, uma secretária e uma mesinha. Dentro do armário temos um cofre, uma lista de serviço de lavandaria, um saco de lavandaria, duas almofadas pequenas extra, uma manta extra, um secador de cabelo e um mini bar que deve conter: duas águas sem gás, duas águas com gás, duas Coca Colas, dois sumos, duas cervejas, uma embalagem de batatas fritas, duas embalagens de chicletes e um

chocolate. Em cima da secretária tem de se colocar a capa CS com um *fact-sheet* em português e inglês, uma folha de informação, brochuras em inglês e português, uma esferográfica, um cartão ecológico, um pedido de pequeno-almoço, um bloco de notas, folhas de papel de carta A4, envelopes, questionário de satisfação de cliente, uma lista telefónica, um preçário de costura, um cartão de contacto da diretora e o diretório que contém a carta de *roomservice*.

Na casa de banho, temos de colocar dois robes pendurados atrás da porta, uma caixa de *aménities* colocada sempre do lado da banheira, do lado oposto, um espelho de cosmética e dois copos descartáveis, duas toalhas de rosto, uma ou duas toalhas de bidé e um saco do lixo dentro do caixote. Em cima do autoclismo colocamos um saco higiénico com um rolo de papel higiénico por cima e uma caixa de lenços faciais. No chão, junto a banheira, coloca-se um tapete dobrado em três e em cima, no suporte, colocam-se duas toalhas de banho.

Nas *suites* de luxo, existem algumas diferenças em relação aos quartos *standards*. Além de serem maiores, possuem também um cadeirão, um sofá cama e um roupeiro maior. Na casa de banho é tudo igual ao quarto *standard*, com exceção de que os *aménities* são de uma marca diferente dos outros, e possuem outros de oferta como um pente, uma escova de dentes, um kit de barbear, um kit de costura, um kit de manicura, uma calçadeira e um desmaquilhante (ver anexo 20).

No caso das *suites* juniores, elas possuem o mesmo conteúdo que os quartos *standard*, quer no quarto, quer na casa de banho, com a exceção de que o quarto é um pouco maior. Todos os quartos têm varanda, com vista para o rio Douro, que possui uma mesa e duas cadeiras e também temos de a verificar.

Quando se faz quartos ocupados, ou seja, os mesmos clientes ficam no mesmo quarto mais do que uma noite, a limpeza é feita de uma forma um pouco diferente. Assim, o que normalmente se faz é retirar todo o lixo e colocar sacos novos, repor a garrafa de água sem gás de oferta, lavar os copos de vidro, fazer a cama e trocar os lençóis apenas se estivessem sujos, limpar o pó, verificar o armário e ver se era preciso repor alguma coisa no mini bar. Na casa de banho, retira-se o lixo, as toalhas que estejam sujas e poem-se outras limpas, repõem-se os *aménities*, caso seja necessário, o papel higiénico e limpa-se a banheira, o bidé, a sanita e o lavatório.

Tratamentos *vip*

Em algumas ocasiões especiais (normalmente a pedido da direção, ou para fazer uma atenção a certos clientes), era-nos pedido para colocarmos nos quartos os chocolates de Boa Noite. Nesse caso, os chocolates eram-nos entregues pelo responsável da Loja de Vinhos, que era quem os embalava e etiquetava, para então os colocarmos nos quartos. Normalmente colocava-se o chocolate em cima da cama ao pé da almofada. Quando os chocolates nos eram entregues para este efeito, a governanta fazia o registo num documento, onde inseria o tipo de chocolate que nos tinha sido dado e a data (ver anexo 21).

Além dos chocolates, também existe a possibilidade de fazer um tratamento *vip* a clientes, no caso de reclamações ou simplesmente para dar uma atenção especial. Assim existem três tipos de tabuleiros *vip* que são da nossa responsabilidade:

Tabuleiro *vip* I:

Para noivos, é entregue, no quarto, uma garrafa de espumante;

Em caso de aniversários, é entregue um bolo e uma garrafa de espumante.

Tabuleiro *vip* II:

O normal consiste num *decanter* de vinho do Porto e uma taça com frutos secos;

O especial consiste num *decanter* de vinho do Porto, uma taça com fruta fresca, normalmente de frutos vermelhos e flores.

Por último temos o tratamento *vip*, que inclui o saco de ofertas referido anteriormente na secção da Loja de Vinhos, que consiste em compotas e biscoitos. Em todos os casos, com exceção do último que é preparado na loja, são as empregadas dos andares que preparam e colocam os tabuleiros *vip* nos quartos. Nestes casos também é feito um registo e controlo mensal pela governanta, num documento que indica o mês e os dias em que se fez determinado tratamento *vip* (ver anexo 22).

Perdidos e achados

Enquanto estive nos andares, deparei-me com situações em que os hóspedes se esqueciam de alguma coisa no quarto. Nestes casos, temos de guardar o objeto encontrado durante seis meses, identificá-lo, colocar a data e o número do quarto em que foi encontrado e fazer o registo no documento de “Perdidos e Achados”, disponível *online* numa pasta compartilhada entre as secções do hotel. Dessa forma, os colegas da receção podem consultar esse documento quando quiserem, caso, por exemplo, o cliente telefone para o hotel para saber se tinha sido achado o objeto (ver anexos 23 e 24).

No dia 17 de abril, tive oportunidade de experimentar o horário das 8h às 17h, pois, até esta data, tinha estado a fazer o horário das 9h às 18h. Quando se entra a esta hora de manhã, existem outras tarefas que têm de ser cumpridas, tais como efetuar a limpeza da receção (aspirar e retirar o lixo), limpar as casas de banho públicas perto da receção, limpar o restaurante (limpar o pó, aspirar e passar o chão a pano), limpar o bar (aspirar, limpar o pó e passar o chão a pano), a sala de estar (limpar o pó e aspirar, pois o chão é de alcatifa) e por último, limpar as outras casas de banho públicas. No fim de executar estas tarefas, arruma-se o carro de limpeza, sem esquecer de o reabastecer para ficar pronto para o dia seguinte, e segue-se para a lavandaria para tratar da roupa. Aqui, trata-se de toda a roupa dos quartos (lençóis, capas, toalhas), roupa do restaurante (toalhas de mesa, de esplanada e guardanapos) e das fardas de todo o pessoal do hotel. Por norma, eu fazia serviço de lavandaria ao fim da manhã antes de ir almoçar, e ao fim da tarde, depois de todos os quartos estarem prontos. Na lavandaria podemos encontrar uma máquina de lavar grande e três pequenas, uma máquina grande de secar, duas calandras para passar a ferro os lençóis e as tolhas de restaurante e uma tábua e ferro de engomar.

Roomservice

Outra das funções que as empregadas de limpeza desempenhavam era o serviço de *roomservice*. Nestes casos, os clientes faziam o pedido de pequeno-almoço, através do preenchimento do “Pedido de Pequeno-almoço” que se encontrava no quarto, e deixavam-no pendurado na maçaneta da porta, ou então faziam o pedido diretamente na receção. Depois, o pedido era encaminhado para a cozinha para ser feita a preparação e mais tarde entravam em contacto connosco para o irmos buscar e entregar ao quarto. O material necessário para o efeito variava consoante o pedido efetuado pelo cliente, mas era sempre servido em tabuleiro. Assim, enquanto estive nos andares, tive oportunidade de fazer este tipo de serviço. No caso de ser *roomservice* para almoçar ou jantar, normalmente era alguém do restaurante que ia fazer a entrega do pedido ao quarto (ver anexo 25). Quando limpávamos os quartos, também éramos nós que retirávamos as loiças utilizadas, mas quando eram loiças de almoço ou jantar (que pertenciam ao restaurante), pedíamos a alguém dessa secção que as viesse buscar ao quarto.

No dia 26 de abril, experimentei o horário da noite, ou seja, entrei às 12h e saí às 21h. Neste dia, quando entrei ao trabalho fomos todas almoçar, pois o horário de

almoço já tinha começado e só depois é que fomos limpar os quartos. Por volta das 18h fui para a lavandaria e estive juntamente com a minha colega com quem estava a fazer este horário, a tratar da roupa dos quartos e da roupa do pessoal. Normalmente é só uma pessoa que faz este horário, mas como eu era estagiária e nunca tinha feito este horário antes e a responsabilidade era muita, ficamos duas nesse dia. Depois de jantarmos, por volta das 20h, fomos fazer a ronda aos quartos. Essa ronda consiste em ir até todos os quartos ocupados (normalmente alguém da receção dá-nos uma lista com essa informação), bater à porta e perguntar ao cliente se está tudo bem e se precisa de mais alguma coisa (toalhas, *aménities*, etc). Caso o cliente não esteja no quarto, entramos no mesmo com a chave mestra dos andares e damos um jeito ao quarto, fazemos a cama caso já esteja desfeita, trocamos as toalhas da casa de banho se estiverem sujas e fechamos as cortinas. Ou seja, além de se limpar os quartos durante o dia, à noite volta-se a repassá-los para garantir que esteja tudo em ordem e que o cliente fique satisfeito. Depois de se fazer a ronda aos quartos todos, também se vai verificar todas as casas de banho públicas e ver se é preciso limpar ou repor alguma coisa. No fim de estar tudo verificado, voltamos para a lavandaria para tratar do resto da roupa para o dia seguinte, em que o principal é que as toalhas de restaurante e as toalhas para as casas de banho (banhos, rostos, bidés e tapetes) fiquem logo prontas, pois é a roupa que mais se gasta. Este foi o único dia em que fiz este horário, sendo que nos dias seguintes voltei a fazer o horário das 9h às 18h.

Na minha última semana, devido à grande ocupação no hotel e ao facto de todas nós sairmos à mesma hora, por volta das 18h, com exceção de quem fazia noite, propus à minha chefe se seria possível fazer o horário das 10h às 19h, pois assim saía mais tarde e podia também dar apoio durante mais uma hora a quem estivesse a fazer o horário da noite. Ela aceitou e então durante a minha última semana estive a fazer este horário. Ao longo deste tempo, as minhas funções nos andares foram constantes, pois este era um tipo de trabalho fixo, onde se tinha de fazer praticamente as mesmas coisas todos os dias. Muitas vezes cheguei a ir limpar as casas de banho públicas, de manhã, sozinha, pois elas confiavam em mim e davam-me essa responsabilidade. Ao fim do dia, pouco antes da minha hora de saída, ia também sozinha fazer a ronda às casas de banho para verificar se estavam em ordem e se era preciso repor papel higiénico, toalhas de rosto ou voltar a limpar alguma coisa.

No meu último dia, tivemos um dia calmo, foi o dia mais calmo que passei nesta secção, pois houve poucas saídas, tanto que estive a fazer quartos de manhã, mas

durante a tarde estive a fazer limpezas gerais no hotel. Assim, estive a limpar todos os corrimões do hotel até por volta das 17h e, depois de lanchar, fui ajudar na lavandaria. Pouco antes da minha hora de saída, fui fazer a ronda às casas de banho públicas do hotel e assim terminei o meu dia e o meu estágio nesta secção.

5.3 Receção

Por último, entre o dia 15 de maio de 2015 e 30 de junho de 2015, as atividades a desempenhar foram na receção.

No meu primeiro dia de trabalho, fiz o horário das 15h30 às 00h. Nesta altura, já conhecia e estava familiarizada com os meus colegas, dado que já os conhecia, pois já nos tínhamos cruzado enquanto estive nas outras secções. No entanto, estava um pouco nervosa neste dia, pois o trabalho nesta secção implica um contacto mais direto com o cliente e exige uma postura mais formal. Assim, quando cheguei à receção, foi-me explicado pelos meus colegas como estava organizado o espaço e, como àquela hora estavam a ocorrer muitos *check-ins*, comecei logo a ajudá-los a receber os clientes.

Na receção trabalha-se com o programa *Micros* (este programa só funciona em inglês), onde se consegue controlar e consultar quais e o número de clientes que vão fazer *check-in* e *check-out* todos os dias, a ocupação e o preço dos quartos em determinada data, entre outras (ver anexo 26, 27 e 28). Ao se selecionar a opção “*Reservations*”, é possível consultar quais as chegadas previstas para uma determinada data. Para saber quais as chegadas do dia, basta selecionar a opção “*Front-desk*” e aparece uma janela a dizer “*Arrivals*”, onde se pode consultar todos os *check-ins* do dia, ou então também é possível procurar por datas. Também é possível verificar a quantidade de hóspedes que se encontram no hotel, para isso seleciona-se a opção “*In house guests*” e aparece uma listagem com os nomes dos clientes e os respetivos quartos. Por último, para fazer *check-outs*, seleciona-se a opção “*Cashing*”, onde aparecem os nomes e os respetivos dados e gastos de todos os hóspedes que vão sair nesse dia.

O programa também é essencial para se poder preparar o *keypass*, documento que contém a chave do quarto que no hotel funciona através de um cartão magnético, dois cartões para as toalhas de piscina (só são dados nesta altura do ano para haver um maior controlo de toalhas utilizadas), uma carta de boas vindas, um documento com o número do quarto, o número de pessoas que vão ocupar esse quarto e o nome do

respetivo cliente e uma folha para o cliente assinar e introduzir as suas informações de contacto. Normalmente os *keypasses* são preparados de um dia para o outro, pela pessoa que estiver a fazer noite, ou seja o horário das 00h as 08h00, dado que a receção nunca fecha. Assim, os colegas que fizerem turno de manhã só têm de confirmar se os *keypasses* estão corretos e fazer as chaves através do programa informático *Vision* (ver anexo 28), pois pode haver a necessidade de efetuar trocas de quartos e, então, as chaves só são feitas de manhã, ou no momento do *check-in*. Para utilizar este programa basta introduzir a palavra passe, e de seguida é necessário colocar o número do quarto atribuído no sistema *Micros*, a data de chegada e a de partida.

Por norma, os *check-ins* só começam a partir das 16h00, mas a maioria dos clientes chega sempre mais cedo, o que por vezes implica que os quartos podem ainda não estar prontos. Desta forma, para fazermos um *check-in* a um cliente, temos primeiramente de lhe perguntar o seu nome e procurá-lo no sistema para confirmar se a reserva está correta. Em seguida, pedem-se as identificações de todas as pessoas que vão ocupar o quarto para se tirar uma fotocópia de forma a mais tarde se poder registar os dados do cliente no sistema e oferece-se um Vinho do Porto de boas vindas, cortesia do hotel, enquanto o cliente espera pela conclusão do *check-in*. O registo das identificações é necessário para sabermos ao certo quem ocupou determinado quarto em determinada data, dado que as reservas não são feitas diretamente connosco, mas sim com a central de reservas do grupo que tem sede em Lisboa. Em seguida, entrega-se o *keypass* e as identificações ao cliente e pergunta-se se vai desejar fazer uma reserva para jantar no restaurante do hotel, principalmente se for para jantar na esplanada. Dado que a afluência nesta altura do ano é muita, aconselhamos sempre os clientes a reservar. Caso o cliente queira, preenche-se um papel onde se indica o número de quarto, o nome do cliente, se vai almoçar ou jantar, a data, as horas e o número de pessoas, para mais tarde entregar ao pessoal do restaurante para eles se organizarem. Por norma, também aconselhamos no momento os vários tipos de passeios de barco que se podem realizar, dado que por vezes os clientes chegam cedo e os quartos ainda não estão prontos. Além disso, pergunta-se ao hóspede se vai necessitar de ajuda com a bagagem ou se prefere que alguém a leve até ao quarto e se quer deixar a chave do carro para alguém ir estacionar o seu carro. Em seguida, a pessoa que estiver a fazer o *check-in* acompanha sempre o hóspede ao quarto e durante o percurso explica onde fica localizado o restaurante, o bar, a piscina, o salão de pequeno-almoço, a loja de vinhos e os seus

horários de funcionamento. Em todo o caso, aconselhamos sempre o cliente a ligar ou a dirigir-se à receção em caso de dúvida ou se precisar de algum tipo de recomendação sobre sítios a visitar, restaurantes e atividades que pode fazer na região, dado que temos informação já organizada e compilada para esse efeito (ver anexo 30).

Durante o meu primeiro, dia tive oportunidade de ajudar os meus colegas a fazer *check-ins*, a atender telefonemas, dado que para o fazer tive de aprender a forma correta de atender o telefone, que consistia em dizer sempre o nome do hotel, desejar bom dia à pessoa e dizer o meu nome. Quando se atendia telefonemas era preciso ter muita atenção e registar o nome da pessoa que estava a ligar e tentar perceber qual era o assunto em causa, caso desejasse falar com alguém do hotel, para assim ter a informação necessária antes de passar a chamada. Os telefonemas relacionados com reservas e disponibilidade, normalmente tínhamos de transferir para a central de reservas do hotel que está localizada em Lisboa. Também acompanhei clientes aos quartos e fiz os *profiles* (registo das identificações no sistema). Apesar disso, passei a maior parte do dia a observar e a fazer perguntas sobre o funcionamento das coisas na receção.

No dia seguinte, já tive oportunidade de fazer um *check-in* sozinha, mas sempre sob o olhar atento dos meus colegas que intervinham sempre que fosse necessário. O procedimento para fazer os *check-ins* era sempre o mesmo e, em caso de dúvida relativamente aos quartos, entrávamos sempre em contacto com as colegas do *housekeeping*. Enquanto estive na receção, tive oportunidade de experimentar os horários todos, no entanto os que mais fiz foi o intermédio, que começava as 10h30 e acabava as 19h. Este horário permitia-me fazer *check-outs* de manhã e *check-ins* à tarde, sendo que era o mais indicado para eu aprender a fazer ambas as coisas. Assim, como os *check-outs* terminavam as 12h, e por vezes havia clientes que saíam mais tarde, pude observar nos primeiros dias quais os procedimentos necessários para realizar um *check-out*. Desta forma, quando fazia o horário das 10h30, ao chegar à receção já tinha lá os meus colegas, que tinham entrado às 08h00, e que já tinham imprimido os extratos, documento que é apresentado ao cliente que inclui todos os gastos no hotel (alojamento, restaurante, bar) e o total a pagar. Caso o cliente já tivesse pago o alojamento através de alguma agência de viagens, no extrato só aparecia o total dos gastos em restaurante e bar, caso os haja. Relativamente ao mini bar, é preciso perguntar sempre ao cliente se consumiu alguma coisa, dado que essa informação não aparece automaticamente no sistema e temos de ser nós a registá-la no momento do *check-out*. Assim, quando o

cliente se dirige à recepção para fazer o *check-out*, perguntamos-lhe qual o número do quarto e pedimos-lhe a sua chave. De seguida, entregamos o extrato correspondente, perguntamos se teve algum consumo de mini bar, o cliente confirma os valores (apresentamos os talões de restaurante e bar que são entregues na recepção) e procede ao pagamento. Após o pagamento, selecionamos no programa a opção de pagamento utilizado, de seguida damos *check-out* e o sistema imprime automaticamente a fatura para depois ser entregue ao cliente.

Por último, perguntamos sempre ao cliente se vai necessitar de ajuda com a bagagem e se quer que lhe vamos buscar o carro para trazer para a entrada da recepção e se precisa de indicações ou de alguma recomendação.

Por vezes, tínhamos clientes que se dirigiam ao hotel a perguntar se tínhamos algum quarto disponível. Nesses casos, é possível verificar no programa *Micros* se existe disponibilidade e qual o preço dos quartos naquele dia, dado que o preço da diária varia consoante o nível de ocupação, pelo que o valor nunca é exatamente o mesmo todos os dias. Assim, caso houvesse disponibilidade e o cliente quisesse ficar, chamamos a isso um *walk-in*. Dessa forma, o procedimento para fazer o *check-in* é quase o mesmo do normal, com exceção de que também temos de pedir o número do cartão de crédito ao cliente.

Outra situação muito comum no hotel é a recepção de grupos. Estes grupos, normalmente de estrangeiros, costumam fazer parte de uma *tour* e normalmente já vêm com um itinerário. Nestes casos, o hotel é avisado com antecedência que os vai receber. Para realizar o *check-in* destes grupos, normalmente recebemos uma lista com alguns dias de antecedência, que contém os nomes, o número de pessoas que vão ocupar os quartos e algumas informações mais específicas caso as haja. Assim, quando eles estão quase a chegar, somos avisados para alguém do hotel ir com a carrinha até à estação (caso venham de comboio) ou até ao autocarro para ir buscar as malas e trazê-las para a recepção. Quando eles chegam ao hotel, por norma vêm acompanhados por um/a guia que nos ajuda a entregar os *keypasses* e, à medida que os vamos entregando, recebemos as suas identificações. De seguida, acompanhamo-los aos quartos ou então o guia ajuda-os ao lhes indicar o caminho e explicar onde ficam localizados o restaurante, bar e o salão de pequenos-almoços. No dia do *check-out* de um grupo, eles vêm até a recepção entregar as chaves e normalmente não lhes apresentamos extrato, pois, nestes casos, o alojamento já foi pago através da agência assim os clientes só pagam os extras, caso os tenham (restaurante, bar e mini bar).

A primeira vez que fiz um *check-out* sozinha foi ao fim de cerca de uma semana na receção. Foi das últimas tarefas que fiz e a que estava com mais receio de executar, pois envolve mexer com dinheiro e tinha receio de me enganar a mexer no programa ou nas contas. No entanto, no dia que o fiz, tive sempre algum colega por perto que me ajudava caso eu precisasse. Como se costuma dizer, só a primeira vez é que custa, tanto que, depois desse dia, continuei a fazer *check-outs* sempre que era necessário, sem medos, e corria tudo normalmente. Os meus colegas demonstravam que confiavam em mim e estavam sempre prontos a ajudar o que me facilitou o trabalho e me deu mais confiança para fazer o que me pediam.

Outra situação muito comum na receção são os pedidos de *roomservice* dos clientes. Como já tinha mencionado anteriormente, quando falei do *housekeeping*, esta operação envolve o pessoal da receção, dos andares, da cozinha e do restaurante. Neste caso, o cliente pode telefonar para a receção para fazer o pedido de *roomservice* e normalmente, passávamos a chamada para o restaurante ou bar, ou então, caso estivesse indisponível no momento, anotávamos o pedido. Se preferissem, iam diretamente falar connosco à receção para fazer o pedido e nós então anotávamos. Posteriormente, todos os pedidos que nos eram feitos diretamente eram então encaminhados por nós para o restaurante ou bar.

No dia 17 de junho, foi o único dia, enquanto estive nesta secção, em que fiz o horário das 08h00 às 16h30 juntamente com mais um colega. Neste horário, quando chegamos a receção, é da nossa responsabilidade imprimir os extratos para os *check-outs* e ir retirar as velas das candeias do jardim que são colocadas no dia anterior à noite.

Durante o meu percurso na receção, as tarefas diárias eram constantes, o que permitiu uma aprendizagem gradual. No meu dia a dia, lidava com clientes constantemente, quer fosse ao telefone ou pessoalmente, dando-lhes apoio em qualquer questão que tivessem. Quando o assunto fosse fora do meu conhecimento, pedia sempre a algum colega para me ajudar ou para lidar com a questão. Uma das coisas que fazia diariamente era recomendar sítios para os hóspedes visitarem, restaurantes, quintas e, como essas situações são habituais, nós já temos na receção mapas da região para lhes entregar (ver anexo 31).

Também tive oportunidade de fazer visitas guiadas no hotel para grupos ou qualquer pessoa que se dirigisse e quisesse conhecer e ver algum quarto. Nestes casos,

mostrei o restaurante, o bar, os jardins e a piscina, o salão de pequenos-almoços, a loja de vinhos e, quando estavam disponíveis, um quarto *standard* e uma suite de luxo.

O meu dia a dia na receção consistia em realizar as variadas tarefas que mencionei anteriormente, sendo que o meu trabalho era de certa forma constante. No dia 30 de maio, houve um evento no hotel que consistiu na apresentação de um livro intitulado *Sabor Doce*, do subchefe de cozinha do hotel, Paulo Rodrigues. Esta apresentação era pública e ocorreu no bar, onde tivemos a presença de familiares, amigos e jornalistas. Apesar de não ter sido um evento muito formal, deu para vivenciar a experiência desta organização.

No meu último dia de trabalho, fiz o horário das 10h30 às 19h00. O dia correu muito bem, fiz alguns *check-ins* e *check-outs*, atendi telefonemas e enviei e respondi a *emails*. Por volta das 16h00, depois de a minha chefe ter chegado para fazer o turno da tarde, entreguei-lhe a folha do registo de horas para acabar de assinar e a folha de avaliação e também entreguei as outras folhas de avaliação nas respetivas secções. Antes de o meu turno acabar, ela pediu-me para conversarmos, pois queria saber qual era a minha opinião relativamente ao meu estágio naquela secção, o que achava dos meus colegas e do trabalho. Em suma, quis saber qual a minha visão geral sobre tudo enquanto estive a trabalhar ali. A minha ficha de avaliação ficou com ela na receção e só no dia seguinte é que ficou pronta e a fui lá buscar.

6. Apreciação crítica do estágio

A região do Douro, onde se encontra localizado o *The Vintage House Douro*, é fascinante e muito rica a nível cultural, histórico, económico e gastronómico, de tal modo que foi considerada Património da Humanidade pela UNESCO em 14 de dezembro de 2001. A escolha desta instituição não foi ao acaso, dado que sempre tive interesse na área do Turismo e na possibilidade de poder estar em contacto com locais de grande valor cultural e histórico. Assim, concluí que esta instituição seria a ideal para a realização do estágio, dado que iria ganhar experiência nos seus vários setores, ter um contacto direto com a região, lidar com pessoas de diferentes culturas e nacionalidades, devido à diversidade de hóspedes, e adquirir novos conhecimentos sobre esta zona e os seus produtos. Além disso, o facto de o alojamento no hotel estar incluído no estágio permitiu-me viver esta experiência mais intensamente. Tive oportunidade de conviver com os meus colegas de trabalho que também estavam lá alojados e desenvolver boas amizades. Além disso, tive a oportunidade de aproveitar alguns dias em que estive de folga e fiquei no hotel, para conhecer a região e visitar alguns locais, e assim ter um contacto direto com aquilo que a região tem para oferecer aos que a visitam.

O estágio realizado na Loja de Vinhos do hotel foi um desafio, dado que eu não tinha qualquer conhecimento a nível de vinhos. Neste caso, tive de aprender a explicar aos clientes algumas diferenças em relação a vinhos do Porto, pois existem diversos (Porto branco, *Tawnys*, *Rubys*, *LBV – Late Bottled Vintage e Vintage*), vinhos de mesa (tinto e branco), para assim conseguir fornecer um atendimento mais completo e rico. Assim, aproveitei o facto de ter estado sozinha na loja entre os dias 5 e 14 de março para fazer pesquisas e tentar encontrar o máximo de informação possível para obter bases de forma a dar um aconselhamento viável aos clientes. Além de o estar a fazer por motivos profissionais, ou seja, para conseguir fazer o meu papel de vendedora, também o fiz por motivos pessoais, pois achei que seria uma mais-valia obter esses conhecimentos e aprender um pouco mais sobre a produção de vinho. Estes dias em que estive responsável pela loja foram um desafio para mim, pois eu tinha muito receio de não estar à altura e de cometer algum erro grave. No entanto, ao mesmo tempo sentia-me feliz e entusiasmada, por ver que a minha chefe já depositava confiança suficiente em mim para me deixar a tomar conta de tudo. Durante este tempo, caso eu tivesse alguma dificuldade, ela estava sempre disponível para me ajudar, por telefone, ou caso não fosse possível, podia sempre contar com a ajuda de alguém da receção ou do

restaurante. Saber que tinha este apoio e disponibilidade dos meus colegas foi essencial para que tudo corresse bem durante este período de tempo.

Nesta mesma altura foi quando me foi pedido para realizar uma prova de vinhos para a qual eu não me tinha preparado, pois foi uma situação de emergência. Nesse dia fiquei muito nervosa, pois tive medo de não conseguir fazer, dado que fui apanhada de surpresa e não me sentia preparada. No entanto, baseei-me na ficha técnica da prova que continha toda a informação necessária, e nas provas a que já tinha assistido, para fazer o melhor possível, conseguindo assim realizá-la e deixar os clientes satisfeitos. Depois, quando a minha chefe regressou, apenas fiquei mais duas semanas na loja, mas já me sentia plenamente à vontade e confiante a trabalhar, sendo que não tenho dúvidas de que aquele período de tempo em que estive sozinha foi essencial e influenciou a minha atitude e desempenho posteriores. Na minha opinião, penso que deveria haver mais iniciativas e eventos na loja para atrair mais pessoas e potencializar as vendas. Além disso, acho que seria uma mais-valia se houvesse pelo menos mais uma pessoa a trabalhar lá, dado que atualmente é apenas a chefe que é responsável. Dessa forma, já seria possível, por exemplo, criar um novo horário de funcionamento que permitisse que a loja ficasse aberta durante mais horas, o que iria contribuir para potencializar o número de vendas. Além disso, ao haver mais uma pessoa responsável pela loja, iria facilitar o trabalho nesta secção e oferecer ao cliente um atendimento mais personalizado.

Por último, tenho a concluir que gostei muito de ter estado na loja de vinhos, mais até do que aquilo que esperava, dado que é uma área que não se enquadra com o meu percurso académico, o que acabou por ser um grande desafio e gratificante a nível pessoal. Assim, gostei muito da experiência nesta secção e dei-me muito bem com a minha chefe, que sempre se mostrou disponível e paciente para ensinar, o que contribuiu para um bom ambiente de trabalho e uma aprendizagem mais eficaz.

No estágio realizado nos Andares (*housekeeping*), estive perante um trabalho mais difícil a nível físico e que exigia um grande empenho, apesar de normalmente não haver um contacto direto com os clientes. Enquanto lá estive, trabalhei tanto como qualquer outra das minhas colegas e a exigência era muita. As funções que desempenhei consistiam em fazer limpezas gerais no hotel, nos quartos e serviço de lavandaria. De certa forma, este foi um trabalho de “bastidores”, que era essencial para manter tudo em ordem e proporcionar um ambiente confortável e acolhedor não só para os hóspedes, mas também para os nossos colegas de outras secções. O meu estágio nesta secção

ocorreu já nos inícios da época alta, o que significa que nesta altura o trabalho era maior e a exigência pedida era elevada. Muitas vezes o que acontecia era que as coisas eram feitas a um ritmo muito elevado, para conseguirmos cumprir os horários estipulados. Havia uma grande pressão por parte da receção, dado que muitas vezes os clientes chegavam mais cedo e queriam logo ir para os quartos, o que implicava que a receção e os andares estivessem sempre em comunicação e houvesse certos conflitos, pois eles queriam levá-los até aos quartos e nós às vezes ainda não os tínhamos prontos. Penso que o maior problema nesta secção era a falta de pessoal, pois se houvesse mais funcionários, as coisas estariam prontas mais rapidamente e o trabalho já não seria tão sobrecarregado. No meu caso, as primeiras duas semanas foram difíceis, pois eu não estava habituada a fazer este tipo de trabalho e porque anteriormente tinha estado numa secção que não me exigia um esforço físico tão grande. Assim, neste período de tempo tinha por vezes momentos em que não me conseguia despachar tão rápido quanto as minhas colegas a fazer as coisas, porque me desorientava em relação aos sítios onde tinha de ir buscar material. No entanto, o ser humano é feito de hábitos e ao fim destas duas semanas consegui-me habituar a este ritmo e a fazer as coisas como elas queriam.

Nesta secção só trabalham mulheres, o que na minha opinião é errado, pois penso que deveria haver homens, principalmente porque às vezes tínhamos tarefas mais difíceis e que exigiam um esforço físico maior. Outra situação com a qual não concordo é o facto de serem as empregadas dos andares a fazerem as limpezas todas do hotel, incluindo a limpeza das áreas das outras secções, com exceção da cozinha. Além disso, penso que seria mais benéfico para o hotel se existisse serviço de lavandaria 24h ou então que houvesse um horário mais alargado, principalmente em época alta, dado que, de momento, a lavandaria apenas funciona até às 22h diariamente. Enquanto estive nos andares, pude sempre contar com a ajuda de todas as minhas colegas que, sempre que possível, se mostravam disponíveis a ensinar e tinham paciência comigo.

Às vezes havia dias em que era quase impossível que elas conseguissem explicar alguma coisa de forma mais aprofundada, pois o trabalho era imenso e o tempo parecia ser insuficiente para fazer tudo. Mesmo assim, penso que consegui cumprir tudo o que me foi exigido nesta secção e a minha relação com as minhas colegas sempre foi muito boa. No entanto, tenho que admitir que de todas esta foi a secção de que menos gostei, devido ao imenso trabalho e à pressão por que passei. Ainda assim tenho consciência de que este trabalho foi muito importante para me ajudar a conhecer os “cantos” do hotel e para aprender a valorizar este tipo de trabalho. Infelizmente, muitas vezes quando

vamos de férias para um hotel não temos a noção do quanto as empregadas de limpeza fazem por nós e de como este trabalho, que normalmente não vemos a ser feito, é essencial para que qualquer pessoa possa desfrutar do ambiente acolhedor e confortável que procura quando vai para estes lugares de lazer. Para concluir, tenho a dizer que o trabalho nesta secção foi uma boa experiência que me ajudou a dar mais importância ao trabalho que aqui é feito e me permitiu ganhar mais experiência de vida.

Por último, em relação à receção, tenho a dizer que foi um trabalho mais completo e satisfatório. Nesta secção tinha de lidar diariamente com hóspedes e visitantes, o que implicava uma postura mais formal e um contacto direto com as pessoas. De certa forma a responsabilidade era muita, pois estava a dar a cara pelo hotel, logo a necessidade de ser eficiente era uma prioridade para mim. Assim, recordo-me que no meu primeiro dia estava nervosa e com receio, não do trabalho em si, mas sim de cometer algum erro que prejudicasse o bom nome do hotel ou de falhar com algum cliente. Tendo em conta que estagiei nesta secção em plena época alta, o nível de trabalho era muito maior e sentia-se mais a pressão. Apesar de este não ser um trabalho muito cansativo a nível físico, acaba por ser desgastante a nível psicológico. Ali, tinha de lidar constantemente com pessoas, quer fosse pessoalmente ou ao telefone, e passava os meus dias a repetir e a explicar as mesmas coisas, em relação a locais para visitar, atividades a realizar, entre outras. O nosso papel na receção era mesmo esse, apoiar e prestar auxílio ao cliente desde o momento que chegava ao hotel, até se ir embora. No entanto, havia dias que eram muito difíceis e desgastantes, pois tudo dependia do tipo de pessoas com que tínhamos de lidar que, infelizmente, muitas vezes eram complicadas.

Durante os primeiros dias tive logo a oportunidade de realizar algumas tarefas importantes, tendo sempre o apoio constante dos meus colegas, que me ajudavam sempre que eu tivesse alguma dificuldade. Como era de se esperar, nos primeiros dias tive algum receio de falar com os clientes, pois ainda não me sentia muito à vontade. No entanto, recebi conselhos dos meus colegas e foi mesmo uma questão de dias até ganhar confiança para o fazer e, a partir desse momento, já me sentia muito mais à vontade naquele ambiente. A receção era composta maioritariamente por homens, sendo que as únicas mulheres que lá estavam era eu e a minha chefe de secção. Na minha opinião, acho que esta secção também tinha falta de pessoal, pois havia dias de muita afluência em que tínhamos muitos *check-ins* ao mesmo tempo, o telefone tocava incessantemente, havia visitantes que queriam conhecer o hotel ou esclarecer dúvidas e era complicado

conseguir gerir isso tudo, dado que normalmente só costumam estar duas pessoas por turno. No meu caso, enquanto estagiária, normalmente trabalhava sempre com mais duas pessoas, o que implicava que nessas alturas eramos três pessoas na receção e, mesmo assim, às vezes era complicado lidar com todo o trabalho. Outra situação que penso que poderia ser melhorada é em relação aos horários, dado que apenas existiam três tipos de horários diferentes: o turno da manhã, desde as 08h00 até as 16h30, o turno da tarde, desde as 15h30 até as 23h30 e, por último, o turno da noite que era composto apenas por uma pessoa, desde as 00h00 até as 08h00. No meu caso, cheguei a fazer o turno da manhã e o da tarde, e além disso também tinha o horário intermédio, desde as 10h30 até as 19h00. Mesmo assim, penso que deveria haver mais alternativas de horário, de forma a conseguir dar vazão ao trabalho nas horas mais difíceis, que, na época alta, costumam ocorrer durante a tarde até depois da hora de jantar. Além disso, outra situação que penso ser injusta para quem trabalha na receção é o facto de terem de estar disponíveis caso algum cliente queira ir visitar ou comprar algo na loja, fora do seu horário de funcionamento. Penso que não é uma situação muito correta, pois essa não deveria de ser uma responsabilidade de quem está na receção. Outro fator que achei relevante é o facto de a receção funcionar 24h por dia, pois penso que é uma mais valia para o hotel ter essa disponibilidade, pois contribuiu para uma maior satisfação e segurança para os clientes, que caso precisem de alguma coisa, mesmo em horas extraordinárias, têm sempre alguém responsável a quem se podem dirigir.

Em relação aos meus colegas, tenho a dizer que gostei de trabalhar com todos, apesar de serem muito diferentes uns dos outros. Eles sempre me deixaram muito à vontade a trabalhar, sempre me ajudaram e faziam questão de me ensinar e esclarecer em qualquer questão que tivesse. A minha chefe de secção também foi muito prestável, sempre se prontificou para me ajudar em qualquer situação e deixou-me sempre à vontade para expressar a minha opinião e tirar qualquer dúvida.

Para concluir, posso afirmar que adorei esta experiência e que gostei de trabalhar nestas três secções. Apesar de as funções e as responsabilidades variarem entre ambas, todas elas foram essenciais para obter uma aprendizagem rica e variada sobre o funcionamento de um hotel. Devo admitir que o ramo da hotelaria não é nada fácil, devido à diversidade de horários e ao trabalho desgastante, mas mesmo assim, penso que correu tudo bem e que foi uma experiência que me enriqueceu a nível pessoal e profissional. Gostei muito do hotel, do ambiente, da paisagem envolvente e das pessoas que conheci e com quem trabalhei, que sempre me trataram muito bem e se mostraram

muito prestáveis. Toda a confiança, amizade e dedicação que me prestaram ao me ensinarem e demonstrarem o que eu teria que realizar aqui dentro foi muito útil e bem recebida. Ter a oportunidade de usufruir deste ambiente laboral e empresarial permitiu-me a entrada e experiência numa área que, para mim, era completamente desconhecida e para a qual por vezes não lhe dava a devida importância. Neste momento, entendo que, nestas instituições, se faz um trabalho notável que se reveste de grande importância para as populações e para o seu desenvolvimento.

Agora que terminei esta etapa, tenho que reconhecer que o estágio no *The Vintage House* Douro foi uma mais-valia para mim. Esta experiência contribuiu para fomentar conhecimentos, pôs à prova as minhas capacidade de trabalho e algumas dificuldades que poderei corrigir posteriormente, assim como me deu a perceber a importância que esta instituição tem na região do Pinhão. Além disso, ajudou-me a obter conhecimentos em três áreas diferentes da hotelaria e a mostrar todas as virtudes e dificuldades ligadas à minha pessoa. A experiência que tive em trabalhar em equipa e todas as dificuldades que tive que combater para prestar um bom trabalho nesta instituição serão sem dúvida um ponto positivo para mim.

Sem dúvida, o estágio no *The Vintage House* Douro foi um marco importante na minha vida que me ajudou a conhecer uma atividade profissional da qual eu não esperava que fosse gostar tanto.

Conclusão

O objetivo principal deste relatório é descrever as atividades desenvolvidas no estágio. O tema fulcral deste relatório é o Turismo, nomeadamente a sua história e evolução ao longo do tempo. Através da apresentação de variadas datas importantes, é possível perceber o quanto este setor de atividade evoluiu, de que forma surgiu e quais as motivações que lhe deram origem. De seguida, referir a importância e contribuição do Turismo em Portugal, e mais especificamente na região do Douro, ao abordar a localidade do Pinhão, onde se encontra localizado o hotel onde foi realizado o estágio. A apresentação de fatores concretos que evidenciam a influência positiva do turismo a nível nacional, tanto a nível económico, como profissional e cultural, serão essenciais para perceber o impacto que este setor tem tido em Portugal. A região do Douro e do Pinhão possuem características únicas, que serão referidas, e que tornam esta zona do norte muito importante para o desenvolvimento do turismo. Por último, descrever a evolução do setor Hoteleiro e a sua importância a nível económico e cultural no nosso país. Dado que o ato de hospedagem já existe há muito anos, torna-se essencial perceber quando e porque é que começou a ser necessário criar locais específicos para alojar as pessoas. Assim, serão abordados diversos pontos históricos e iniciativas que contribuíram para o desenvolvimento e expansão do setor hoteleiro. Além disso, será referido um tipo de turismo que tem aumentado a nível nacional, o Turismo de Negócios. Este tipo de turismo tem sido bastante procurado essencialmente por estrangeiros que escolhem Portugal para realizar congressos e conferências, o que tem demonstrado a qualidade dos serviços de que dispomos e de como o nosso país é visto pelos que são de fora.

Relativamente ao estágio, ele baseia-se mais no setor hoteleiro, tendo como base a experiência em três secções diferentes de um hotel. A experiência obtida em três áreas de trabalho distintas permitiu ter um contacto direto com o setor turístico, nomeadamente a nível da hotelaria, dado que este estabelecimento em específico, recebe uma grande variedade de hóspedes, maioritariamente estrangeiros, com culturas, línguas e costumes diferentes dos nossos e que selecionam o nosso país como destino turístico de grande importância.

Através da realização de variadas pesquisas sobre o Turismo e a Hotelaria, a sua evolução, as suas possíveis definições e o seu impacto na sociedade, foi possível constatar a sua importância a nível económico e cultural. De uma forma mais concreta, foi possível

verificar que a atividade turística é uma prática que existe há muito tempo e que surgiu primeiro como uma necessidade, através do comércio, e atualmente é realizada por diversos motivos, não só de caráter comercial, mas também pessoal. Desta forma, é possível associar o turismo a uma atividade de caráter económico, político e social. Além de ser utilizado como uma prática de lazer, também permite a interação de diferentes povos e culturas, o que acabou por ter influências a nível social, nomeadamente a nível cultural, comportamental e moral. Através da pesquisa realizada sobre o turismo no Douro, foi possível constatar que a região do Alto Douro Vinhateiro é diversificada em termos físicos e socioeconómicos. Neste local, é possível encontrar uma série de recursos e produtos que constituem uma imagem forte e de elevado potencial turístico, que inclui o vinho, o rio Douro, a paisagem singular envolvente, a natureza, a segurança e tranquilidade e o património histórico e cultural. Assim, o turismo é uma atividade económica que contribui para fortalecer e desenvolver os processos de urbanização da humanidade e a divulgação de diferentes culturas e patrimónios. Além disso, toda a pesquisa efetuada permitiu aceder a dados estatísticos que confirmam o peso significativo que a atividade turística tem na economia nacional.

A nível da hotelaria, foi possível constatar a sua evolução ao longo do tempo e perceber como sempre foi um bem essencial na vida das pessoas. Desde os tempos antigos que a hospedagem era uma prática comum que era praticada por diversos motivos, desde o comércio aos motivos religiosos, hospedar pessoas sempre foi necessário. Apesar de haver diferenças nos tipos de alojamento existentes, também as capacidades económicas e sociais das pessoas diferiam, o que beneficiava uns e prejudica outros. O motor que permitiu todo este desenvolvimento e interação de culturas foi o comércio, que sempre existiu e impulsionou os movimentos migratórios das pessoas. Aquilo que antigamente começou por ser o turismo por motivos de negócios, mais tarde começou a ser realizado por diversas razões, como o lazer, experiência cultural e social, implicando sempre a existência de um local onde as pessoas pudessem ficar alojadas enquanto exploravam novos lugares. Em Portugal, a hotelaria tem crescido muito e tem sido um setor que tem contribuído imenso para a economia nacional. Na verdade, como este setor permite empregar pessoas de áreas diversificadas, isso acaba por ser um ponto que tem sido essencial no desenvolvimento desta atividade. Podemos encontrar no nosso país diversos tipos de instituições turísticas que permitem o alojamento e entretenimento do hóspede. Ultimamente tem havido uma maior procura de hotéis de quatro e cinco estrelas, maioritariamente por

estrangeiros, o que demonstra a qualidade padrão dos serviços que disponibilizamos em Portugal, mesmo quando a exigência é mais elevada.

Um bom exemplo disso é o *The Vintage House Douro*, onde foi realizado o estágio, que é um hotel de cinco estrelas que recebe maioritariamente estrangeiros, que vêm deslumbrados pelo Alto Douro Vinhateiro e procuram a tranquilidade, beleza inigualável e os bons vinhos que lá podemos encontrar. Assim, a pequena região do Pinhão ganha vida, durante a época alta, ao deter este magnífico hotel localizado mesmo no centro da vila. Podemos então afirmar que esta instituição é privilegiada, pois além de possuir todo o conforto e luxo necessários como hotel de cinco estrelas, ainda usufrui da paisagem envolvente do Douro, fator que atrai imensos turistas durante todo ano. Desta forma, aqueles que por aqui passam têm a oportunidade de visitar as famosas quintas onde são produzidos alguns dos melhores vinhos do mundo, desfrutar de todos os produtos regionais e artesanais disponíveis, provar a comida tradicional e apreciar a paisagem única envolvente que é tão característica desta região.

Assim, com a realização deste relatório e após toda a pesquisa efetuada, é possível constatar que os resultados foram muito positivos. O setor do Turismo tem vindo a aumentar ao longo dos anos, mas é possível que ainda se expanda muito mais, desde que haja um maior investimento e reconhecimento por esta atividade. O nosso país tem muito para oferecer, tanto a nível histórico, como social, económico e cultural e a exploração continuada e cuidada dos recursos disponíveis pode contribuir para o enriquecimento e prosperidade de Portugal. A região do Douro é um exemplo disso, dado que é um local que possui uma imensa história e um valor cultural incalculável. O aproveitamento dos recursos disponíveis nesta região é sem dúvida um tema de extrema importância, tanto a nível pessoal, como para a sociedade e que contribui imenso para a prosperidade da atividade turística a ele associada. Torna-se essencial continuar a apostar neste setor e a reconhecer o valor da natureza e do ambiente, pois é importante preservar a história da nossa cultura que é tão evidenciada nesta região, para podermos passar às gerações seguintes os conhecimentos e o património existente.

A realização do estágio no *The Vintage House Douro* permitiu a exploração desta temática que foi muito abordada durante o relatório e o estágio. Esta foi a instituição escolhida porque, por um lado, havia um grande interesse em saber como funcionava um hotel, principalmente um de cinco estrelas. Assim, surgiu a oportunidade de poder trabalhar em três secções diferentes do hotel, o que permitiu ganhar uma maior experiência e perceber concretamente aquilo que é feito a nível interno em diferentes

áreas de atuação. Além disso, como houve direito a alojamento durante o estágio, foi possível vivenciar mais intensamente toda esta experiência ao estar em contacto direto com a região do Douro. Por outro lado, apesar de esta área não ser uma das principais saídas do curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas, foi uma experiência incrível e desafiante, pois permitiu explorar uma vertente para a qual não tinha sido especificamente preparada. Este estágio permitiu viver uma nova experiência e pôr em prática algumas capacidades adquiridas ao longo do curso, mas também permitiu ganhar novos conhecimentos e utilizá-los consoante aquilo que era exigido.

Concluo, portanto, que este relatório contribuiu para perceber a importância que o Turismo teve e continua a ter na nossa sociedade e, mais concretamente, o impacto que provoca na economia nacional e na vida das pessoas. Ao estudar mais especificamente o Turismo no Douro foi possível constatar a importância dessa região e conhecer melhor aquilo que ela tem para oferecer a todos que lá invistam ou que simplesmente a visitem. Com a pesquisa realizada, foi possível confirmar que, ligado ao Turismo, temos a Hotelaria, que também existe desde os tempos antigos e que tem sofrido uma evolução constante ao longo do tempo. Em Portugal tem sido um setor de grande aposta e que, juntamente com o Turismo, tem contribuído para o enriquecimento do nosso país, em vários níveis. O estágio realizado no hotel foi uma mais-valia, dado que se encontra localizado em plena região do Douro, e permitiu o contacto direto com estes dois setores de atividade, o Turismo e a Hotelaria, o que evidencia a clara ligação entre ambos. Posso afirmar com toda a certeza que, após ter realizado este trabalho, sinto um enorme orgulho por tudo aquilo que consegui alcançar e por ter constatado o enorme potencial que estes setores de atividade têm para o crescimento do nosso país.

Referências Bibliográficas

- Almeida, Carlos (2004): “Turismo e Douro: uma realidade atual. Alguns resultados”. Internet. Disponível em http://www.apgeo.pt/files/docs/CD_V_Congresso_APG/web/_pdf/E12_15Out_Carlos%20Almeida.pdf (consultado em 9 de agosto de 2015).
- Alojamento em Portugal (2014): “Grupo Nau Hotels and Resorts”. Internet. Disponível em http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/competitividadeeinovacao/setoresdeatividade/alojamento/Documents/Alojamento%20em%20Portugal%202014-VF_05_15.pdf (consultado em 13 de agosto de 2015).
- Ambitur (s.d): “Grupo CS Hotels Golf and Resorts”. Internet. Disponível em <http://www.ambitur.pt/site/pagina.asp?pagina=cs> (consultado em 7 de janeiro de 2015).
- Andrade, José Vicente de (2000): *Turismo: fundamentos e dimensões*. 7ª edição. Editora: Ática. São Paulo.
- Associação dos Hotéis de Portugal (2007): “História”. Internet. Disponível em <http://www.hoteis-portugal.pt/pt/ahp/historia> (consultado em 13 de agosto de 2015).
- Araújo, António de Borja (2007): “Carta Internacional do Turismo Cultural, Gestão do Turismo nos Sítios com Significado Patrimonial”. Internet. Disponível em http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/desenvolvimentoeinovacao1/Documents/Doc10_CartaInternacionalTurismoCultural.pdf (consultado em 7 de janeiro de 2015).
- Babo, Maria (2012): *Perfil da Responsabilidade Social Empresarial no Setor Hoteleiro Português (Hotéis 4/5 Estrelas)*. Dissertação de mestrado. Porto: Faculdade de Economia, Universidade do Porto.
- Badaró, Rui Aurélio de Lacerda (2003): *Direito do turismo: história e legislação no Brasil e no exterior*. São Paulo: Senac.
- Barreto, Margarida (1997): *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. 2ª edição. Campinas, SP: Papirus.
- _____ (1999): *Manual de iniciação ao estudo do Turismo*. Coleção Turismo. Campinas: Papirus.
- _____ (2001): *Turismo e Legado Cultural. As possibilidades do planeamento*. 6ª edição. Campinas: Papirus.
- Beni, Mário Carlos (s.d): “O Turismo e sua História”. Internet. Disponível em <http://www.cntur.com.br/oturismo.html> (consultado em 11 de dezembro de 2014).
- Castelli, Geraldo (2003): *Administração hoteleira*. 9ª edição. Caxias do Sul: EducS.
- Comissões de Coordenação e Desenvolvimento Regional (2011): “Alto Douro Vinhateiro, A História de um Património Mundial”. Internet. Disponível em http://www2.ccdr-n.pt/fotos/editor2/emd/booklet_douro10anos.pdf (consultado em 9 de agosto de 2015).
- Cravidão, Fernanda Delgado (1996): “Mobilidade, Lazer e Território”. In: *Cadernos de Geografia, nº 15*. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra: 43-53.
- Cunha, Licínio (2013): *Introdução ao Turismo*. 5ª edição. Editor: Lidel.
- Deloitte & Touche (2002): “Guias Técnicos de Investimento em Turismo, O Plano Negócios”. Internet. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasAtividade/ApoioaoInvestimento/Ancxos/PlanoNegocios2003.pdf> (consultado em 4 de agosto de 2015).
- Douro Valley (s.d): “História da Região”. Internet. Disponível em

http://www.dourovalley.eu/PageGen.aspx?WMCM_PaginaId=79537 (consultado em 13 de dezembro de 2014).

Douro Valley (s.d): “Festas e Romarias”. Internet. Disponível em http://www.dourovalley.eu/PageGen.aspx?WMCM_PaginaId=79516 (consultado em 6 de janeiro de 2015).

Ferreira, Vanessa (2011): “Turismo em Portugal: uma atividade com significado e potencial.” Internet. Disponível em <http://ecportuguesaeeuropeia.blogspot.pt/2011/06/turismo-em-portugal-uma-atividade-com.html> (consultado em 11 de dezembro de 2014).

Gonçalves, César (2014): "Desafios do Turismo em Portugal 2014". Internet. Disponível em http://www.pwc.pt/pt_PT/publicacoes/imagens/2014/pwc_desafios_do_turismo.pdf (consultado em 3 de dezembro de 2015).

Hunziker, Walter e, Krapf, Kurt (1942): *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. The Outline of General Tourism Science*. Zürich: Polygraphischer Verlag.

Ignarra, Luiz Renato (2003): *Fundamentos do Turismo*. 2ª edição. São Paulo: Pioneira Thompson Learning.

Jornal de Notícias (2015): “Turismo de Negócios”. Edição especial: 1-8.

Larguesa, António (2015): “Vintage House Hotel volta às mãos da Taylor’s”. Internet. Disponível em http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/vintage_house_hotel_volta_as_maos_da_taylors.html (consultado em 6 de dezembro de 2015).

Lopes, Gonçalo (2010): “Principais conceitos e definições em Turismo”. Internet. Disponível em <http://www.slideshare.net/cursotiat/01-conceitos-turismo> (consultado em 12 de dezembro de 2014).

Magalhães, Patrícia (2015): “Portugal, um destino que está na moda”. Internet. Disponível em <http://www.empregopelomundo.com/origens/portugal-um-destino-que-esta-na-moda/> (consultado em 7 de agosto de 2015).

Marques, Carlos (2009): *Motivações das viagens turísticas para regiões do Interior, o caso do Douro*. Tese de Doutoramento. Vila Real: UTAD.

Município de Alijó, Deslumbrante Património Natural (s.d): “Pinhão”. Internet. Disponível em <http://www.cm-alijo.pt/pagina/72> (consultado em 6 de agosto de 2015).

Nau Hotels and Resorts (s.d): “The Vintage House Hotel Douro”. Internet. Disponível em <http://www.nauhotels.com/index.php/pt/hoteis-e-apartamentos/douro/vintage-house-douro> (consultado em 14 de dezembro de 2014).

Oliveira, António Pereira (2005): *Turismo e desenvolvimento: planeamento e organização*. São Paulo: Atlas.

Oliveira, Maria (2014): *A influência dos eventos na taxa de ocupação hoteleira, study case – Montebelo Viseu Hotel & Spa*. Dissertação de Mestrado: Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

Organização Mundial do Turismo (1999): “Código Mundial de ética do Turismo”. Internet. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/sustentabilidade/Documents/CMET.pdf> (consultado em 14 de agosto de 2015).

Perazzolo, Olga Araújo, Santos, Marcia Maria Cappellano dos, e Pereira, Siloe (2013): “O acolhimento – ou hospitalidade turística – como interface possível entre o universal e o local no contexto da

mundialização”. In: *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* – Publicação da Universidade de Caxias do Sul/Brasil. Vol. 11, Nº1: 45-55.

Pereira, Francisca Félix, e Coutinho, Helen Rita M. (2007): “Hotelaria: Da era antiga aos dias atuais”. In: *Revista Eletrónica Aboré* – Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. (consultado em 15 de dezembro de 2014).

Pérez, Xerardo Pereiro (2009): *Turismo Cultural, uma visão antropológica*. Colección Pasos Edita. Nº 2.

Produtores de Vinho e Enoturismo em Portugal (2014): “Viver arte das vindimas no Vintage House Hotel”. Internet. Disponível em

<http://www.produtoresdevinho.pt/viver-arte-das-vindimas-no-vintage-house-hotel/> (consultado em 7 de janeiro de 2015).

Santos, Juliete (2015): “Turismo: significados e conceitos”. Internet. Disponível em

<http://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/64146/turismo-significados-e-conceitos> (consultado em 5 de dezembro de 2015).

Silva, Maria (2015): “Os resultados do Turismo”. Internet. Disponível em

<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1liseestat%C3%ADsticas/osresultadosdoturismo/Anexos/Os%20resultados%20do%20Turismo%20-%202014.pdf> (consultado em 10 de agosto de 2015).

Silva, Odair Vieira da, e Kemp, Sónia Regina Alves (2008): “A Evolução Histórica do Turismo: Da Antiguidade Clássica à Revolução Industrial – século XVIII.” In: *Revista Científica Eletrónica do Turismo* – Publicação semestral da Faculdade de Ciências Humanas de Garça/Brasil. Ano V, Nº9: 1-6.

Siqueira, Deis (2005): *História social do turismo*. Rio de Janeiro: Editora Garamond / Goi-ânia: Editora Vieira.

Sousa, Carlos (2013): *Impacto no Turismo da Região Demarcada do Alto Douro Vinhateiro, após a classificação de Património Mundial da Humanidade pela UNESCO*. Dissertação de Mestrado. Bragança: Instituto Politécnico de Bragança.

Trigo, Luís Gonzaga Godói (1998): *A Sociedade Pós-industrial e o profissional em Turismo*. Campinas: Papyrus. 2ª edição.

_____ (2002): *Turismo básico*. São Paulo: Senac.

Turismo de Portugal (s.d): “RevPar”. Internet. Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/quadrosestatisticos/RevPar/Pages/REVPAR1.aspx> (consultado em 7 de dezembro de 2015).

Turismo 2020 (2014): “Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020”. Internet. Disponível em

http://turismo2020.turismodeportugal.pt/fotos/editor2/documentos/Turismo2020_PLANO_DE_ACAO.pdf (consultado em 7 de agosto de 2015).

Turismo do Douro (s.d): “Património Mundial”. Internet. Disponível em

<http://www.douro-turismo.pt/patrimonio-mundial.php> (consultado em 6 de janeiro de 2015).

Turismo do Douro (s.d): “A Região”. Internet. Disponível em

<http://www.douro-turismo.pt/regiao.php> (consultado em 6 de janeiro de 2015).

Vidal, Carla (2012): “Reflexões sobre a relação entre o turismo e a hotelaria.” Internet. Disponível em

<http://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/22750/reflexoes-sobre-a-relacao-entre-turismo-e-hotelaria> (consultado a 14 de dezembro de 2014).

Apêndices

A HISTÓRIA DO VINHO DO PORTO: PEQUENO RESUMO





137 a.C.: Os Romanos sistematizaram a produção de vinho em Portugal.

1109: Nasceu Portugal e a produção de vinho tem início com Henriq de Borgonha como Rei.

1279: É registada a primeira exportação de vinho.

1373: É assinado o 1º tratado de comércio com Inglaterra a 16 de Junho.

1386: Tratado de Windsor: incentivo aos agricultores do vale do Douro.



1394-1460: Portugal é o país líder mundial no grande oceano, graças a "Henrique O Navegador".

1465: É registado o primeiro carregamento/embarque do vinho do Porto (para Bristol).

1638: O primeiro comerciante (conhecido) de vinho do Porto, Cristiano Nicolau Kopyke, chegou da Alemanha para comprar e posteriormente vender vinho nas cidades da liga Hanseática (grandes cidades comerciais no norte da Alemanha).

1660: A colónia Inglesa funda a Factory House (conhecida por ser um local de encontro para a organização do comércio do vinho do Porto).

1670: Dois jovens Ingleses chegaram àquilo que consideram ser a Quinta do Bonfim, no Pinhão, e esse foi o início da Warre's. Agora nasceu o vinho do Porto. A Croft foi fundada em 1678 e a Taylor's em 1692.

1720: O primeiro manual de viticultura foi publicado e indicava: 3 galões = 13,5 litros de brandy por cada pipa, um total de 550 litros.

1755-1761: Foi fundada a Companhia Geral de Agricultura nas vinhas do Alto Douro a 10 de Setembro de 1756. Esta foi a primeira região demarcada do mundo (1757-1761 por Marquês de Pombal). Foram colocados 201 marcos de pedra com a designação Feitoria, a maioria entre 1658 e 1761.



1760: Foram produzidas as primeiras garrafas de vinho do Porto.

1761: Foi terminado o primeiro mapa da região demarcada do Douro.

1765: É vendido o primeiro vinho do Porto na Christie's em Londres.

1781: Primeira exportação para a Rússia: Catherine da Rússia é feito pela Real Companhia Velha.



1788: Ampliação da Região Demarcada do Douro, John Croft escreve: os Vinhos do Porto devem ser envelhecidos 4 anos em pipas juntamente com brandy.

1792-1793: O Douro torna-se navegável desde Barca d'Alva (na fronteira de Espanha) até ao Porto.

1800: O primeiro vinho do Porto das casas inglesas é vendido na Christie's; primeiro o vinho do Porto da Barnes, seguido pela Croft e Warre's.

1805: O Vinho do Porto entra para a história através do dedo indicador de Lord Nelson. Um pouco antes da batalha de Trafalgar em 1805, o herói naval inglês visitou o Lord Sidmouth e na pintura de A.D. McCormick's ele descreve um movimento tático, mergulhando o dedo indicador no copo de vinho do Porto e desenhando-o sobre um mapa que se encontrava em cima de uma mesa.

1861: Mapa do Douro por James Forrester.

1863-1872: Aparecimento da filoxera, com infestação maciça na região. Muitas vinhas morreram e os agricultores colocaram as terras à venda.

1876: Os agricultores começaram a usar Sulfureto de Carbono para combater a filoxera; inicia-se então a plantação de vinhas com bacelos "americanos".

1887: A linha ferroviária ao longo do rio Douro é terminada.



1919: É declarado no Tratado de Versalhes que o vinho do Porto não deve ser misturado com outros vinhos.

1926: Gaia recebe o seu próprio vinho do Porto gratuito.

1932: É fundada a Federação Sindical dos Viticultores da Região do Douro (também conhecida como Casa do Douro), um organismo que protege e disciplina a produção.

1933: É fundado o Grémio de Exportadores de Vinho do Porto, associação do setor do comércio que vigia a disciplina do comércio. As atividades da Casa do Douro e do Grémio dos Exportadores são coordenadas pelo Instituto do Vinho do Porto, que se trata de um órgão criado nesse mesmo ano e que tem autoridade para estudar e controlar a qualidade e melhorar a divulgação do produto. São nacionalizadas as vendas de brandy.

Vintage 1927: é considerado ano Vintage por 30 transportadores, o que é um recórd.

Vintage 1929: é declarado ano Vintage apenas pela Boa Vista e ninguém declarou vintage o ano 1930.

Vintage 1931: é declarado ano Vintage apenas por alguns transportadores.

Vintage 1945: também apelidado de vintage da paz, é um Vintage formidável.

1953: Primeiro grande vinho tinto; Barca Velha (Quinta do Vale do Meão - Fernando Nicolau de Almeida). Seguindo-se 1954, 1957, 1964, 1965, 1966, 1978.

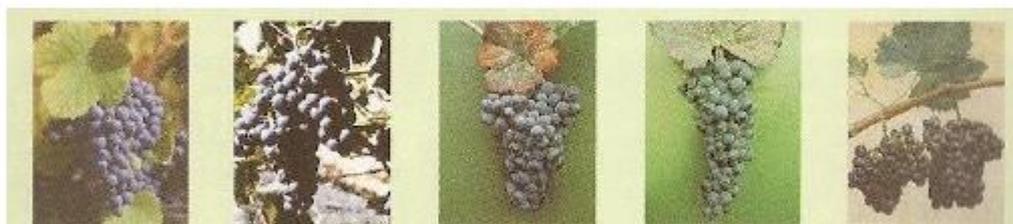
1985: A Quinta do Noval é a primeira a sair de Gaia para administrar a empresa no Douro.

| | <i>Altura</i> | <i>Temperatura média</i> | <i>Precipitação</i> |
|------------------|---------------|--------------------------|---------------------|
| <i>Vila Real</i> | 430m | 13,6° | 1,130mm |
| <i>Régua</i> | 100m | 15,5° | 949mm |
| <i>Pinhão</i> | 130m | 16,2° | 672mm |
| <i>Pocinho</i> | 150m | 16,5° | 407mm |

(Fonte: Nuno Magalhães em "Enciclopédia dos Vinhos de Portugal", 1998)

| | <i>Produção</i> | <i>Teor de Açúcar</i> | <i>Sabor (0-20)</i> |
|-------------------------|--------------------------|-----------------------|---------------------|
| <i>Touriga Nacional</i> | <i>0.8kg por videira</i> | <i>13.3</i> | <i>17.0 pontos</i> |
| <i>Tinto Cão</i> | <i>1.6kg por videira</i> | <i>12.8</i> | <i>14.0 pontos</i> |
| <i>Tinta Barroca</i> | <i>2.4kg por videira</i> | <i>14.0</i> | <i>15.0 pontos</i> |
| <i>Tinta Roriz</i> | <i>2.3kg por videira</i> | <i>13.2</i> | <i>14.5 pontos</i> |
| <i>Touriga Franca</i> | <i>1.9kg por videira</i> | <i>12.0</i> | <i>13.0 pontos</i> |

(Fonte: José Ramos-Pinto Rosas e João Nicolau de Almeida, 1981)



Touriga Nacional
É essencial para os vinhos do Porto tintos, nomeadamente os vintages, aos quais confere cores carregadas, sabores fortes e concentrados.

Tinta Roriz
Encontra-se sempre presente nos portos tintos. É conhecida no sul do país como Aragonez, em Espanha é a Tempranillo dos Rioja e a Tinto del País dos Ribera del Duero.

Touriga Francesa
Apesar do nome, julga-se que a Touriga francesa é de origem portuguesa. Dá vinhos do porto menos concentrados e mais elegantes.

Tinta Barroca
Integra o grupo das castas mais importantes da região, tendo uma boa produtividade e capacidade de resistência aos rigores do clima da região. Dá aromas suaves e delicadeza aos vinhos.

Tinto Cão
Complementa o grupo das cinco principais castas durienses. É muito apreciada pela delicadeza que confere aos vinhos e as qualidades que vai revelando com o envelhecimento.

A Raiz

Devido à filoxera é necessário enxertar todas as videiras (à exceção do Nacional). O porta-enxertos mais utilizado é Rupestris du Lot, que tem sido popular desde o aparecimento da filoxera no Douro em finais da década de 60 (séc. XIX).

Poda

A maior parte das vezes é escolhido o método duplo Guyot, deixando cada ramo com 3-5 botões.

Prender

A corda/fio deverá ser apenas um (fio unilateral) ou (de forma mais comum) dois (corda bilateral).

O Risco

Odiun (no Douro desde 1851): pulverização com "líquido de Bordeaux" contra o odiun - várias vezes por ano.

Milácio (no Douro desde 1893): desinfeção com enxofre, durante o florescimento, principalmente quando os ramos têm entre 15-30cm de comprimento.

Marombá (no Douro desde 1948): Esta doença é causada pelo défice de boro no solo. É adicionado boráx. A dosagem depende do teor ácido do solo.

Fungos: Se as uvas apresentam sinais de ataque de fungos, elas são também pulverizadas. A botrytis cinérea pode aparecer por causa dos ventos húmidos vindos do oceano Atlântico. Alguns agricultores decidem combater este fungo, mas há outros que preferem não fazer nada.

(Fonte: Henrik Oldenburg, Portvín, 1999)

O Benefício é medido pela classificação de A a F:

A=1,200 pontos / F=201 até 400 pontos

Os preços mínimos são fixados todos os anos - desde 1997.

Os primeiros registos da Quinta do Pêgo indicam que esta foi fundada em 1548 mas esta é absolutamente considerada mais antiga. Em 1825 foi comprada por "venda obrigatória" por Francisco Torres - segundo marido de Dona Antónia Ferreira. Em 2003 foi totalmente adquirida pela empresa dinamarquesa AMKA.

THE HISTORY OF THE PORT WINE:
SHORT SUMMARY





137 B. C.: The Romans systematize wine production in "Portugal".

1109: Portugal is born and the wine production starts with Henrik, from Burgundy, as king.

1279: The first export of wine is registered.

1373: In 16th June Portugal's first trade agreement with England is signed.

1386: Treaty of Windsor: Encouragement to the farmers in the Douro Valley.



1394 - 1460: Portugal is the world's leading nation on the big oceans due to Henry the Navigator (Henrique O Navegador).

1465: The first shipment of wine from Porto is registered (to Bristol).

1638: The first known wine merchant, Cristiano Nicolau Kopke, arrives from Germany to collect and sell to the towns of the Hanseatic League (=big commercial towns in the northern Germany).

1660: The English colony founds The Factory House (also called British Association House).

1670: Two young Englishmen arrive to what they think is Quinta do Bonfim in Pinhão, and that was the start of Warre's. Now port wine is born. Croft was founded in 1678 and Taylor's in 1692.

1720: The first handbook about wine growing is published and it dictates: 3 gallons = 13.5 litres brandy for each pipe = total 550 litres.

1755 - 1761: The General Company of Agriculture in the Alto Douro vineyards was founded in 10th September 1756. The world's first Demarcated Region (1757-1761 by Marquês Pombal). Were placed 201 stone marks with the designation "Feitoria" - most in the year 1658 and finished in 17th November 1761.



1760: The first port bottles are produced.

1761: The first map of the demarcated Douro area is finished.

1765: The first port is sold at Christie's in London.

1781: First exportation to Russia: Catherine of Russia is made by Real Companhia Velha.



1788: Enlargement of the Douro Demarcated Region, John Croft writes: Ports ought to be aged four years in pipes together with brandy.

1792 - 1793: Douro becomes sailable from Barca d'Alva (at the Spanish border) to Porto.

1800: The first port from the British port houses is sold at Christie's; first, the Barnes Port followed by Croft and Warre's.

1805: The port's entry into the world history happened via Lord Nelson's left forefinger. Shortly before the battle at Trafalgar in 1805 the English naval hero visited Lord Sidmouth and in A.D. McCormick's painting he describes a tactical move dipping his forefinger in the port wine glass and drawing on a map on the table. This "Nelson touch" became his last meeting with port. He won the battle at Trafalgar, but was killed in action.

1861: Map of Douro by James Forrester.

1863 - 1872: Probable appearance of the phylloxera, with massive infestations in the region. Many vineyards died and the land was put on sale by farmers.

1876: Farmers begin to use carbon disulfide to fight phylloxera and start planting "American".

1887: The railway along the Douro River is finished.



1919: It is entered into the Versailles Treaty that port must not be blended with other wines.

1926: Gaia gets its own free port.

1932: The Syndicated Federation of Farmers of the Demarcated Douro Region (also called Casa do Douro) is founded, an organ who protects and discipline the production.

1933: The Grémio Exporters of Port is founded, sector trade association watching over the discipline of the trade. The activities of the Casa do Douro and the Grémio Exporters are coordinated by the Port Wine Institute, an organ created in that same year, with authority to study and control quality and improve dissemination of the product. Sales of brandy are nationalized.

Vintage 1927: is declared Vintage by 30 shippers, which is a record.

Vintage 1929: is only declared Vintage by Boa Vista and nobody declared Vintage the year 1930.

Vintage 1931: is only declared Vintage by a few shippers.

Vintage 1945: also called the vintage of peace, is a formidable Vintage.

1953: First big red wine; Barca Velha (Quinta do Vale do Meão - Fernando Nicolau de Almeida). Followed by 1954, 1957, 1964, 1965, 1966, 1978.

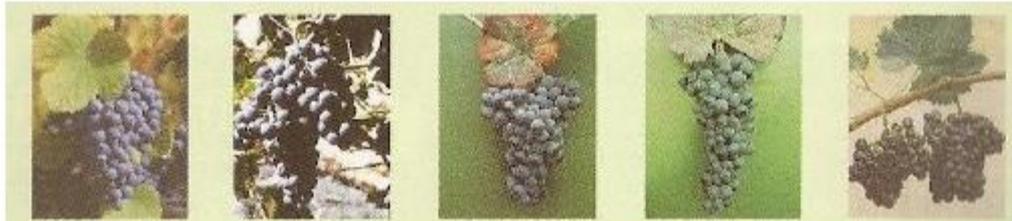
1985: Noval is the first one to move out of Gaia to run the company from Douro.

| | <i>Height</i> | <i>Average temperature</i> | <i>Rainfall</i> |
|------------------|---------------|----------------------------|-----------------|
| <i>Vila Real</i> | 430m | 13,6° | 1,130mm rain |
| <i>Régua</i> | 100m | 15,5° | 949mm rain |
| <i>Pinhão</i> | 130m | 16,2° | 672mm rain |
| <i>Pocinho</i> | 150m | 16,5° | 407mm rain |

(Source: Nuno Magalhães in "Encyclopédia of the Wines of Portugal", 1998)

| <i>Grapre variety</i> | <i>Yield</i> | <i>Sugar contents</i> | <i>Taste (0-20)</i> |
|-------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|
| <i>Touriga Nacional</i> | <i>0.8kg per vine</i> | <i>13.3 Baumé</i> | <i>17.0 points</i> |
| <i>Tinto Cão</i> | <i>1.6kg per vine</i> | <i>12.8 Baumé</i> | <i>14.0 points</i> |
| <i>Tinta Barroca</i> | <i>2.4kg per vine</i> | <i>14.0 Baumé</i> | <i>15.0 points</i> |
| <i>Tinta Roriz</i> | <i>2.3kg per vine</i> | <i>13.2 Baumé</i> | <i>14.5 points</i> |
| <i>Touriga Franca</i> | <i>1.9kg per vine</i> | <i>12.0 Baumé</i> | <i>13.0 points</i> |

(Source: José Ramos-Pinto Rosas and João Nicolau de Almeida, 1981)



Touriga Nacional
It is essential for Porto red wines, including vintages, which confers intense colors and concentrated strong flavors.

Tinta Roriz
Is always present in red ports. It is known in the south of Portugal as *Aragonez* and in Spain as *Tempranillo* Rioja and *Tinto del País* of the *Ribera del Duero*.

Touriga Francesa
Despite the name, it is believed that the French *Touriga* is of Portuguese origin. It gives a port wine less concentrated and more elegant.

Tinta Barroca
It is included in the group of the most important grape varieties of the region, with good productivity and resilience to the rigors of the climate. It gives soft aromas and delicacy to the wines.

Tinto Cão
Complements the group of the main five Douro grape varieties. It is much appreciated by the delicacy that provides to the wines and the qualities that are revealed while aging.

The Root

Due to the *phylloxera* it is necessary to graft all vines (with the exception of the *Nacional*). The most applied rootstock is *Rupestris du Lot*, which has been popular since *phylloxera*'s entry into Douro in the late 1860's.

Pruning

Most often, *Double Guyot* method is chosen, leaving each break with 3-5 buds.

The cordon could be just one (unilateral cordon) or (most often) two (bilateral cordon) in number.

The risk

Oidium (in Douro since 1851): Spraying with "Bordeaux liquid" against oidium - several times a year.

Mildew (in Douro since 1893): Disinfection with sulphur, during the blooming, mostly when the breaks are 15-30 cm long.

Maromba (in Douro since 1948): This deficiency disease is caused by a deficit of boron in the ground. Borax is added. The dosage depends on the acid content of the soil.

Fungus: If the grapes show signs of fungus attack, they are also sulphured. *Botrytis cinerea* may appear due to the Atlantic Ocean's humid winds. Most farmers choose to fight this *botrytis cinerea*, but others do not do anything.

(Source: Henrik Oldenburg, *Portvin*, 1999)

Beneficio is measured by fx. classification from A to F:

A=1,200 points / F=201 to 400 points

Minimum prices are secured every year - since 1997.

The first history about Quinta do Pêgo is found in 1548, but the inn is absolutely considerably older. In 1825 it was bought on compulsory sale by Francisco Torres, Dona Antonio's second husband. In 2003 it was taken over 100% by AMKA.

Anexos

Anexo 1: Apresentação de todos os produtos para venda na loja

VinhodoPorto "tawny"

Tawny PORT

PORTO SOLENE Double Magnum
QUINTA DA PEDRA ALTA
QUINTA DO PORTAL Fine Tawny

VinhodoPorto "ruby"

Ruby PORT

CALDAS *Special Reserve*
NIEPOORT
PORTO SOLENE *Double Magnum*
QUINTA DA CASA AMARELA

**Outros Vinhos
Other Wines**

ANNA ALONSO *Moscatel*
FAVAIOS DOURO *Moscatel*
FAVAIOS *Moscatel Aperitivo*
FAVAIOS *Moscatel Reserva*
MILLES 10y *Malvasia* (Vinho da
Madeira)
QUINTA DO PORTAL *Moscatel*
SOLENE COLLECTION Ruby +
Tawny

**VinhodoPorto Branco
White PORT**

CALDAS White
FONSECA SIROCO
NIEPOORT seco
NIEPORT WHITE 10 anos
NOVAL FINE WHITE
QUINTA DA PEDRA ALTA Seco
QUINTA DE LA ROSA *Extra seco*
QUINTA DE LA ROSA *Extra seco*
0,375L
QUINTA DO PORTAL *Extra seco*
SOLAR DA REDE *Reserva*
TAYLOR *Chip Dry*

VinhodoPorto Rose

Rose PORT
KOPKE

**VinhodoPorto "tawny"
10 anos / 10 years old**

QUINTA DE LA ROSA 0,5l
QUINTA DO BUCHEIRO
QUINTA DO NOVAL 1/2
QUINTA DO PORTAL
SOLAR DA REDE
TAYLOR' S
WINE & SOUL

**VinhodoPorto "tawny"
20 anos / 20 years old**

FONSECA
QUINTA DO BUCHEIRO
QUINTA DO NOVAL
QUINTA DO PORTAL
TAYLOR *0,375l*

**VinhodoPorto "tawny"
30 anos / 30 years old**

NIEPOORT
TAYLOR
VinhodoPorto "tawny"
40 anos / 40 years
FONSECA
QUINTA DO NOVAL *0,375l*
QUINTA DO PORTAL
REAL COMPANHIA VELHA

**Colheitas
Dated Tawny PORT**

| | |
|----------|------|
| KOPKE | 1989 |
| NIEPOORT | 2000 |
| NIEPOORT | 2001 |
| NIEPOORT | 2005 |

**Vinho do Porto " VINTAGE"
VINTAGE P O R T**

| | |
|-------------------------|------|
| CALEM | 1977 |
| TAYLOR 'S | 1977 |
| NIEPOORT | 1987 |
| QUINTA DO CASTELINHO | 1991 |
| WARRE | 1991 |
| QUINTA DO VESUVIO | 1992 |
| TAYLOR'S (0,375 L) | 1992 |
| CALEM | 1994 |
| FERREIRA | 1994 |
| SANDEMAN | 1994 |
| TAYLOR 'S | 1994 |
| TAYLOR 'S (0.375L) | 1994 |
| CALEM | 1997 |
| CHURCHILL | 1997 |
| QUINTA DAS CARVALHAS | 1997 |
| QUINTA DO PORTAL | 1997 |
| TAYLOR'S | 1997 |
| VAU | 1997 |
| WARRE | 1997 |
| FERREIRA | 1999 |
| VAU | 1999 |

**Vinho do Porto " VINTAGE"
VINTAGE P O R T**

| | |
|--------------------------------|------|
| CROFT | 2000 |
| DELAFORCE | 2000 |
| FERREIRA | 2000 |
| FONSECA | 2000 |
| GRAHAM 'S | 2000 |
| MARTINEZ | 2000 |
| OFFLEY | 2000 |
| QUINTA DO NOVAL | 2000 |
| SANDEMAN | 2000 |
| SÃO PEDRO DAS ÁGUIAS | 2000 |
| COCKBURNS Quinta dos Canais | 2000 |
| WARRE | 2000 |
| QUINTA DE VARGELLAS | 2001 |
| CROFT | 2003 |
| DOW 'S | 2003 |
| FERREIRA | 2003 |

| | |
|------------------------------------|------|
| FONSECA | 2003 |
| GRAHAM 'S | 2003 |
| NIEPOORT | 2003 |
| QUINTA DO GRIFO | 2003 |
| QUINTA DO NOVAL | 2003 |
| QUINTA DO NOVAL <i>Nacional</i> | 2003 |
| QUINTA DO VESUVIO | 2003 |
| ROMARIZ | 2003 |
| SMITH WOODHOUSE | 2003 |
| TAYLOR 'S | 2003 |

**Vinho do Porto " VINTAGE"
VINTAGE P O R T**

| | |
|---|------|
| QUINTA DE VARGELLAS <i>Vinhas Velhas</i> | 2004 |
| QUINTA SEARA | 2004 |
| D'ORDENS (0,375l) | |
| NIEPOORT | 2005 |
| QUINTA DO BUCHEIRO | 2005 |
| QUINTA TERRA FEITA | 2005 |
| CROFT | 2007 |
| FONSECA | 2007 |
| QUINTA DA PEDRA ALTA | 2007 |
| QUINTA DO PORTAL (0.375L) | 2007 |
| TAYLOR | 2007 |
| QUINTA DAS TECEDEIRAS | 2008 |
| QUINTA DO PORTAL | 2008 |
| NIEPOORT | 2009 |
| NIEPOORT 0,375l | 2009 |
| PINTAS | 2009 |
| PINTAS 0,375L | 2009 |
| ALVES DE SOUSA | 2011 |
| DOWS | 2011 |
| FONSECA | 2011 |
| NIEPOORT 0,375l | 2011 |
| QUINTA LA ROSA | 2011 |
| QUINTA DO PORTAL | 2011 |
| TAYLOR | 2011 |

Vinho do Porto " LBV"
Late Bottled Vintage P O R T

CROFT
 GRAHAMS
 NIEPOORT
 QUINTA DA PEDRA ALTA
 QUINTA DO NOVAL
 QUINTA DO PORTAL
 TAYLOR'S
 TAYLOR'S 0.375l

Outros Produtos
Other Products

AGUA 1/2 PLASTICO
 SUMO UVA

Produtos Regionais
Regional Products

AZEITE DONA BERTA
 AZEITE D'ORIGEM
 AZEITE PINTAS
 AZEITE QUINTA DO JALLOTO
 AZEITE BOAL *Biologico*
 BISCOITO VHH
 CHOCOTATE VHH *Unidade*
 MEL POTE BARRO
 COMPOTA VHH

**Vários enchidos da empresa Beira Lamego em exposição
 na Academia de Vinho diariamente**

*Diferent Portugues sausages from "Beira Lamego" on
 display daily at the Wine Academy*

DIVERSOS
Others

POSTAIS ANTIGOS
 SACO BORDADO NATAL
 DECANTER ANTIGO
 DECANTER DOMINUS
 COPO RIEDEL RIESLING "BRANCO"
 DECANTER FLAMINGO

Anexo 2: Fecho de caixa da Loja de Vinhos

FECHO DE CAIXA
Loja

Data: ___/___/___

| Vendas | Quant # | Faturação | OBS |
|---------------------|---------|-----------|-----|
| Vendas a quartos | | | |
| Vendas (Cash + TPA) | | | |
| Descontos | | | |
| CI | | | |
| Ofertas | | | |
| ADM | | | |
| Comercial | | | |
| Total | | 0 | |

| | Quant # | nº pax | Faturação | CI |
|--------------------|---------|--------|-----------|----|
| Provas | | | | |
| Vinhos e Queijos | | | | |
| Introd. V.P. | | | | |
| Porto e Chocolates | | | | |
| | | | | |
| Total | 0 | 0 | 0 | 0 |

| | Quant # | nº pax | Faturação | CI |
|------------------------|---------|--------|-----------|----|
| Tabuleiros vips | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Total | 0 | 0 | 0 | 0 |

Resumo do dia

| | |
|--------------------|---|
| Cash | |
| TPA | |
| Débito aos quartos | |
| Consumos internos | |
| Total | 0 |

Entrega realizada por: _____

Conferido por: _____

Anexo 3: Prova de Introdução ao Vinho do Porto



Damos-lhe a conhecer os vários estilos e tipos de vinhos, da casta ao copo, explicando a razão do vinho ser um néctar tão apreciado em todo o mundo. O Library Bar e a Wine Academy são os locais do Hotel eleitos para uma prova de vinhos.

A experiência do Porto oferece uma introdução aos vários tipos de vinho do Porto, à sua história, às diferenças entre os vinhos envelhecidos em casco e os vinhos envelhecidos em garrafa.

Introdução ao vinho do Porto*

- *Porto Branco*
- *Porto Rosé*
- *Porto 10 Anos envelhecido em casco*
- *Porto 20 Anos envelhecido em casco*
- *Porto Late Bottled Vintage*

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 4: Prova cega de vinho do Porto



Damos-lhe a conhecer os vários estilos e tipos de vinhos, da casta ao copo, explicando a razão do vinho ser um néctar tão apreciado em todo o mundo. O Library Bar e a Wine Academy são os locais do Hotel eleitos para uma prova de vinhos.

A experiência do Porto oferece uma introdução aos vários tipos de vinho do Porto, à sua história, às diferenças entre os vinhos envelhecidos em casco e os vinhos envelhecidos em garrafa.

Prova cega de vinho do Porto - “o Jogo dos aromas” */**/**

(Máximo de 17 pessoas em prova)

Realizada em copos de cor preto opaco, nesta experiência pomos à prova a memória descritiva e sensorial de cada um, constituindo um desafio à preservação e capacidade de descoberta uma vez que dos vinhos apresentados, alguns são de fácil identificação, enquanto outros podem gerar dúvidas.

- Porto Branco reserva
- Porto Branco extra seco
- Porto Ruby reserva
- Porto Late Bottled Vintage
- Porto 10 Anos envelhecido em casco
- Porto 40 Anos envelhecido em casco

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 5: Prova de Azeites



As provas de degustação oferecem uma oportunidade para experimentar a combinação entre produtos de excelência e os vários tipos de vinho do Porto. Como o Douro oferece muito além dos vinhos, sugerimos também a degustação de diferentes tipos de azeite da região.

Prova de azeites *

- Prova de 3 azeites da região do Douro e Trás-os-Montes
- Pão regional
- Maçã

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 6: Prova de produtos regionais



As provas de degustação oferecem uma oportunidade para experimentar a combinação entre produtos de excelência e os vários tipos de vinho do Porto. Como o Douro não se resume apenas aos Vinhos, não podemos deixar de sugerir a degustação de outros produtos regionais.

Prova de produtos regionais*

- . Queijo Terrincho
- . Azeite e pão regional
- . Vinho do Porto
- . Tostas e compotas
- . Chouriço tradicional

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 7: Prova de vinhos e enchidos



As provas de degustação oferecem uma oportunidade para experimentar a combinação entre produtos de excelência e os vários tipos de vinho do Porto. A prova de enchidos portugueses combina diferentes tipos de enchidos com vinhos da região do Douro. O intuito é descobrir as diferentes sensações que combinam os enchidos com cada vinho.

Prova de vinhos e enchidos *

(Os enchidos indicados poderão ser alterados e substituídos)

- Vinho Rosé DOC com lombo fumado
- Vinho Branco DOC com salpicão
- Vinho Tinto DOC com alheira
- Vinho Tinto reserva com linguiça tradicional
- Porto Late Bottled Vintage com morcela

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia. Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 8: Prova de Vinhos e Queijos



As provas de degustação oferecem uma oportunidade para experimentar a combinação entre produtos de excelência e os vários tipos de vinho do Porto. A prova de queijos portugueses combina diferentes tipos de queijo com vinhos da região do Douro. O intuito é descobrir as diferentes sensações que combinam o queijo com cada vinho.

Prova de vinhos e queijos *

- *Porto Branco extra seco com queijo de mistura*
- *Vinho Branco DOC com queijo de vaca*
- *Vinho Tinto DOC com queijo de ovelha amanteigado*
- *Porto Tinto reserva com queijo de cabra curado*
- *Porto Late Bottled Vintage com queijo de ovelha curado*

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 9: Degustação de Porto e Chocolates



As provas de degustação oferecem uma oportunidade para experimentar a combinação entre produtos de excelência e os vários tipos de vinho do Porto, descobrindo quais as ligações ideais para os vinhos envelhecidos em casco (os Tawnies) e os vinhos envelhecidos em garrafa (os Vintages).

Degustação de Porto & Chocolates *

Esta prova será acompanhada por chocolates produzidos no Vintage House pelo nosso Chefe de Pastelaria.

Os sabores que integram cada chocolate serão o auxiliar mais precioso para a descoberta e realce dos sabores do Vinho. O objectivo será combinar os vários produtos de forma a terminar numa verdadeira alquimia de sabores.

- Porto Branco
- Porto 10 Anos envelhecido em casco
- Porto 40 Anos envelhecido em casco
- Porto Late Bottled Vintage

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 10: Prova Porto de sabores



As provas de degustação oferecem uma oportunidade para experimentar a combinação entre produtos de excelência e os vários tipos de vinho do Porto, descobrindo quais as ligações ideais para os vinhos envelhecidos em casco (os Tawnies) e os vinhos envelhecidos em garrafa (os Vintages).

Prova Porto de sabores *

Nesta prova, combinamos diferentes estilos de vinho do Porto com diferentes canapés para descobrirmos as ligações perfeitas, as não tão perfeitas e até mesmo as improváveis.

(Os canapés serão apresentados por sugestão do Chef)

- Porto Branco com degustação de shot de melão com presunto crocante
- Porto 10 Anos envelhecido em casco com degustação de mini vol-au-vent com atum e alcaparras
- Porto 40 Anos envelhecido em casco com degustação de espetadinha de abacaxi com bacon
- Porto Late Bottled Vintage com degustação de surpresa de ameixa com queijo de cabra
- Porto Vintage com degustação de tostitinha de salmão fumado

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia . Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 11: Categorias especiais: Experiência do Porto



Damos-lhe a conhecer os vários estilos e tipos de vinhos, da casta ao copo, explicando a razão do vinho ser um néctar tão apreciado em todo o mundo. O Library Bar e a Wine Academy são os locais do Hotel eleitos para uma prova de vinhos.

A experiência do Porto oferece uma introdução aos vários tipos de vinho do Porto, à sua história, às diferenças entre os vinhos envelhecidos em casco e os vinhos envelhecidos em garrafa.

Categorias especiais*

- *Porto Late Bottled Vintage*
- *Porto 10 Anos envelhecido em casco*
- *Porto 20 Anos envelhecido em casco*
- *Porto 40 Anos envelhecido em casco*
- *Vintage – Possibilidade de abertura a fogo com tenaz para grupos superiores a 6 pessoas.*

* Disponível diariamente na Wine Academy, mediante marcação prévia. Todas as provas serão comentadas

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 12: Curso de vinho: A experiência do Vinho



A Experiência do Vinho */**/**

(€69 por pessoa, min. 4 pessoas; €52 por pessoa, min. 6 pessoas)

Curso sobre vinhos destinado a todos os interessados e acessível a iniciantes na introdução à viticultura, vinicultura e análise sensorial.

Os seguintes aspectos do vinho serão focados:

- Solos e climas
- As diferentes regiões vitivinícolas do mundo
- As diferentes castas
- Métodos de vinificação: Espumantes, vinhos brancos, vinhos tintos e vinhos fortificados
- Introdução às técnicas de análise sensorial:
 - Aspecto visual do vinho
 - Aromas do vinho
 - Paladar do vinho

Sugerimos
Almoço ou jantar
com degustação de
vinhos e visita a
uma Quinta
da região

* Curso com duração de 3 horas- ilustrado com vinhos especialmente seleccionados para o efeito

** O Curso funciona em qualquer dia da semana, mediante marcação prévia de 3 semanas

*** No final serão atribuídos certificados de participação e serão dadas condições preferenciais de compra na Wine Academy do Hotel

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 13: Curso de vinho: O serviço de Vinhos



O Serviço de Vinhos */**/**

(€69 por pessoa, min. 4 pessoas; €52 por pessoa, min. 6 pessoas)

Curso sobre os mais variados aspectos do serviço de vinhos:

- Temperatura
- Decantação
- Vinho e gastronomia
- Escolha do copo adequado
- Armazenamento de vinhos
- Considerações a ter no acto da compra
- Introdução às técnicas de análise sensorial

Sugerimos
Almoço ou jantar
com degustação de
vinhos e visita a
uma Quinta
da região

* Curso com duração de 3 horas- Ilustrado com vinhos especialmente seleccionados para o efeito

** O Curso funciona em qualquer dia da semana, mediante marcação prévia de 3 semanas

*** No final serão atribuídos certificados de participação e serão dadas condições preferenciais de compra na Wine Academy do Hotel

RESERVAS E INFORMAÇÕES

Tel: (+351) 254 730 230

Email: wineacademy.vintagehouse@nauhotels.com

reception.vintagehouse@nauhotels.com

The Vintage House Douro - Lugar da Ponte, 5085-034 Pinhão - Douro - Portugal

www.nauhotels.com

Anexo 14: Funções da Governanta dos andares



DESCRICÃO DE FUNÇÃO
CÓPIA CONTROLADA

| DESIGNAÇÃO DA FUNÇÃO | |
|---|---|
| FUNÇÃO: | Governanta de Andares |
| ÁREA FUNCIONAL: | Responsáveis de Área (Chefias) /Coordenação |
| SUPERIOR HIERÁRQUICO: | Director do Hotel |
| OBJECTIVO/MISSÃO | |
| Organiza, coordena e controla as actividades de limpeza, arrumação e decoração dos quartos e áreas públicas e os serviços de lavandaria, de forma a garantir a prestação de um serviço de qualidade e a satisfação dos clientes de acordo com a estratégia da empresa e do Grupo. | |
| RESPONSABILIDADES | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeia e programa os serviços de limpeza, arrumação e decoração dos quartos e áreas públicas e os serviços de lavandaria (com o Director do Hotel) em função das taxas de ocupação, das estratégias definidas e dos recursos disponíveis; ▪ Participa na definição dos objectivos e regras de funcionamento dos serviços afectos; ▪ Participa no planeamento e aquisição dos consumíveis da secção; ▪ Assegura a articulação com a recepção da troca de informação sobre a posição dos quartos e pedidos de serviço dos clientes; ▪ Distribui o serviço e assegura a assistência a clientes, atendendo às prioridades e aos pedidos especiais; ▪ Participa na gestão de recursos humanos afectos ao seu serviço – selecção, avaliação de desempenho, definição das necessidades de formação, etc.; ▪ Treina e integra os novos colaboradores; ▪ Dinamiza os projectos da empresa junto da sua equipa; ▪ Orienta e/ou executa as actividades diárias de limpeza e arrumação dos quartos, lavandaria e zonas comuns; ▪ Controla as requisições da secção e efectua os Inventários; ▪ Assegura a articulação com os serviços de manutenção para garantir a reparação de avarias; ▪ Supervisiona a prestação de serviços aos clientes de forma a garantir a qualidade, e o cumprimento dos procedimentos definidos, intervindo sempre que necessário junto dos mesmos; ▪ Controla, por observação e inspecção presencial, o cumprimento das normas de qualidade e ambiente, na sua área de trabalho; ▪ Analisa e avalia em conjunto com o Director do Hotel os resultados do questionário de satisfação de clientes, níveis de produtividade e de qualidade e propõe medidas correctivas; ▪ Avalia o desempenho dos colaboradores; ▪ Procura promover a imagem e os serviços do hotel e do Grupo junto dos diversos tipos de clientes; ▪ Desempenha as funções em regime de polivalência de funções e flexibilidade de horários. | |

Ficha de Descrição de Função

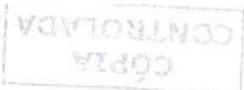
Data: 20-09-2010

CS Vintage House Hotel

Versão: 1

Página:1 de 2

Anexo 16: Funções das empregadas de limpeza





DESCRIÇÃO DE FUNÇÃO

| DESIGNAÇÃO DA FUNÇÃO | |
|--|--|
| FUNÇÃO: | Empregada de Limpeza_Andares_Rouparia/Lavandaria |
| ÁREA FUNCIONAL: | Outros Colaboradores/Operação |
| SUPERIOR HIERÁRQUICO: | Governanta de Andares |
| OBJECTIVO/MISSÃO | |
| Executa os serviços de limpeza das zonas comuns de Hóspedes, arrumação e decoração dos quartos, andares e das zonas comuns e escritórios/gabinetes, balneários de colaboradores e Zona de Recepção de Mercadorias de forma a garantir a prestação de um serviço de qualidade e a satisfação dos clientes de acordo com a estratégia da empresa e do Grupo. | |
| RESPONSABILIDADES | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Executa os serviços de limpeza, arrumação e decoração dos quartos, andares e das zonas comuns e escritórios/gabinetes, balneários de colaboradores e Zona de Recepção de Mercadorias; ▪ em função das normas e regras definidas; ▪ Executa os serviços de lavandaria/rouparia, nomeadamente lavagem, secagem, passagem, arrumação de roupas e pequenos serviços de costura; ▪ Assiste os clientes durante a sua estadia, nomeadamente na satisfação dos seus pedidos relativamente, por exemplo, a fornecimento de roupas extras de cama ou casa de banho, dando informações sobre outros serviços do hotel, etc.; ▪ Detecta avarias e transmite-as à Governanta de Andares ou à Manutenção; ▪ Identifica as reclamações ou expectativas do cliente e transmite-as à Governanta de Andares; ▪ Verifica, repõe e regista os consumos dos mini-bares dos quartos; ▪ Controla e regista prazos de validade dos produtos; ▪ Efectua a limpeza dos mini-bares; ▪ Verifica o estado de conservação/manutenção dos mini-bares; ▪ Monta e desmonta salas de reunião; ▪ Assegura o estado de conservação, higiene e arrumação das instalações e equipamentos de limpeza, assim como dos equipamentos da lavandaria/rouparia; ▪ Participa na elaboração de inventários de material (roupas de cama e mesa, toalhas, fardamentos, equipamentos, etc.); ▪ Controla a manutenção do stock dos produtos necessários ao seu serviço; ▪ Procura promover a imagem e os serviços do CS Vintage House Hotel e do Grupo junto dos diversos tipos de clientes, cumprindo os procedimentos de qualidade e ambiente definidos na empresa; ▪ Desempenha as funções em regime de polivalência de funções e flexibilidade de horários. | |
| COMPETÊNCIAS | |
| ESCOLARIDADE: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mínimo 9º. Ano |
| EXPERIÊNCIA: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conhecimentos sobre o funcionamento geral de um hotel ▪ Experiência de limpeza e arrumação de quartos/lavandaria/rouparia |
| FORMAÇÃO: | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiência em Limpezas |

Ficha de Descrição de Função

Data: 20-09-2010

Versão: 1

Anexo 17: Registo de higienização

| NAU | | THE VINTAGE HOUSE | | REGISTO DE HIGIENIZAÇÃO | | | | | | | | | |
|--|------|-------------------|---|-------------------------|------|---|---|-------------|------|---|---|-------------|-------------|
| Local: WC | | | | Mês: | | | | Ano: | | | | | |
| Dia | Hora | A | B | Responsável | Hora | A | B | Responsável | Hora | A | B | Responsável | Verificação |
| 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | | | | | | | | | | | | | |
| 17 | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | | | | | | |
| 21 | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | | | | | | | | | | | | | |
| 23 | | | | | | | | | | | | | |
| 24 | | | | | | | | | | | | | |
| 25 | | | | | | | | | | | | | |
| 26 | | | | | | | | | | | | | |
| 27 | | | | | | | | | | | | | |
| 28 | | | | | | | | | | | | | |
| 29 | | | | | | | | | | | | | |
| 30 | | | | | | | | | | | | | |
| 31 | | | | | | | | | | | | | |
| A- Intervenção Manutenção – reposição de toalhetes, papel higiénico, sabonete líquido, limpeza do pavimento, limpeza das louças, etc | | | | | | | | | | | | | |
| B- Intervenção Profunda – limpeza e desinfecção das louças, pavimento, paredes, portas, etc; | | | | | | | | | | | | | |
| Lista de Iniciais dos Nomes | | | | | | | | | | | | | |
| Observações | | | | | | | | | | | | | |

Anexo 18: Preparação dos carros de limpeza das áreas públicas

| | | |
|------------------------------|---|---------------------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| | ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE CARROS DE LIMPEZA |

PREPARAÇÃO DE CARROS DE LIMPEZA DAS ÁREAS PÚBLICAS

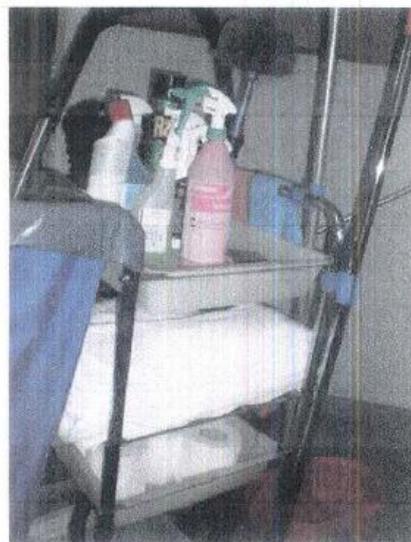
PERIODICIDADE

- Reposição dos carros de limpeza das áreas públicas Diário;
- Limpeza dos carros de limpeza das áreas públicas Semanal.

ARRUMAÇÃO

O cesto dos produtos de limpeza deverá conter:

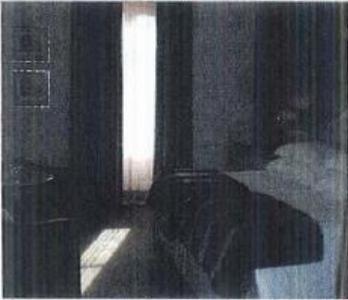
Produtos para lavagem dos pavimentos
 Produtos para limpeza dos vidros
 Produtos para limpeza dos móveis
 Produtos para limpeza dos sanitários
 Ambientador
 Rodo
 Mopa
 Esponjas
 Papel Higiénico
 Toalhas para reposição nos WC Públicos
 Balde e esfregona
 Panos de limpeza
 Sacos de lixo



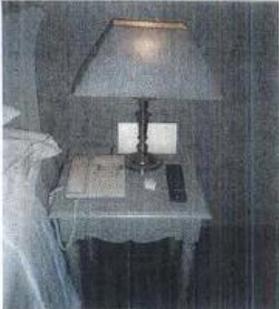
Anexo 19: Preparação de quartos

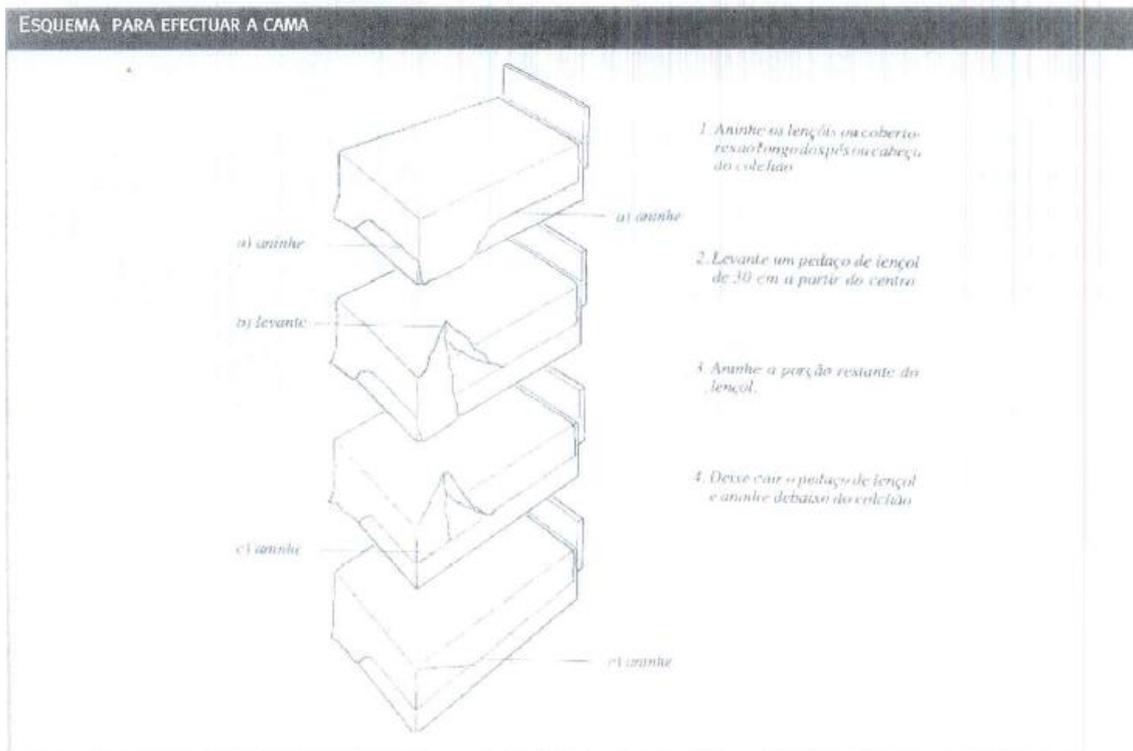
| | | |
|-----------------------|---|-------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |

QUARTO STANDARD

| PERSPECTIVA GERAL DO QUARTO | |
|---|--|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Cadeirões com mesa de apoio ao centro; ▪ Blackouts a meio; ▪ 2 Quadros à esquerda da porta da varanda; ▪ Toucador com cadeira e candeeiro à direita; ▪ Cama ao centro; ▪ Mesa-de-cabeceira com candeeiro ao centro; ▪ Espelho; ▪ Porta malas situado por baixo do espelho. |  |
| PREPARAÇÃO DE CAMA | |
| DESCRIÇÃO | ENTRADA FOTOGRAFIA |
| <p>A cama deve ser efectuada de acordo com o esquema abaixo indicado.</p> <p>As almofadas devem ser colocadas no mesmo sentido e esticadas de forma a não ficarem amarrotadas.</p> <p>A manta deve ser colocada aos pés da cama.</p> |  |

| | | |
|------------------------------|---|-------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |

| MESAS-DE-CABECEIRA | TELEFONE/ LISTA TELEFÓNICA E COMANDO |
|---|---|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Telefone à esquerda; ▪ Candeeiro ao centro da Mesa-de-cabeceira; ▪ Comando TV à direita da Mesa-de-cabeceira; ▪ 2 Chocolates CS. |  |



| | | |
|------------------------------|---|-----------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| | ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS |

| PORTA MALAS E CANDEEIRO | |
|--|--|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| Porta malas por baixo do espelho e candeeiro de pé alto à direita. |  |

| MESA DE APOIO | | SERVIÇO DE ÁGUA |
|---|--|-----------------|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Garrafa de água sem gás centrado à esquerda; ▪ 2 Copos de água em frente à garrafa da água; ▪ 3 Bases (para os copos e a garrafa); ▪ Candeeiro centrado à direita; ▪ Cartão de proibido fumar à direita do candeeiro. |  | |

| ROUPEIRO | | MINI-BAR |
|--|--|--|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Cervejas ▪ 2 Coca-Cola ▪ 2 Sumos ▪ 2 Águas com gás ▪ 2 Águas sem gás ▪ 2 Sprite ▪ 1 Pringles pequena | <ul style="list-style-type: none"> 1 chocolate Kit-Kat 2 Pastilhas Trident |  |

IT 04 – Preparação de Quartos

Data: 15-07-2010

Versão: 2

CS Vintage House Hotel

Página 4 de 10

| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
|--|---|--|
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |
| ROUPEIRO | | MANTA/ ALMOFADAS/ COFRE/ LISTA LAVANDARIA/ SECADOR |
| DESCRIÇÃO | | FOTOGRAFIA |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Lista de lavanderia dobrada ao meio ao lado do cofre; e por cima o saco de lavanderia; ▪ 2 Almofoadas na estante acima do cofre; ▪ 1 Secador na estante abaixo do cofre, pousado em cima do cartão de segurança. | |  |
| CASA DE BANHO | | ROUPÕES |
| DESCRIÇÃO | | FOTOGRAFIA |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Robes pendurados nos cabides atrás da porta da casa de banho. | |  |
| CASA DE BANHO | | LAVATÓRIO |
| DESCRIÇÃO | | FOTOGRAFIA |
| <p>Caixa de aménities, colocada sempre do lado da banheira. No lado oposto, o espelho de cosmética e 2 copos descartáveis.</p> | |  |
| IT 04 – Preparação de Quartos | | Data: 15-07-2010 |
| CS Vintage House Hotel | | Versão: 2 |
| | | Página 5 de 10 |

| | | |
|--|--|------------------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |
| CASA DE BANHO | | AMENITIES |
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Caixa de aménities com a seguinte composição: ▪ 1 Champô; ▪ 1 Body Lotion; ▪ 1 Gel de banho; ▪ 1 Touca; ▪ 1 Limpa Sapatos; ▪ 2 Sabonetes; ▪ 1 Toallete. |  | |
| CASA DE BANHO | | TOALHAS DE ROSTO |
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA | |
| 2 Toalhas de rosto com Logo CS colocadas no suporte uma ao lado da outra. |  | |
| CASA DE BANHO | | BIDÉ E TOLHAS DE BIDÉ |
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA | |
| 2 Toalhas de bidé com Logo CS colocadas uma por cima de outra no suporte afixado por cima do bidé. |  | |
| IT 04 – Preparação de Quartos | | Data: 15-07-2010 |
| CS Vintage House Hotel | | Versão: 2 |
| | | Página 6 de 10 |

| | | |
|------------------------------|---|-------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |

| | |
|--|---|
| CASA DE BANHO | SANITA/ PAPEL/ SACO HIGIÊNICO/ TOALHETES |
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <p>Os seguintes produtos são colocados em cima do autoclismo com a seguinte disposição da esquerda para a direita:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Saco Higiênico com rolo de Papel Higiênico em cima; ▪ 1 Caixa de lenços faciais. |  |

| | |
|--|--|
| CASA DE BANHO | BANHEIRA/ TAPETE DE CASA DE BANHO |
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <p>1 Tapete dobrado em 3 com Logo CS ao meio. Colocar ao centro da banheira.</p> |  |

| | |
|--|--|
| CASA DE BANHO | TOALHAS DE BANHO |
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <p>2 Toalhas de Banho dobradas em 3x3 e colocadas no suporte com o logo CS virado para cima.</p> |  |

Anexo 20: Preparação de quarto *suite*

| | | |
|-----------------------|---|-------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |

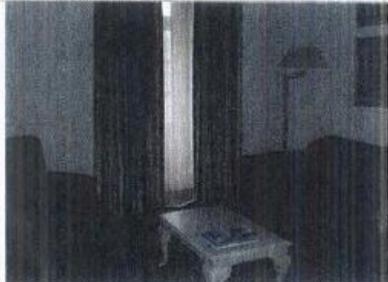
QUARTO SUITE

Unicamente são referenciadas as disposições diferentes da dos Quartos Standard.

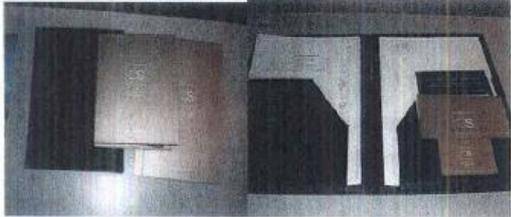
PERSPECTIVA GERAL DO QUARTO

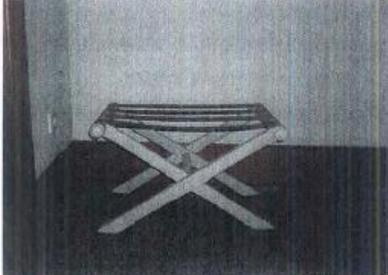
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
|---|---|
| 1 Mesa-de-cabeceira de cada lado da cama; Toucador com disposição diferente. |  |

PERSPECTIVA GERAL DA SALA DE ESTAR

| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
|--|--|
| Black-outs a meio. 1 Cadeira; 1 Sofá-cama com 1 candeeiro de pé alto de cada lado; 1 mesa de apoio com 2 revistas; 1 Porta malas; 1 Mini-bar; 1 Mesa de Jogos em pele e em cima da mesa são colocados 1 telefone do lado esquerdo, 3 bases de copos, 2 copos de água e uma garrafa de água sem gás. |  |

| | | |
|-----------------------|---|-------------------|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING |
| | DATA: | 08-11-2010 |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | |

| TOUCADOR | CAPA CS E DIRECTÓRIO |
|---|--|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <p>Foto à esquerda: Colocação das capas e Directório CS; Capa CS à esquerda, Carta de Rom Service à direita e Directório em cima ao centro.</p> <p>Foto à direita: Capa CS</p> <p>Do lado esquerdo: Fact-scheet em Português e Inglês; folha de informação; Brochuras em português e Inglês.</p> <p>Ao meio 1 caneta com Logo CS.</p> <p>Do lado direito: 3 folhas; 3 envelopes; bloco de notas; Cartão Ecológico; Questionário de satisfação do cliente; Cartão do Director.</p> |  |

| PORTA MALAS | |
|--|--|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| Porta malas colocado em frente à porta da casa de banho. |  |

| MESA DE APOIO | SERVIÇO DE ÁGUA |
|---|--|
| DESCRIÇÃO | FOTOGRAFIA |
| <p>1 Garrafa de água sem gás centrado à esquerda;</p> <p>2 Copos de água em frente à garrafa da água;</p> <p>3 Bases para copos e garrafa;</p> <p>1 Candeeiro centrado à direita;</p> <p>Cartão de proibido fumar à direita do candeeiro.</p> |  |

| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |  |
|---|---|---|---|
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS | |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING | |
| | DATA: | 08-11-2010 | |
| ASSUNTO: | PREPARAÇÃO DE QUARTOS | | |
| MINI-BAR | | | |
| DESCRIÇÃO | | FOTOGRAFIA | |
| 2 Cervejas 2 Coca-Cola 2 Sumos 2 Águas com gás 2 Águas sem gás 2 Sprite 1 Pringles pequena 1 chocolate Kit-Kat 2 Pastilhas Trident | |  | |
| ROUPEIRO | | | |
| DESCRIÇÃO | | FOTOGRAFIA | |
| Roupeiro de 2 portas. Lado esquerdo: 1 almofada na prateleira superior; 5 cabides no varão; 1 manta na prateleira inferior. Lado direito: 1 almofada na prateleira superior; 5 cabides no varão; 1 cofre; secador de cabelo em cima do cofre, pousado em cima do cartão de segurança; Lista de lavanderia com saco de lavanderia por cima ao lado do cofre. | |  | |
| CASA DE BANHO | | | |
| DESCRIÇÃO | | FOTOGRAFIA | |
| Caixa de aménities com a seguinte composição: 1 Champô; 1 Body Lotion; 1 Gel de banho; 1 Touca; 1 Limpa Sapatos; 2 Sabonetes; 1 Toallete. Concha de aménities com a seguinte composição: 1 pente, 1 escova de dentes, 1 kit de barbear, 1 kit de costura, 1 kit de manicura, 1 calcadeira, 2 desmaquilhante. | |  | |
| IT 04 – Preparação de Quartos | | Data: 15-07-2010 | |
| CS Vintage House Hotel | | Versão: 2 | |
| | | Página 10 de 10 | |

Anexo 21: Registo dos chocolates de Boa Noite



Chocolates boa noite

Mês: abr-15

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|---|---|
| Chocolate de laranja | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 | |
| Chocolate de queijo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Chocolate branco | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Chocolate florentina(caramelo) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 0 |

Elaborado por:

Ana Bela Barros
A Governanta

Anexo 22: Controlo mensal dos tabuleiros VIP



THE VINTAGE HOUSE

Controlo de Tabuleiros vips - Mensal

Mês: _____

| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | | | | |
|--------|---------------------|---|--------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|--|--|--|--|
| VIP I | Noivos | 1 | Garrafa de Espumante | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Aniversário | 1 | Garrafa de Espumante | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Bolo | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Normal | 1 | 1 | Decanter de Vinho do Porto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | Figos Nozes Amêndoas Avelãs | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| VIP II | Especial | 1 | Decanter de Vinho do Porto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Cesta de Fruta Fresca | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Flores | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| VIP | Booking | 1 | Compota de Pera | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Compota de Ananás | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Compota de Abóbora | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Biscoito de Canela | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Biscoito de Chocolate | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Biscoito de Manteiga | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | 1 | Biscoito de Frutos secos | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Biscoito de Laranja | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Elaborado por:

Ana Bela Barros
A Governanta

Anexo 24: Normas de procedimento de perdidos e achados

| | | | |
|-----------------------|---|-------------------|---|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |  |
| | PROCESSO: | ALOJAMENTOS | |
| | PROCEDIMENTO: | PT – HOUSEKEEPING | |
| | DATA: | 01-09-2010 | |
| ASSUNTO: | PERDIDOS E ACHADOS | | |

ENTREGA DO PERDIDO E ACHADO

Os objectos encontrados nas instalações da Unidade devem ser entregues no Gabinete da Governanta, à GA.

Quando entregue na Recepção deverá ser encaminhado em 24 horas para a GA, se não for reclamado pelo Hóspede que o perdeu. No acto de entrega deverão ser executadas as seguintes tarefas pela GA:

- Colocar os objectos em saco transparente;
- Preencher a Etiqueta Perdidos e Achados, com indicação do *Nº Perdido (Sequencial por ano civil)*, *Local do Achado*; *Data e Colaborador* que encontrou o objectivo e colocar no saco;
- Preencher o MOD – “Perdidos e Achados” com informação relativa à descrição do objecto encontrado, local onde foi encontrado, quem encontrou, e no caso de possuir informação sobre a quem pertence o objecto (Nº do quarto).

ARMAZENAMENTO PERDIDO E ACHADO

PRAZO DE DEVOUÇÃO: no máximo 6 meses calculado desde a data de registo do objecto perdido.

OBJECTOS: armazenados no GA, em local destinado para efeito, sendo a sua gestão da responsabilidade da GA.

OBJECTOS DE VALOR: depois de acondicionados e identificados, são guardados no cofre do Gabinete da Direcção (ex.: máquinas fotográficas, relógios, etc.).

DESTINO PERDIDO E ACHADO

OBJECTOS RECLAMADOS HÓSPEDE: registar no MOD – “Perdidos e Achados” o nome da pessoa que efectuou a entrega e o modo de entrega (directamente ao cliente, correio). Se o Hóspede solicitar o envio dos seus pertences via correio, o colaborador que proceder ao seu envio deverá introduzir no MOD – “Perdidos e Achados” a informação referente: nome do hóspede e número do talão de envio (campo observações), assim como o colaborador que tratou do processo.

OBJECTOS NÃO RECLAMADOS: Após 6 meses passados desde a data da perda do objecto sem ser reclamado, os objectos são entregues à pessoa que os encontrou ou disponibilizados a outro colaborador que mostre interesse. Se o objecto não for pretendido por nenhum colaborador, será eliminado e introduzida essa informação no campo destino do MOD- “Perdidos e Achados”.

IT 09 – Perdidos e Achados

CS Vintage House Hotel

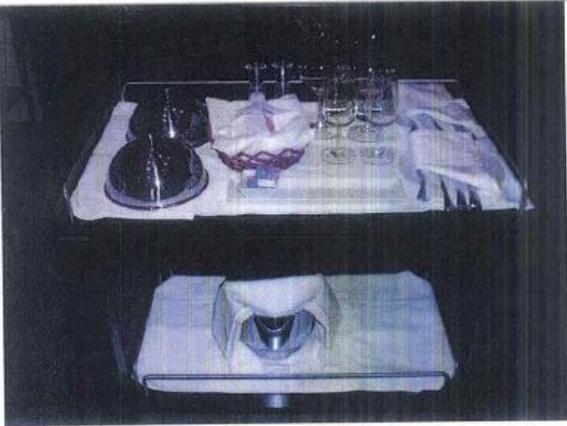
Data: 15-07-2010

Versão: 2

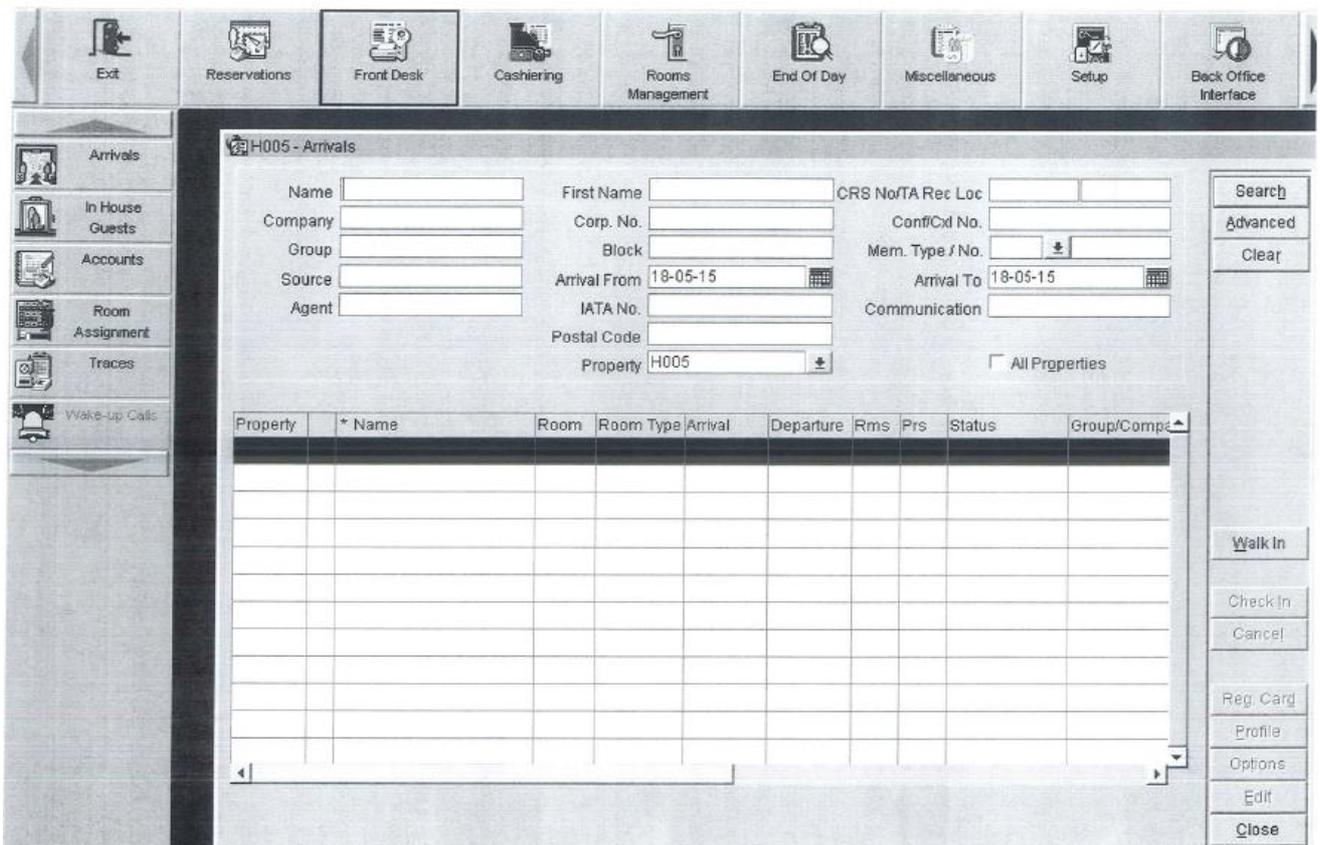
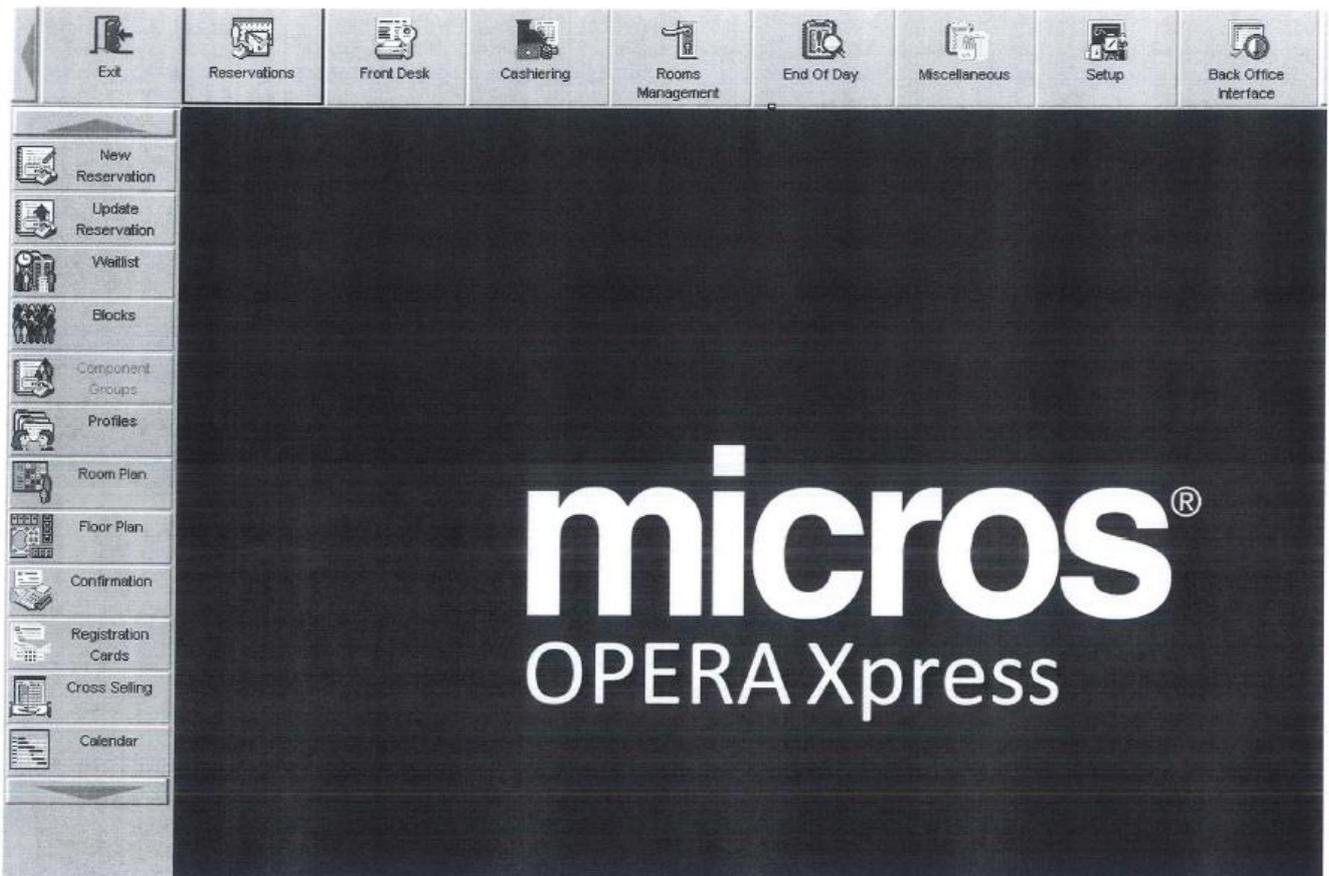
Página 1 de 1

Anexo 25: Serviço de *roomservice*

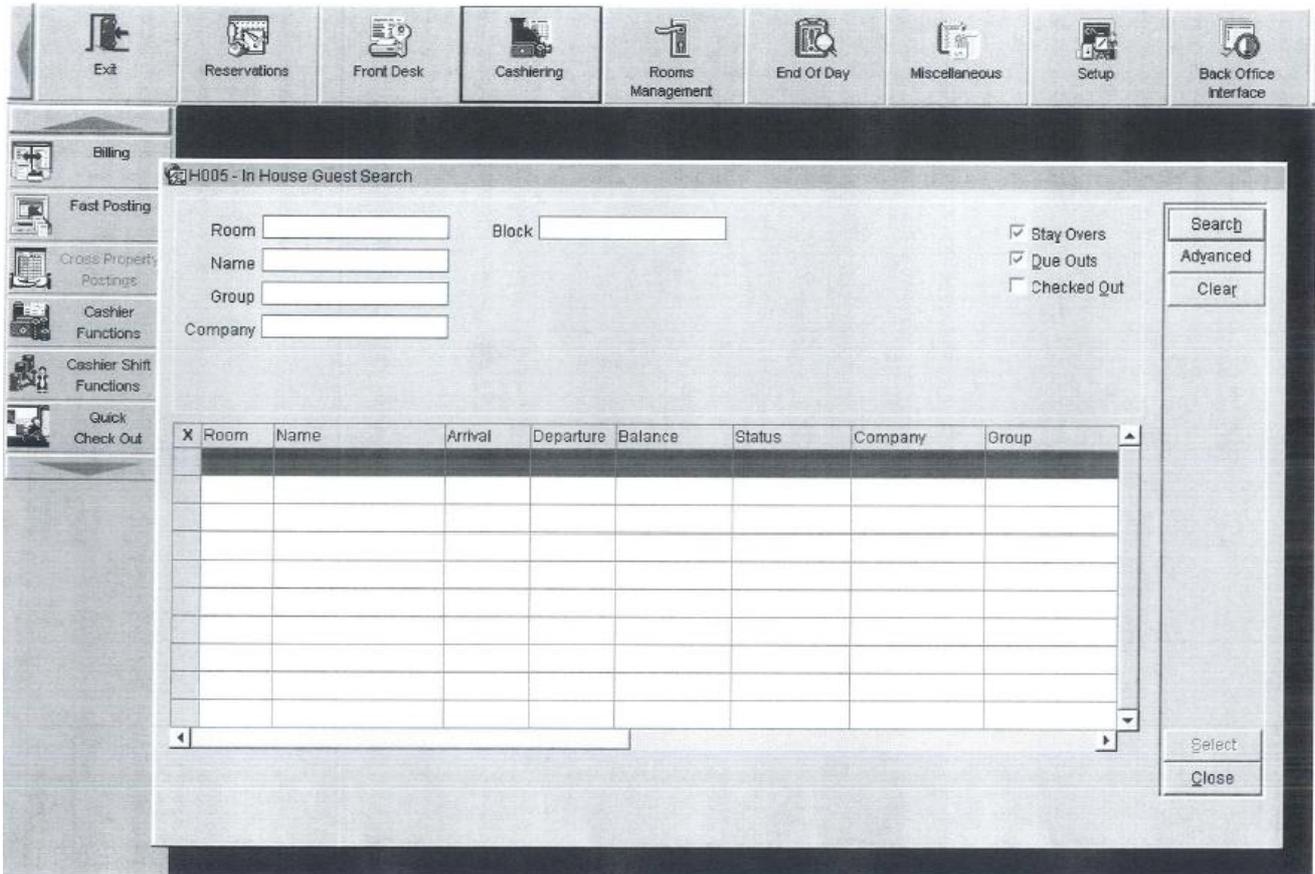
| | | |
|--|---|---|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | GESTÃO F&B |
| | PROCEDIMENTO: | PT – GESTÃO F&B |
| | DATA: | 30-10-2014 |
| | ASSUNTO: | ROOM-SERVICE |
| TAREFA: ROOM-SERVICE PEQUENO-ALMOÇO SECÇÃO: HOUSEKEEPING/ RESTAURANTE/ COZINHA | | INTERVENIENTES: - Empregadas Limpeza - Empregado de Mesa - Cozinheiro |
| DESCRIÇÃO | | MATERIAL NECESSÁRIO |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ O pedido de Room Service para Pequeno-almoço, é efectuado pelo Hóspede através do preenchimento do “Pedido de Pequeno-almoço”, que o deixa pendurado na maçaneta da porta ou contactando directamente a Recepção. ▪ O Rececionista que recebeu o pedido deve encaminhar a informação à Cozinha para preparação. ▪ Depois de pronto, o Cozinheiro de serviço transmite ao Housekeeping que efectua a entrega o pedido ao Cliente. | | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prato de Fruta ▪ Chávena Almoçadeira ▪ Cesto de Pão ▪ Leiteira ▪ Cafeteira de café ▪ Copo de Sumo ▪ Talheres ▪ Taça de Compota ▪ Iogurte ▪ Prato de fiambre e queijo ▪ Açucareiro ▪ Tabuleiro <p>O material necessário será sempre de acordo com o pedido efectuado pelo Hóspede, e servido sempre em Tabuleiro.</p> |
| FOTOGRAFIA | | |
|  | | |

| | | |
|---|---|---|
| INSTRUÇÃO DE TRABALHO |  | |
| | PROCESSO: | GESTÃO F&B |
| | PROCEDIMENTO: | PT – GESTÃO F&B |
| | DATA: | 30-10-2014 |
| | ASSUNTO: | ROOM-SERVICE |
| TAREFA: ROOM-SERVICE ALMOÇO/ JANTAR SECÇÃO: HOUSEKEEPING/ RESTAURANTE/ COZINHA | | INTERVENIENTES: - Empregadas Limpeza - Empregado de Mesa - Cozinheiro |
| DESCRIÇÃO | | MATERIAL NECESSÁRIO |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ O pedido é efectuado pelo Hóspede na Recepção e os RC encaminham o cliente ao Restaurante que regista o pedido, de forma a cozinha receba o mesmo. ▪ Depois de pronto, o Cozinheiro de serviço transmite ao Restaurante ou à Recepção. | | O material necessário será sempre de acordo com o pedido efectuado pelo Hóspede, e servido sempre em Carro Próprio. |
| FOTOGRAFIA | | |
|  | | |

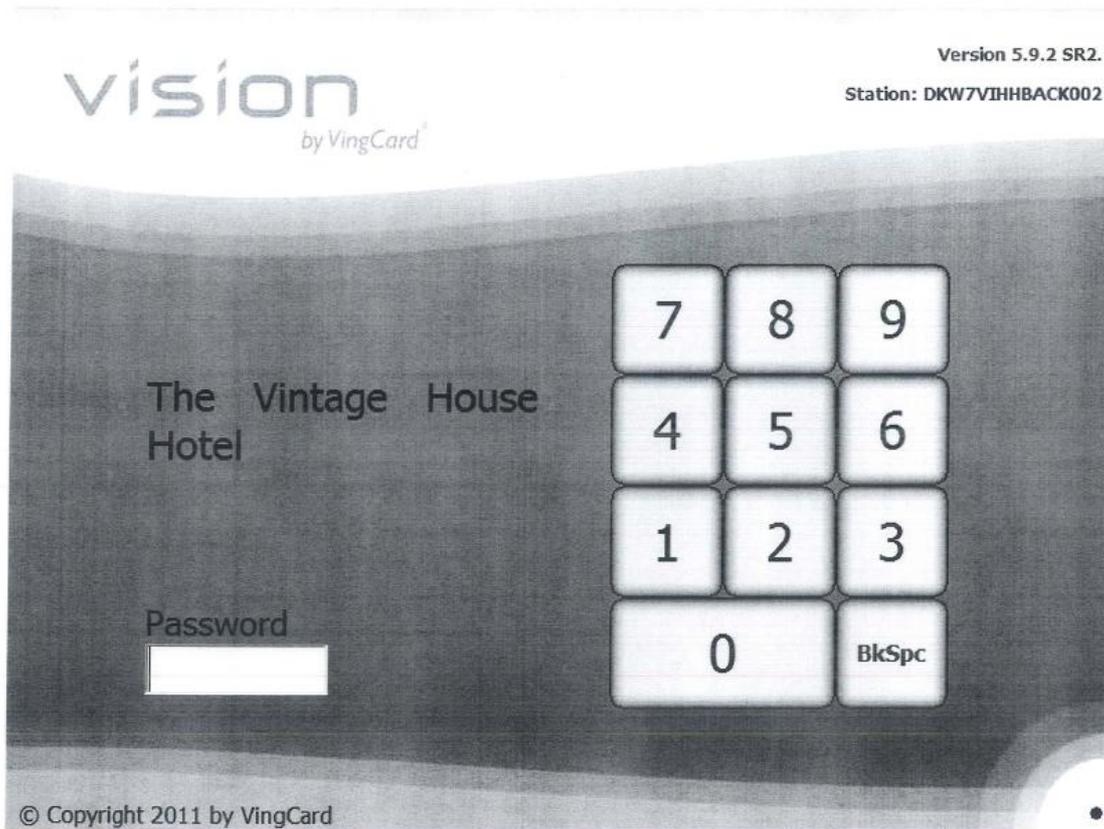
Anexo 26: Programa Micros: modo Check in



Anexo 28: Programa Micros: modo Chek out



Anexo 29: Programa Vision



Anexo 30: Exemplo de um Guia de recomendações a hóspedes

Quintas

Quinta do Panascal

“Experiência quinta do Panascal”

Horário: 10h00 – 18h00

Preço Médio: 3,00€ por pessoa

Duração da Visita: 1h00

Reserva: Não necessita

Localização: Valença do Douro



Quinta da Pacheca

“Local tranquilo e de boa qualidade”

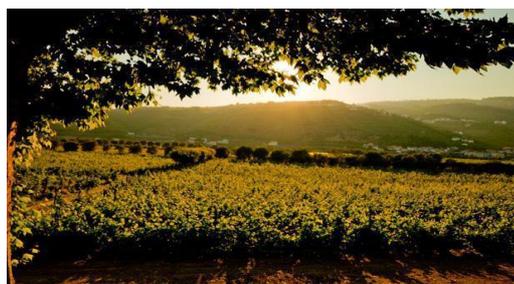
Horário: 10h30 - 17h30

Preço Médio: 8,00€ por pessoa

Duração da Visita: 1h00

Reserva: Recomendado

Localização: Cambres



Quinta do Seixo

“Descobre-se facilmente esta antiga Quinta e sua moderna Adega perfeitamente integrada na paisagem”

Horário: 10h30 – 12h30; 14h00 – 18h30

Preço Médio: Desde 6,00€ por pessoa

Duração da Visita: 1h00

Reserva: Recomendado

Localização: Valença do Douro



Quinta do Crasto

“Visita às adegas, ..., terminando com prova de 5 vinhos da nossa gama”

Horário: Marcação prévia

Dia de encerramento: Sábado e Domingo

Preço Médio: Desde 18,45€ por pessoa

Duração da Visita: 1h30

Reserva: Obrigatório

Localização: Perto de Gouvinhas



Restaurantes

Castas & Pratos

“Restaurante e wine bar, localizado no armazém dos caminhos-de-ferro”

Gastronomia: Moderna e criativa

Preço Médio: 30,00€ por pessoa

Localização: Peso da Régua

DOC

“Primeiro bar-restaurante semi-aquático do Douro”

Gastronomia: Moderna / Gourmet

Preço Médio: 40,00€ por pessoa

Localização: Folgosa do Douro

Vela Douro

“Local simpático com decoração muito interessante”

Gastronomia: Regional

Preço Médio: 25,00€ por pessoa

Localização: Pinhão

Atividades

Passeios pedestres

Percurso: Pinhão – Provesende – Pinhão

Distancia: 5 Km

Canoas

Meio-dia: 25,00€ por unidade

Dia inteiro: 30,00€ por unidade

Bicicletas

Meio-dia: 25,00€ por unidade

Dia inteiro: 30,00 Euros por unidade

Passeios pela Linha do Douro

Comboio Histórico

“No comboio histórico temos o genuíno sabor das viagens de há cem anos”

- Verificar mais informações com a Receção

Comboio Regular

“O comboio é património português”

- Percurso recomendado: Pinhão – Pocinho – Pinhão
- Duração: 2h00
- Horário: Todos os dias
- Tarifa: A verificar

Passeios de Barco

Companhia Turística do Douro

“Cruzeiros pelo Rio Douro em barcos Rabelo (barcos típicos do Douro)”

Passeios diários: 10h30 – 14h30

Sujeito a disponibilidade

Tarifas: Desde 20,00€ por pessoa (seis pessoas no mínimo)

Pipa Douro

“Vamos superar as melhores expectativas dos clientes com um alfaiate antigo (anos 50/60)”

Passeios diários: 10h30 – 14h30

Sujeito a disponibilidade

Tarifas: Desde 35,00€ por pessoa

Magnifico Douro

“Cruzeiros pelo Rio Douro em barcos Rabelo (barcos típicos do Douro)”

Passeios diários: 10h45 - 14h45

Sujeito a disponibilidade

Tarifas: Desde 20,00€ por pessoa (duas pessoas no mínimo)

Locais a Visitar

Miradouros

Miradouro Casal de Loivos (Casal de Loivos) Miradouro de S. Salvador de Mundo (S. J. da Pesqueira) Miradouro de S. Leonardo de Galafura (Peso da Régua) Miradouro de Nossa Sra. da Piedade (Alijo)

Casa de Mateus

Horário: 9h00 – 19h00

Tarifas: Desde 9,50€ por pessoa

Localização: Vila Real

Museu do Douro

Horário: 10h – 13h; 14h30 – 18h

Museu “Wine House”

Horário: 11h; 15h; 17h

Tarifas: Desde 2,50€ por pessoa

Localização: Pinhão

Parque Arqueológico do Vale do Coa & Museu do Coa Horário

Terça a Domingos: 09h00 – 12h30; 14h00 – 17h30;

Dia de encerramento: Segunda-feira;

Tarifas: A verificar com a receção;

Localização: Vila Nova de Foz Côa



Museu de Favaios – Pão & Vinho

Terça a Sexta: 13h30 – 12h30; 14h30 – 18h30;

Sábados e Domingos: 11h00 – 18h30;

Dia de encerramento: Segunda-feira;

Tarifas: A confirmar

Localização: Favaios



Aldeias

Provesende, Favaios, Barcos, Lamego, Ucanha, São João de Tarouca, Trevões – S. J. da Pesqueira, S. Martinho D’Anta (Terra Miguel Torga), Sabrosa (Terra de Fernão Magalhães).

Anexo 31: Mapa da região entregue aos hóspedes

