



INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE COIMBRA

— RELATÓRIO DE ESTÁGIO —
**SISTEMA DE GESTÃO DA
SUSTENTABILIDADE**

NO HOTEL MELIA SALINAS

Cristiana Sousa Melo de Gouveia Caldeira

Mestrado em Controlo de Gestão

Abril de 2014

SISTEMA DE GESTÃO DA SUSTENTABILIDADE



ILUSTRAÇÃO 1 – UNTITLED [FOTOGRAHY]ENTRADA PRINCIPAL DO HOTEL MELIÁ SALINAS.¹

Orientador: Prof. Dra. Maria Georgina da Costa Tamborino Moraes

Coorientador: Prof. Dr. Adélio Alferes Saraiva

*Relatório de Estágio Curricular
requisito do Mestrado em Controlo de
Gestão para obtenção do grau de Mestre*

Segundo o sistema de referenciação presente na ISO 690:2010

¹ Available from: <http://www.melia.com/en/hotels/spain/lanzarote/melia-salinas/Sustainability.html> [online][accessed at 30 December 2013]

ERRATA

FICHA INFORMATIVA

Mestranda: Cristiana Sousa Melo de Gouveia Caldeira

Nº de Aluno: 12510

Estabelecimento de Ensino: Instituto Politécnico de Coimbra (IPC)

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de
Coimbra (ISCAC)

Website: <http://www.iscac.pt/>

Escola de Negócios de Coimbra

Orientador: Prof. Dra. Maria Georgina da Costa Tamborino Morais

Co-Orientador: Prof. Dr. Adélio Alferes Saraiva

Entidade Acolhedora de Estágio: Hotel Meliá Salinas

Website: www.meliasalinas.com

Direção: Avda. Islas Canarias, s/n

35509 Costa Teguise - Lanzarote (Espanha)

Tel: (+34) 928 590040

Fax: (+34) 928 590390

Email: melia.salinas@melia.com

Coordenadas: N +29° 0' 4.41" / W -13° 29' 4.29"

Supervisor na Empresa: Virginie Corthals

Email: virginie.corthals@melia.com

RESUMO

O presente relata o trabalho desenvolvido na opção de estágio, uma das opções da parte não letiva, e um requisito para a obtenção do grau de mestre, no mestrado em controlo de gestão lecionado pelo Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra (ISCAC), uma unidade orgânica do Instituto Politécnico de Coimbra (IPC).

A entidade acolhedora de estágio escolhida foi o Hotel Melia Salinas. Esta foi designada em Agosto de 2012, após entrevista telefónica com a diretora do DACQ Sra. Dra. Vanesa Regueira na qual foi determinada a data de início e as atividades a desenvolver ao longo do estágio, nomeadamente nos departamentos de: receção, restauração e atendimento ao cliente e qualidade.

O principal ponto determinante na decisão pelo plano de estágio apresentado por esta entidade, foi a possibilidade de participação na implementação do sistema de gestão da sustentabilidade Travelife. Dada a oportunidade e motivada por conhecer na prática esta área de estudo do Mestrado, a escolha foi confirmada.

Após conclusão dos conteúdos letivos do Mestrado, iniciou-se o período de Estágio, com a duração de seis meses ou 960 horas, tomando o mesmo efeito entre 1 de Fevereiro e 15 de Julho de 2013. No qual esteve presente a missão de colocar em prática os conteúdos teóricos reunidos ao longo do mestrado, particularmente nas disciplinas de controlo interno, sistema de controlo da qualidade e ambiente, auditorias de gestão e contabilidade de gestão avançada.

A importância deste relatório incide na sensibilização e elucidação social, académica, organizacional e da indústria turística para as mudanças de mentalidade globais e para as soluções sustentáveis existentes, que pretendem criar um mundo melhor para todos nós, no presente e para o futuro.

Em conclusão, os objetivos foram atingidos. Foi obtida elucidação sobre o funcionamento do Hotel, foram aplicados na prática diversos conteúdos teóricos do Mestrado e ainda foi conhecido o sistema de gestão da sustentabilidade Travelife, e dada colaboração na sua implementação.

Palavras-chave: Gestão, Controlo, Hotelaria, Sistema de Gestão, Sustentabilidade, Travelife

ABSTRACT

The present reports the work develop in the option internship, one of the choices of the non-teaching part, and a requirement for attaining the degree for Master, in the MSc in Management Control , taught by ISCAC, an organic unit of IPC.

The internship host institution chosen was the Hotel Melia Salinas. It was designated in August 2012, after a phone interview, with the director of DACQ Mrs. Dr. Vanesa Regueira, in which it was determined the date to begin the internship and the activities to be developed, namely in the departments of: reception, restaurant and also customer service and quality.

The main determinant to the decision for this institution, and specifically for this internship plan, was the possibility to participate in the implementation of the Travelifes sustainability management system in the Hotel. Given the opportunity and motivated to practice this content of the Master, the choice was confirmed.

After completing the academic contents of the Masters, the Internship began, for six months or 960 hours, from February 1st to July 15th of 2013. In which was present the mission to put into practice several theoretical contents gathered along the Master, particularly in the area of internal control, system control of quality and environment management audits and also advanced management accounting.

The importance of this work focuses on the social, academic, organizational and to the tourist industry awareness and explanation about the global mindset changes occurring and new sustainable solutions existent that will create a better world for all of us, for now and in the future.

In conclusion, the objectives were achieved. It was obtained clarification on the operations of the Hotel, applied various practical and theoretical contents of the Masters and also attained knowledge and given collaboration in the implementation of the Travelifes sustainability management system.

Keywords: Management, Control, Hospitality, Management System, Sustainability, Travelife

AGRADECIMENTOS

O presente relatório, marca o fim de uma etapa fundamental de um percurso académico que, desde o seu início sempre envolveu o apoio de diversas pessoas maravilhosas, sem as quais teria sido impossível aqui chegar, pelo que é aqui registada uma pequena palavra de agradecimento a todas elas.

A todos os professores do Mestrado em Controlo de Gestão (MCG, também designado como Mestrado), por todo o conhecimento e ensinamentos, em particular à orientadora Prof. Dra. Georgina Morais e ao coorientador Prof. Dr. Adélio Saraiva por toda a orientação e disponibilidade dispensada.

A todo o pessoal do Hotel Melia Salinas (HMS, também designado por Hotel ou Melia Salinas), em particular à diretora Sandra Guérvos e à orientadora e subdiretora Virginie Corthals, pela oportunidade e por todas as orientações legadas. Adicionalmente à diretora do Departamento de Atendimento ao Cliente e Qualidade (DACQ) Vanesa Regueira, ao diretor do departamento de receção (também designado como receção) Manolo Bonilla, ao diretor de comidas e bebidas Fernando Yeras, ao maître Manuel Herrera e ao conterrâneo João Ferreira, com os quais tive o prazer de trabalhar, aprender e desenvolver-me quer a nível profissional, quer a nível pessoal ao longo do Estágio Curricular (também designado como Estágio)

Especialmente, a toda a família por toda a força, todo o apoio, e todo o amor. Em particular aos pais e avós, a maior gratidão, pelas condições proporcionadas que permitiram atingir este patamar educacional, e por todos os conselhos e ensinamentos que ecoam ao longo deste percurso académico e profissional. E às mulheres da família, principalmente à avó, à tia e à mãe por serem um exemplo de determinação e força.

A todos os colegas estagiários com os quais foi partilhada experiência de Estágio no Melia Salinas. Por todos os momentos didáticos e lúdicos, os quais contribuíram para o término com sucesso desta etapa.

A todos os colegas de mestrado por todos os momentos dentro e fora de aulas.

Aos antigos professores do curso de gestão da Universidade da Madeira e aos antigos colegas, por todos os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura.

ÍNDICE

Errata.....	III
Ficha informativa.....	IV
Resumo.....	V
Abstract.....	VI
Agradecimentos	VII
Índice.....	VIII
Índice de tabelas	XI
Índice de ilustrações.....	XIII
Abreviaturas	XVI
Introdução.....	18
1. Enquadramento do Estágio.....	21
1.1. Descrição histórica e geográfica de Lanzarote	21
1.2. A arte e influência de César Manrique	23
1.3. Lanzarote na rede de reservas da biosfera da UNESCO	26
1.4. Legislação de proteção de território	28
1.5. Cooperação com parceiros turísticos.....	30
1.6. A Travelife.....	34
1.6.1.O SGST para hotéis e outros alojamentos	36
1.6.2. Níveis de certificação Travelife	38
1.7. A Sustentabilidade e o SGST.....	39
1.7.1. Vantagens na implementação de um SGI	42
1.8. A estratégia sustentável do grupo Melia Hotels Internacional.....	44
1.9. Análise estratégica ao Melia Salinas	47
2. O Hotel Melia Salinas	52
2.1. Marca, posicionamento e história do Hotel	52
2.2. O Mercado e o cliente	53
2.3. Estrutura e descrição do Hotel	56
2.4. Produtos e serviços.....	58
2.4.1. Alojamento	58
2.4.1.1. O quarto clássico [<i>classic room</i>]	59
2.4.1.2. O quarto vista-mar [<i>premium room with sea view</i>]	59
2.4.1.3. O quarto vista-mar com TheLevel [<i>Room TheLevel with sea view</i>].....	60
2.4.1.4. A <i>junior suite</i>	60
2.4.1.5. A <i>master suite</i>	61
2.4.1.6. A <i>penthouse</i>	61

2.4.1.7. As villas	61
2.4.2. Restauração - Restaurantes e bares	62
2.4.2.1. Restaurante Spices	62
2.4.2.2. Restaurante Casa canária	62
2.4.2.3. Bar Onyx.....	63
2.4.2.4. Bar O'grille	63
2.4.2.5. Restaurante Marea e bar Wine & Cheese	63
2.4.3. Aluguer de espaços.....	63
2.4.3.1. Aluguer de salas do centro de conferências	63
2.4.3.2. Aluguer de espaços comerciais	64
2.4.4. O serviço TheLevel	64
3. O desenvolvimento do Estágio	66
3.1. Introdução: objetivos e tarefas do Estágio	66
3.2. Departamento de receção.....	68
3.2.1. Formação em <i>upselling</i>	73
3.2.2. Plano de melhorias para o departamento de receção	74
3.3. Departamento de restauração.....	80
3.3.1. Venda de jantares especiais.....	82
3.3.2. Fecho de caixa.....	83
3.4. Departamento de atendimento ao cliente e qualidade	85
3.4.1. Tarefas diárias	85
3.4.2. Tarefas extraordinárias de Domingo	91
3.4.3. Tarefas extraordinárias quinzenais	92
3.4.4. Tarefas extraordinárias mensais	93
3.4.5. Relatório do <i>ReviewPro</i>	94
3.5. A certificação do SGST no Hotel.....	95
3.5.1. O hotel antes da certificação	95
3.5.2. Primeiros passos para a sustentabilidade	96
3.5.2.1. O manual de sustentabilidade Travelife.....	98
3.5.3. Exemplos de sustentabilidade	103
3.5.3.1. Vertente económica da sustentabilidade	103
3.5.3.2. Vertente social e cultural da sustentabilidade	104
3.5.3.3. Vertente ambiental da sustentabilidade.....	107
3.5.4. Descrição de algumas ações sustentáveis	109
3.5.4.1. Criação de documentos e registo de informação;	110
3.5.4.2. Sensibilização dos clientes para a poupança;	110

3.5.4.3. Formação aos colaboradores	111
3.5.4.4. Criação de pontos verdes e pontos coletores	111
3.5.4.4.1. Resíduos perigosos	112
3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis	113
3.5.5. Auditoria	114
3.5.6. Próximos passos no Hotel	116
Conclusão	117
Bibliografia	120
Bibliografia comprovativa	120
Bibliografia de referência	122
Websites de referência e leitura	123

ÍNDICE DE TABELAS

Ilustração 1 – Untitled [fotography]Entrada principal do Hotel Meliá Salinas.	II
Ilustração 2 – Mapa da ilha de Lanzarote onde está assinalado a amarelo o Município de Teguise.	22
Ilustração 3 – Jardim botânico do Hotel.....	24
Ilustração 4 - piscina principal do Hotel e ao fundo a praia das colheres.	25
Ilustração 5 – Murais de Manrique no Hotel.	25
Ilustração 6 – Imagem de marca da Reserva da Biosfera de lanzarote.	28
Ilustração 7 - Mapa da ilha de Lanzarote onde estão assinaladas as áreas protegidas de Lanzarote sobre a lei de Canárias.	30
Ilustração 8 – Os objetivos da TUI Travel PLC definidos em 2012.	31
Ilustração 9 – Tabela de reservas do HMS no mês de abril de 2013, dados organizados por fonte de reserva.	33
Ilustração 10 - Logotipo do Programa Life da UE.	35
Ilustração 11 – <i>Interface</i> da plataforma <i>online</i> Travelife. Available from: www.travelife.org [online] [accessed 01 March 2014].....	38
Ilustração 12 – Níveis de certificação Travelife: Bronze, Prata e Ouro.	39
Ilustração 13 – Dimensões da sustentabilidade: ambiental, social e económica - Figura de autoria própria adaptada da fonte.	40
Ilustração 14 – Marcas do grupo Melia Hotels Internacional, ordenadas de acordo com o número de hotéis pertencentes a cada uma delas, por ordem crescente.	44
Ilustração 15 – organograma funcional da Direção do grupo MHI.	45
Ilustração 16 – Símbolo do acrónimo CERCA: conhecer (<i>Conoce</i>), Escutar (<i>Escucha</i>), responder (<i>Responde</i>) e mudar (<i>Cambia</i>). Fonte: <i>Memoria anual de sostenibilidad 2011</i> do MHI	47
Tabela 1 - Matriz FADO do Hotel Meliá Salinas – elaboração própria.....	48
Ilustração 17 – Modelo das cinco forças de Porter – Elaboração própria	49
Ilustração 18- Tabela da UNWTO do ranking por país, do valor gasto por estes com o turismo internacional em 2012.	54
Ilustração 19 - Mapa-mundo onde estão identificados os países que mais comentaram a sua estadia no HMS durante o período de 1-01-2013 a 15-05-2013.	55
Ilustração 20 – Planta do piso térreo do Hotel.	56
Ilustração 21 - Organograma funcional do Melia Salinas. De Autoria e elaboração própria	57
Ilustração 22 – Exemplo da tipologia quarto clássico.	59
Ilustração 23 – Quarto Vista Mar após renovação.	60
Ilustração 24 – <i>Villa</i> presidencia.	61
Ilustração 25 - Zona <i>TheLevel</i> , a piscina e algumas <i>villas</i>	64
Adicionalmente a todos os clientes <i>TheLevel</i> , são disponibilizados diversos serviços exclusivos como por exemplo a possibilidade de alugar uma <i>villa</i> por um dia.....	64

Tabela 1 - Cronograma de Estágio.....	66
Ilustração 26 – Recepção do Hotel e vista para o jardim botânico.	68
Tabela 2 – Tabela para <i>check-in</i> de grupos – adaptação das tabelas utilizadas no Melia Salinas para o <i>check-in</i> de grupos.....	71
Tabela 3 - Tabela de controlos internos na vertente comunicativa.....	76
Tabela 4 - Tabela de controlos internos na vertente económico-financeira	76
Tabela 5 – Tabela de controlos internos na vertente organizacional	78
Tabela 6 – Nota de mesa, adaptação dos pedidos de mesa utilizados no HMS.....	81
Tabela 7 - Procedimento de cobrança ao jantar	81
Tabela 8 - Tabela de reserva de jantares especiais - tabela de autoria própria, adotada no restaurante Spices	83
Tabela 9 - Códigos para cancelamento de faturas no sistema – Tabela de autoria própria, adotada e afixada na receção.	84
Ilustração 27 - Plano genérico de ação de melhoria, ações que devem ser tomadas de forma a melhorar a satisfação dos clientes e por sua vez a aumentar as suas receitas e/ou lucros.	90
Tabela 10 - Manual de Sustentabilidade Travelife página 10	99
Tabela 11 - Manual de Sustentabilidade Travelife página 18	100
Tabela 12 - Manual de Sustentabilidade Travelife página 39	101
Tabela 13 - Manual de Sustentabilidade Travelife página 47.	102
Ilustração 28 - Área do pessoal onde se pode ver quatro quadros sensibilizadores, informativos e motivacionais dos colaboradores para com a sustentabilidade e proteção ambiental. Da direita para a esquerda estes quadros têm os seguintes títulos: 1º “ <i>Usted puede producir el gran cambio</i> ”, 2º “ <i>Cuidados y mantenimiento</i> ”, 3º “ <i>Mantenga y preserve</i> ”, 4º “ <i>Servicio sostenible</i> ”. [fotografia] [01 June 2013].....	106
Ilustração 29 - Ponto verde externo acedido por colaboradores e clientes, onde são colocados resíduos urbanos e alguns resíduos perigosos. [Fotografia] [01 June 2013].	109
Ilustração 30 - Ponto Verde de resíduos perigosos interno, de acesso exclusivo aos colaboradores do Hotel. [fotografia] [01 June 2013].	109
Ilustração 31 – Um dos diversos caixotes do lixo transformados em contentores seletivos existentes por todo o hotel, jardins e piscinas. [fotografia] [01 June 2013]	112
Ilustração 32 - Certificação Travelife nível de ouro atribuído ao Melia Salinas.	115
Ilustração 33 – Descrição do HMS na lista de hotéis certificados Travelife.	115
Ilustração 34 - Melia Salinas marca presença no SICTED - Descrição do HMS na lista de hotéis certificados com o SICTED.	116

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1 - ENTRADA PRINCIPAL DO HOTEL MELIÁ SALINAS. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIA.COM/EN/HOTELS/SPAIN/LANZAROTE/MELIA-SALINAS/SUSTAINABILITY.HTML [ONLINE] [ACCESSED AT 30 DECEMBER 2013]	II
ILUSTRAÇÃO 2 – MAPA DA ILHA DE LANZAROTE ONDE ESTÁ ASSINALADO A AMARELO O MUNICÍPIO DE TEGUISE. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.LANZAROTENATURAL.ORG/IMAGES/IMG_TEGUISE.JPG , [ONLINE] [ACCESSED AT 21 JANUARY 2014]	22
ILUSTRAÇÃO 3 – JARDIM BOTÂNICO DO HOTEL. AVAILABLE FROM: HTTPS://CLUBMELIA.COM/ES/MELIA-SALINAS/GALERIA/FOTOS/ [ONLINE] [ACCESSED AT 21 JANUARY 2014]	24
ILUSTRAÇÃO 4 - PISCINA PRINCIPAL DO HOTEL E AO FUNDO A PRAIA DAS COLHERES. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TRIPADVISOR.COM.BR/HOTEL_REVIEW-G659633-D246401-REVIEWS-MELIA_SALINAS-COSTA_TEGUISE_LANZAROTE_CANARY_ISLANDS.HTML [ONLINE] [ACCESSED AT 30 JANUARY 2014]	25
ILUSTRAÇÃO 5 – MURAI DE MANRIQUE NO HOTEL. AVAILABLE FROM: HTTP://PT.HOTEIS.COM/HO171663/MELIA-SALINAS-ADULTS-ONLY-TEGUISE-ESPANHA/#HOTEL-PHOTOS [ONLINE] [ACCESSED AT 21 JANUARY 2014]	25
ILUSTRAÇÃO 6 – IMAGEM DE MARCA DA RESERVA DA BIOSFERA DE LANZAROTE. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TURISMOLANZAROTE.COM/EN/ [ONLINE] [ACCESSED AT 3 APRIL 2014]	28
ILUSTRAÇÃO 7 - MAPA DA ILHA DE LANZAROTE ONDE ESTÃO ASSINALADAS AS ÁREAS PROTEGIDAS DE LANZAROTE SOBRE A LEI DE CANÁRIAS. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TURISMOLANZAROTE.COM/EN/PROTECTED-AREAS [ONLINE] [ACCESSED AT 5 APRIL 2014]	30
ILUSTRAÇÃO 8 – OS OBJETIVOS DA TUI TRAVEL PLC DEFINIDOS EM 2012. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TUITRAVELPLC.COM/ABOUT-US/HISTORY#.USK6GbQxKoQ [ONLINE] [ACCESSED AT 3 APRIL 2014]	31
ILUSTRAÇÃO 9 – TABELA DE RESERVAS DO HMS NO MÊS DE ABRIL DE 2013, DADOS ORGANIZADOS POR FONTE DE RESERVA. AVAILABLE FROM: CÓPIA DE ECRÃ DO PROGRAMA SIHOT, [DATABASE] [ACCESSED AT 1 JUNE 2013]	33
ILUSTRAÇÃO 10 - LOGOTIPO DO PROGRAMA LIFE DA UE. AVAILABLE FROM: HTTP://EC.EUROPA.EU/ENVIRONMENT/LIFE/NEWS/IMAGES/LOGOLIFE150.GIF [ONLINE] [ACCESSED AT 30 JANUARY 2014]	35
ILUSTRAÇÃO 11 – INTERFACE DA PLATAFORMA ONLINE TRAVELIFE. AVAILABLE FROM: WWW.TRAVELIFE.ORG [ONLINE] [ACCESSED 01 MARCH 2014]	38
ILUSTRAÇÃO 12 – NÍVEIS DE CERTIFICAÇÃO TRAVELIFE: BRONZE, PRATA E OURO. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TRAVELIFE.ORG/HOTELS/TL_AWARDS.ASP?P=2 [ONLINE] [ACCESSED AT 02 JUNE 2013]	39
ILUSTRAÇÃO 13 – DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE: AMBIENTAL, SOCIAL E ECONÓMICA - FIGURA DE AUTORIA PRÓPRIA ADAPTADA DA FONTE. AVAILABLE FROM:	

HTTP://WWW.KTH.SE/EN/OM/POLICIES/HALLBAR-1.78109 [ONLINE] [ACCESSED AT 10 MARCH 2014]	40
ILUSTRAÇÃO 14 – MARCAS DO GRUPO MELIA HOTELS INTERNACIONAL, ORDENADAS DE ACORDO COM O NÚMERO DE HOTÉIS PERTENCENTES A CADA UMA DELAS, POR ORDEM CRESCENTE. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIA.COM/ES/HOTELES/HOME.HTML [ONLINE] [ACCESSED AT 28 DECEMBER 2013]	44
ILUSTRAÇÃO 15 – ORGANOGRAMA FUNCIONAL DA DIREÇÃO DO GRUPO MHI. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIAHOTELSINTERNATIONAL.COM/SITES/DEFAULT/FILES/SALA-DE-PRENSA/DOCS/MHI_DOPRESS_2013.PDF. [ONLINE] [ACCESSED AT 2 APRIL 2014].....	45
ILUSTRAÇÃO 16 – SÍMBOLO DO ACRÓNIMO CERCA: CONHECER (<i>CONOCE</i>), ESCUTAR (<i>ESCUCHA</i>), RESPONDER (<i>RESPONDE</i>) E MUDAR (<i>CAMBIA</i>). FONTE: <i>MEMORIA ANUAL DE SOSTENIBILIDADE 2011 DO MHI</i> AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIAHOTELSINTERNATIONAL.COM/SITES/DEFAULT/FILES/INFORMES-FINANCIEROS/MEMORIA%20ANUAL%20DE%20SOSTENIBILIDAD%202011_0.PDF [ONLINE] [ACCESSED AT 2 APRIL 2014]	47
ILUSTRAÇÃO 17 – MODELO DAS CINCO FORÇAS DE PORTER – ELABORAÇÃO PRÓPRIA	49
ILUSTRAÇÃO 18- TABELA DA UNWTO DO RANKING POR PAÍS, DO VALOR GASTO POR ESTES COM O TURISMO INTERNACIONAL EM 2012. AVAILABLE FROM: “2013 <i>TOURISM HIGHLIGHTS</i> ”. WORLD TOURISM ORGANIZATION, JULY 2013 [ACCESSED AT 01 MARCH 2014]	54
ILUSTRAÇÃO 19 - MAPA-MUNDO ONDE ESTÃO IDENTIFICADOS OS PAÍSES QUE MAIS COMENTARAM A SUA ESTADIA NO HMS DURANTE O PERÍODO DE 1-01-2013 A 15-05-2013. AVAILABLE FROM: REVIEW PRO JULHO [ACCESSED AT 1 JUNE 2013].....	55
ILUSTRAÇÃO 20 – PLANTA DO PISO TÉRREO DO HOTEL. AVAILABLE FROM: DOCUMENTAÇÃO INTERNA, PANFLETOS INFORMATIVOS DO HMS [ONLINE] [ACCESSED AT 02 MAY 2013].	56
ILUSTRAÇÃO 21 - ORGANOGRAMA FUNCIONAL DO MELIA SALINAS. DE AUTORIA E ELABORAÇÃO PRÓPRIA	57
ILUSTRAÇÃO 22 – EXEMPLO DA TIPOLOGIA QUARTO CLÁSSICO. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIA.COM/PT/HOTEIS/ESPANHA/LANZAROTE/MELIA-SALINAS/QUARTOS.HTML [ONLINE] [ACCESSED AT 15 JUNE 2013].	59
ILUSTRAÇÃO 23 – QUARTO VISTA MAR APÓS RENOVAÇÃO. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIA.COM/PT/HOTEIS/ESPANHA/LANZAROTE/MELIA-SALINAS/QUARTOS.HTML [ONLINE] [ACCESSED AT 20 DECEMBER 2013}	60
ILUSTRAÇÃO 24 – VILLA PRESIDENCIA. AVAILABLE FROM: HTTP://PT.HOTEIS.COM/HO171663/MELIA-SALINAS-ADULTS-ONLY-TEGUISE-ESPANHA/ [ONLINE][ACCESSED AT 20 DECEMBER 2013].....	61
ILUSTRAÇÃO 25 - ZONA <i>THELEVEL</i> , A PISCINA E ALGUMAS <i>VILLAS</i> . AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TRIPADVISOR.COM.BR/HOTEL_REVIEW-G659633-D246401-REVIEWS-MELIA_SALINAS-COSTA_TEGUISE_LANZAROTE_CANARY_ISLANDS.HTML, [ONLINE] [ACCESSED AT 20 DECEMBER 2013].....	64

ILUSTRAÇÃO 26 – RECEÇÃO DO HOTEL E VISTA PARA O JARDIM BOTÂNICO. AVAILABLE FROM: HTTP://PT.HOTEIS.COM/HO171663/MELIA-SALINAS-ADULTS-ONLY-TEGUISE-ESPANH/ [ONLINE][ACCESSED AT 20 DECEMBER 2013].....	68
ILUSTRAÇÃO 27 - PLANO GENÉRICO DE AÇÃO DE MELHORIA, AÇÕES QUE DEVEM SER TOMADAS DE FORMA A MELHORAR A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES E POR SUA VEZ A AUMENTAR AS SUAS RECEITAS E/OU LUCROS. AVAILABLE FROM: HTTP://CORP.MARKETMETRIX.COM/PREVENT-SURVEY-RESPONSE-RATES-FROM-DROPPING-INTO-THE-DOLDRUMS/#MORE-3776 [ONLINE] [ACCESSED AT 10 MARCH 2014].....	90
ILUSTRAÇÃO 28 - ÁREA DO PESSOAL ONDE SE PODE VER QUATRO QUADROS SENSIBILIZADORES, INFORMATIVOS E MOTIVACIONAIS DOS COLABORADORES PARA COM A SUSTENTABILIDADE E PROTEÇÃO AMBIENTAL. DA DIREITA PARA A ESQUERDA ESTES QUADROS TÊM OS SEGUINTE TÍTULOS: 1º “ <i>USTED PUEDE PRODUCIR EL GRAN CAMBIO</i> ”, 2º “ <i>CUIDADOS Y MANTENIMIENTO</i> ”, 3º “ <i>MANTENGA Y PRESERVE</i> ”, 4º “ <i>SERVICIO SOSTENIBLE</i> ”. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].....	106
ILUSTRAÇÃO 29 - PONTO VERDE EXTERNO ACEDIDO POR COLABORADORES E CLIENTES, ONDE SÃO COLOCADOS RESÍDUOS URBANOS E ALGUNS RESÍDUOS PERIGOSOS. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].....	109
ILUSTRAÇÃO 30 - PONTO VERDE DE RESÍDUOS PERIGOSOS INTERNO, DE ACESSO EXCLUSIVO AOS COLABORADORES DO HOTEL. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].	109
ILUSTRAÇÃO 31 – UM DOS DIVERSOS CAIXOTES DO LIXO TRANSFORMADOS EM CONTENTORES SELETIVOS EXISTENTES POR TODO O HOTEL, JARDINS E PISCINAS. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].....	112
ILUSTRAÇÃO 32 - CERTIFICAÇÃO TRAVELIFE NÍVEL DE OURO ATRIBUÍDO AO MELIA SALINAS. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.MELIA.COM/ES/HOTELES/ESPANA/LANZAROTE/MELIA-SALINAS/SOSTENIBILIDAD.HTML [ONLINE] [ACCESSED AT 20 DECEMBER 2013].....	115
ILUSTRAÇÃO 33 – DESCRIÇÃO DO HMS NA LISTA DE HOTÉIS CERTIFICADOS TRAVELIFE. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.TRAVELIFECOLLECTION.COM/HOTEL/627 [ONLINE] [ACCESSED AT 20 DECEMBER 2013].....	115
ILUSTRAÇÃO 34 - MELIA SALINAS MARCA PRESENÇA NO SICTED - DESCRIÇÃO DO HMS NA LISTA DE HOTÉIS CERTIFICADOS COM O SICTED. AVAILABLE FROM: HTTP://WWW.CALIDADENDESTINO.ES/CONTENIDOS/CONSULTAESTABLECIMIENTOSDISTINGUIDOS.ASPX [ONLINE] [ACCESSED AT 17 FEBRUARY 2014].....	116

ABREVIATURAS

- ABTA – *Association of British Travel Agents*;
- DACQ – Departamento de Atendimento ao Cliente e Qualidade;
- GRI – *Global Review Index* (traduzido para índice global de comentários);
- GSTC – *Global Sustainable Tourism Council*;
- HMS – Hotel Melia Salinas (também denominado como Melia Salinas ou Hotel)
- IPC – Instituto Politécnico de Coimbra;
- ISCAC – Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra;
- MAB – *Man and Biosphere*;
- MCG – Mestrado em Controlo de Gestão (também denominado como Mestrado);
- MHI – *Melia Hotels Internacional* (também denominado como Grupo);
- MST – Manual de Sustentabilidade Travelife;
- ONG – Organização Não-Governamental;
- ONU – Organização das Nações Unidas (também denominada como Nações Unidas);
- SGA – Sistema de Gestão Ambiental;
- SGI – Sistema de Gestão Integrado;
- SGRS - Sistema de Gestão da Responsabilidade Social;
- SGST – Sistema de Gestão da Sustentabilidade Travelife;
- PPRP – *Pequeño Productor de Residuos Peligrosos* (traduzido como Pequeno Produtor de Resíduos Perigosos);
- UNEP – *United Nations Environmental Programm* (traduzido como Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente);
- UE – União Europeia (traduzido de *European Union*);
- UNESCO – *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization*;
- UNICEF – *United Nations International Children's Emergency Fund*;

UNWTO – *United Nations World Tourism Organizations* (traduzido como Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas);

INTRODUÇÃO

Pertencente à marca *Melia Hotels and Resorts* (também designada por Melia), o Melia Salinas é um estabelecimento hoteleiro de 5 estrelas de grande luxo, localizado na costa nordeste da Ilha de Lanzarote. De acordo com a Política de Sustentabilidade Global² do grupo *Melia Hotels Internacional* (MHI) a que pertence, o Hotel tem caminhado em direção à missão deste grupo de proteção ambiental e de integração cultural e social nos seus hotéis e destinos.

Lanzarote é desde há mais de 20 anos classificada pela *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) como uma das reservas da biosfera, uma ilha que representa um ecossistema mundial de paisagem inóspita, árida e vulcânica, convidada a ser protegida e conservada das agressões humanas.

Nos últimos anos, o cliente tem vindo a valorizar opções que não prejudiquem o meio ambiente, produtos e serviços “amigos” do ambiente. Como tal, não só os clientes, como também agências de viagem e outros operadores turísticos têm impulsionado os estabelecimentos hoteleiros para a implementação de sistemas de gestão da sustentabilidade, e fomentado a criação, crescimento e fortalecimento de uma cadeia de valor sustentável na indústria turística.

Ser sustentável é muito mais do que respeitar o meio ambiente, para além da dimensão ambiental, a sustentabilidade envolve mais duas vertentes, a económica e a social. O que no fundo, consiste num desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer as das gerações futuras.

O panorama do Hotel aliciava a uma mudança em direção à sustentabilidade a diversos níveis, principalmente a nível estratégico, operacional e físico das suas instalações. Em 2013, o HMS define como objetivo estratégico a implementação de um Sistema de Gestão da Sustentabilidade Travelife (SGST), abordada nos capítulos que se seguem.

² Para mais informações sobre a sustentabilidade no MHI aceder a: <http://www.meliahotelsinternational.com/en/corporate-responsibility/positioning/sustainability-policy>

No primeiro capítulo, o Enquadramento do Estágio, é explanado o enquadramento da entidade acolhedora de estágio no destino turístico de Lanzarote e indicados os principais fatores motivadores para a sua adesão à sustentabilidade. É relatada a influência artística e política de César Manrique, salientado o papel da UNESCO, apresentado os novos trâmites legais e morais adjacentes ao estatuto de Lanzarote de reserva da biosfera, e ainda, explicado a colaboração dada pelo Hotel a parceiros turísticos, como a TUI AG.

Adicionalmente neste primeiro capítulo, é introduzida a certificação Travelife e elucidada a crescente adesão à mesma. São esclarecidos conceitos em matéria de sustentabilidade e enumeradas as principais vantagens e desvantagens de implementar um Sistema de Gestão Integrado (SGI).

Em tema de conclusão, e introduzindo o capítulo seguinte, é elucidada a posição do MHI e analisada a posição estratégica do Hotel Melia Salinas quanto à sustentabilidade.

No segundo capítulo, o Hotel Melia Salinas, é descrita a entidade acolhedora de Estágio. Primeiramente é introduzido o grupo MHI e a marca Melia a que pertence o Hotel bem como abordada a sua história. Adicionalmente é analisado o mercado, cliente do Hotel e por fim feita a descrição física do Hotel e dos seus produtos e serviços, nomeadamente: alojamento, restauração e aluguer de espaços

No terceiro capítulo, o Estágio, são indicados os objetivos gerais propostos e detalhadas as tarefas e atividades realizadas durante o mesmo nos departamentos de receção, de restauração e ainda de atendimento ao cliente e qualidade.

Adicionalmente é evidenciada a implementação e certificação do SGST. É apresentada a situação inicial do Hotel antes da adesão à Travelife e detalhado o processo de certificação do SGST no Hotel.

Em termos de conclusão, são indicadas as principais dificuldades encontradas, evidenciados os principais conhecimentos adquiridos e apresentadas as considerações finais sobre a realização do Estágio.

Capítulo 1

Enquadramento do Estágio

1. ENQUADRAMENTO DO ESTÁGIO

Neste primeiro capítulo apresenta-se o enquadramento do Hotel na sustentabilidade, fundamental para a compreensão deste relatório, do presente estágio relatado e da implementação do SGST.

Primeiramente são apresentadas as principais motivações diretas e indiretas que impeliram à implementação do SGST no Melia Salinas e à sua certificação. Apresenta-se a história, faz-se a descrição da geográfica e elucida-se a riqueza biológica em Lanzarote. Seguidamente explica-se a importância do património artístico de Manrique e da sua influência política na orientação da ilha em direção à sustentabilidade e à proclamação da ilha a reserva da biosfera³, pela UNESCO, um dos passos fundamentais para todo o contexto de proteção da ilha de Lanzarote.

Adicionalmente, salienta-se o papel da UNESCO, apresentam-se os novos trâmites legais e morais adjacentes ao estatuto de Lanzarote de reserva da biosfera, e ainda, explica-se a colaboração do Hotel com parceiros turísticos, como a TUI AG.

Em termos de conclusão, é abordada a Travelife e o SGST bem como enquadrado o Hotel na estratégia sustentável do MHI e apresentada uma análise estratégica ao Hotel através de uma análise FADO e do Modelo das cinco forças de Porter.

1.1. DESCRIÇÃO HISTÓRICA E GEOGRÁFICA DE LANZAROTE

O Hotel Melia Salinas localiza-se em Espanha, na ilha de Lanzarote, a ilha mais oriental do arquipélago das ilhas Canárias, que foi descoberta em 1312 pelo navegador genovês Lancelot Maloisel, do qual é proveniente o nome da ilha. Mais precisamente sobre as praias da cidade de Costa Teguise.

Dada a sua localização geográfica, ligeiramente a norte do trópico de caranguejo e à esquerda do Sahara Ocidental, Lanzarote é abençoada por um clima subtropical de temperatura amena todo o ano. A paisagem desta ilha pode ser descrita como desértica e árida na qual brotam pequenos vultos, vulcões adormecidos com suas crateras e rios de

³ Para mais informações sobre a ilha de Lanzarote e o seu estatuto de reserva da biosfera aceder a: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/europe-north-america/spain/lanzarote/>

A nível biológico, Lanzarote é provida de diversos locais terrestre e costeiros únicos, ecossistemas repletos de espécies de fauna e flora endémicas, algumas delas em extinção. Estes habitats são considerados pontos de interesse turístico, histórico e biológico, e são hoje em dia protegidos de forma a preservar o imenso valor para a humanidade neles contidos, entre os quais destacam-se os centros culturais de César Manrique.



Dotada de uma bela e estéril paisagem, em Lanzarote, a principal fonte de rendimento é o turismo⁵. O turismo, segundo a *United Nations World Tourism Organizations* (UNWTO traduzido como Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas)⁶ pode ser definido como “the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes” (UNWTO, 1995: 1). Pode-se entender que, para a sustentabilidade do destino é essencial o contributo do turismo, para o qual o Hotel também contribui com os seus rendimentos.

⁶ Traduzido para Organização Mundial de Turismo das Nações Unidas (OMT NU).

A nível económico salienta-se a cidade de Costa Teguise, o principal destino turístico de todo o Município de Teguise, ver área amarela da ilustração 2, principalmente devido às suas praias e ao desenvolvimento turístico que aí surgiu. Deste Município, Costa Teguise recebe diversos incentivos dirigidos ao desenvolvimento do sector turístico privado bem como à cooperação municipal na sua promoção como destino turístico de lazer de excelência⁷, com os quais o Hotel também beneficia indiretamente com este desenvolvimento, crescimento e promoção. Ao beneficiar de ajuda governamental indireta considera-se que não está em causa a sustentabilidade do Hotel pois, até o ponto que foi verificado, não há uma relação de dependência.

1.2. A ARTE E INFLUÊNCIA DE CÉSAR MANRIQUE

A nível artístico é de realçar o imenso património artístico e cultural existente em Lanzarote, principalmente o trabalho de César Manrique. De origem Canária, um dos habitantes mais célebres e influentes foi sem dúvida César Manrique, também conhecido como Manrique⁸ (1919-1992). Artista, arquiteto e *designer*, foi o principal instigador do desenvolvimento sustentável de Lanzarote. Consciente desta necessidade Manrique tornou-se membro do Comité Espanhol no programa Man and Biosphere (MAB) da UNESCO, e mais tarde foi o principal instigador da qualificação da ilha a reserva da biosfera.

É do conhecimento geral da população da ilha, a influência, desde cedo, exercida por Manrique junto do governo local de forma a incutir na ilha um progresso rumo ao desenvolvimento sustentável, através da preservação de áreas de valor cultural e ambiental, da mistura harmónica de infraestruturas turísticas no meio ambiente natural de Lanzarote e do fortalecimento da sua cultura. Visando a preservação da cultura e do meio ambiente, foi revogada a ideia de promoção do turismo em massa e sugeridas diversas orientações estéticas para o urbanismo da ilha, entre as quais destaco a pintura branca de todas as casas, a passagem de cabos elétricos pelo subsolo, a proibição de construção de edifícios altos e ainda a proibição da colocação de painéis de estrada.

⁷ Para mais informações sobre os incentivos do município de Teguise para com o turismo, aceder a: <http://www.teguise.es/tema.asp?idTema=236>

⁸ Para mais informações sobre César Manrique e os seus trabalhos aceder a: http://www.cesarmanrique.com/fundacion_i.htm

Linhas orientadoras de Lanzarote até aos dias de hoje, à exceção do *Gran Hotel Arrecife*, um edifício com 17 andares que se erguem na capital da ilha.

Os trabalhos de Manrique encontram-se dispersos por toda a ilha, e perfazem mais de dez edifícios e diversas esculturas e murais, reconhecidos principalmente pela simbiose criada entre a arte e a natureza criada. Comparáveis a oásis no meio do deserto, sete dos seus monumentos são centros de arte, cultura e turismo:

1. O monumento ao camponês;
2. *A cueva de los verdes*;
3. O castelo de São José;
4. O jardim de gatos;
5. *O Jameos del Agua*;
6. *O Mirador del Río*; e,
7. As Montanhas de Fogo.

Destaca-se ainda a intervenção artística de Manrique no Hotel Melia Salinas, no qual desenhou o fabuloso jardim botânico, diversos murais e a piscina principal do mesmo.



ILUSTRAÇÃO 3 – JARDIM BOTÂNICO DO HOTEL.⁹

No centro do Hotel encontra-se o jardim botânico, ver ilustração 3, onde habitam cerca de 300 espécies de plantas oriundas de diferentes partes do país. Com este o Hotel ficou também conhecido como a catedral botânica da ilha.

⁹ Available from: <https://clubmelia.com/es/melia-salinas/galeria/fotos/> [online] [accessed at 21 January 2014]

A piscina principal criada por Manrique é semelhante às praias de Lanzarote de areia branca e água cristalina, aludindo a um verdadeiro oásis no meio do deserto.



ILUSTRAÇÃO 4 - PISCINA PRINCIPAL DO HOTEL E AO FUNDO A PRAIA DAS COLHERES.¹⁰

Singular nas obras de Manrique, e também no Hotel presente, destaca-se: o respeito pela natureza manifestado no jardim botânico, a essência de Lanzarote encontrada na piscina principal (ilustração 4) e ainda o respeito pelas origens da ilha presente nos murais em pedra vulcânica (ilustração 5).



ILUSTRAÇÃO 5 – MURAI DE MANRIQUE NO HOTEL.¹¹

De notar que, o trabalho de Manrique, até aos dias de hoje, continua a ser uma das características mais marcantes no Hotel e um dos motivos para o seu contínuo sucesso.

¹⁰ Available from: http://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g659633-d246401-Reviews-Melia_Salinas-Costa_Tegui_Lanzarote_Canary_Islands.html [online] [accessed at 30 January 2014]

¹¹ Available from: <http://pt.hoteis.com/ho171663/melia-salinas-adults-only-teguise-espanha/#hotel-photos> [online] [accessed at 21 January 2014]

1.3. LANZAROTE NA REDE DE RESERVAS DA BIOSFERA DA UNESCO

César Manrique ajudou no reconhecimento de Lanzarote a reserva da biosfera através do seu contributo artístico, da sua influência política e da sua influência junto do comité nacional do programa MAB. O programa MAB é um dos diversos programas que a UNESCO utiliza para atingir os seus objetivos.

A UNESCO é uma organização independente, conhecida como agência “intelectual” da Organização das Nações Unidas (ONU, também designada como Nações Unidas)¹² com a qual coopera. Foi criada em 1945 e a sua Constituição elucida o seu propósito de “(...)contribuir para a paz e segurança entre nações através da educação, da ciência e da cultura(...)” [tradução livre] (UNESCO,2012:6)¹³. Para a prossecução dos propósitos da UNESCO foram criados diversos programas dos quais destaco, na área do meio ambiente e da proteção do património de interesse mundial, o programa MAB¹⁴. Este é um programa científico, criado no início da década de 70, um dos resultados da "Conferência sobre a biosfera" realizada a Setembro de 1968 em Paris pela UNESCO, e apoiado pela subsequente Convenção de Paris em 1972¹⁵. Através de cooperação intergovernamental procura melhorar a relação dos indivíduos com o ambiente, pesquisando, promovendo e auxiliando a conservação do ambiente e a prossecução do desenvolvimento sustentável.

São hoje 621, as reservas da biosfera, localizadas em 117 países, entre as quais a ilha de Lanzarote. São consideradas reservas da biosfera, territórios terrestres e costeiros representativos dos ecossistemas e da biodiversidade do planeta, locais que não possuem condições para o desenvolvimento sustentável dos mesmos, de forma

¹² A ONU é uma organização internacional criada em 1945 nomeadamente para manter a paz e segurança e tornar o mundo num lugar melhor, para gerações presentes e futuras. Hoje, conta com 193 Estados-Membros participativos de sua Assembleia Geral, nos quais atua e com os quais colabora para atingir os seus objetivos. Esta organização trabalha uma ampla gama de questões das quais destaco as seguintes: desenvolvimento sustentável, desenvolvimento económico e social, proteção do meio ambiente, promoção da democracia, defesa dos direitos humanos, ajuda humanitária e proteção do património. Para mais informações sobre a ONU aceder a: <https://www.un.org/en/aboutun/history/links.shtml>

¹³ Para mais informações sobre a constituição e outros textos da UNESCO em *Basic Texts* aceder a: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002161/216192e.pdf#page=7>

¹⁴ Para mais informações sobre o programa MAB aceder a: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/man-and-biosphere-programme/>

¹⁵ Para mais informações sobre a Convenção de Paris 1972 aceder a: <http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf>

compatível com a sua conservação. Para além de convidadas à preservação estas têm um carácter pedagógico, nelas são testadas e demonstradas novas práticas de gestão ambiental e de gestão das atividades humanas, e são consideradas ferramentas para a implementação da sustentabilidade no planeta.

Em Novembro de 1992, os governos de Espanha e do arquipélago das Canárias, iniciaram o processo para declaração de Lanzarote a reserva da biosfera¹⁶. Entre os principais fatores que contribuíram para a consolidação da declaração de Lanzarote¹⁷, destacam-se os seguintes aspetos presentes na ilha:

- Paisagens vulcânicas e agrícolas ímpares, conservadas de agressões humanas;
- Áreas naturais de interesse mundial, como por exemplo o Parque Nacional Tymanfaya;
- Habitats e ecossistemas, ricos em espécies de flora e fauna endémicas, como por exemplo a espécie de caranguejo endémica e em perigo de extinção *Munidopsis polymorpha*;
- Diverso património histórico, cultural e artístico preservado;
- Desenvolvimento em respeito pela conservação do ambiente, cultura e sociedade da ilha;
- Um modelo desenvolvimento sustentável, conservando a harmonia com a paisagem e o ambiente da ilha.
- Assim, Lanzarote foi reconhecida reserva da biosfera, a segunda nas ilhas Canárias a entrar na rede de reservas da biosfera¹⁸, declarado a 7 de outubro de 1993. Nesse momento, a UNESCO atribuiu a classificação a um território como um todo, com a inclusão de todos os seus núcleos populacionais. Passou a englobar a rede mundial de reservas da biosfera e nela partilha a sua experiência.

¹⁶ Para consultar o formulário de adesão a reserva da biosfera acedera a: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/biosphere_reserve_nomination_form_2013_en.pdf [english]

¹⁷ Para mais informações sobre a reserva de Lanzarote: <http://www.unesco.org/mabdb/br/brdir/directory/biores.asp?code=SPA+12&mode=all>

¹⁸ Para mais informações sobre a rede de reservas da biosfera aceder a: <http://www.unesco.org/new/es/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/world-network-wnbr/>

Um conceito importante de salientar é o de ambiente dado pela UNEP, uma vez que o objetivo da sustentabilidade é diminuir o impacto negativo e aumentar o impacto positivo sobre o ambiente.

“Environment: The environment is the sum of all external conditions affecting the life, development and survival of an organism. Environment refers to the physical conditions that affect natural resources (climate, geology, hazards) and the ecosystem services that sustain them (e.g. carbon, nutrient and hydrological cycles)” (UNEP, 2014a)¹⁹

São as soluções sustentáveis criativas, eficientes e originais aplicadas em Lanzarote pelo Homem, para sobreviver a par com a natureza, que são partilhadas na rede mundial de reservas da biosfera e estudadas pela UNESCO.



ILUSTRAÇÃO 6 – IMAGEM DE MARCA DA RESERVA DA BIOSFERA DE LANZAROTE.²⁰

Manrique teve diversos impactos positivos na sua terra natal, muitos deles já referidos anteriormente, mas também através da criação da imagem de marca da reserva da biosfera de Lanzarote, ilustração 6, símbolo do percurso da ilha rumo à sustentabilidade e ao desenvolvimento sustentável.

1.4. LEGISLAÇÃO DE PROTEÇÃO DE TERRITÓRIO

É crescente a preocupação mundial com a sustentabilidade dos destinos turístico, a nível internacional por Organizações Não-Governamentais (ONGs) como a UNESCO e a nível nacional pelos próprios governos que atuam sobre os mesmos.

A nível internacional, em Lanzarote, o estatuto de reserva da biosfera é garantido pela UNESCO através dos artigos na *statutory framework for biosphere reserves*²¹ onde é estabelecida uma avaliação a cada dez anos das mesmas.

¹⁹ Para mais informações sobre a UNEP e outros conceitos aceder a:
<http://www.unep.org/disastersandconflicts/FurtherResources/Glossaryofterms/tabid/55161/Default.aspx>

²⁰ Available from: <http://www.turismolanzarote.com/en/> [online] [accessed at 3 April 2014]

De realçar que em matéria governamental e legal, as reservas da biosfera possuem soberania por parte do governo nacional e regional.

A nível nacional e regional, um dos aspetos originais consiste na proteção legal das suas áreas naturais, auxiliada por ferramentas de gestão urbanística e territorial como o plano de ordenação territorial da ilha [*plan insular de ordenación territorial de Lanzarote*]²², implementado em 1991 para regulamentar o uso das terras, a urbanização e o crescimento de empreendimentos turístico na ilha.

Em 1993, Lanzarote é proclamada reserva da biosfera e, no ano seguinte, indo de encontro a este novo estatuto, a lei²³ referente à rede das áreas naturais protegidas de Canárias [*Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos*]²⁴ é modificada, para permitir uma maior proteção territorial (mais de 40% de área terrestre) contra ameaças à destruição desta ilha.

Estas leis têm vindo a ser atualizadas e pormenorizadas a diversos níveis regional e local, por parte da ilha e mesmo do Município de Teguise²⁵

²¹ Para mais informações sobre Statutory Framework for Biosphere Reserves aceder a: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001038/103849eb.pdf>

²² Para mais informações sobre o *plan insular de ordenación territorial de Lanzarote* aceder a: https://www.gobiernodecanarias.org/cmavot/archivoplaneamiento/gesplan/expedienteTerritorial.jsp?p_datagrid_datagridanexo_page_index=0&p_datagrid_datagridanexo_order_index=-1&numexp=2002/3025&p_datagrid_datagridnormativa_page_index=0&p_datagrid_datagridnormativa_order_index=-2

²³ Para mais informações legais sobre o ordenamento e proteção do território de canárias aceder a: <http://www.gobcan.es/boc/2000/060/001.html>

²⁴ Para mais informações sobre a rede das áreas naturais protegidas de Canárias aceder a: <http://www.gobiernodecanarias.org/cmavot/espaciosnaturales/informacion/quees.html>

²⁵ Para mais informações sobre o urbanismo de Teguise aceder a: <http://www.teguise.es/tema.asp?idTema=227&sec=Plan%20General%20de%20Ordenaci%F3n%20de%20Teguise>



ILUSTRAÇÃO 7 - MAPA DA ILHA DE LANZAROTE ONDE ESTÃO ASSINALADAS AS ÁREAS PROTEGIDAS DE LANZAROTE SOBRE A LEI DE CANÁRIAS.²⁶

Neste sentido na ilustração 7, são identificados os principais pontos de interesse ambiental, artístico e cultural, protegidos por lei espanhola e regional de Canárias. Verifica-se que não só a nível internacional mas também a nível nacional, governamental a classificação da ilha a reserva da biosfera sofreu influências legais, direcionadas para a proteção desta ilha.

1.5. COOPERAÇÃO COM PARCEIROS TURÍSTICOS

Tem sido crescente a preocupação mundial, e nomeadamente na indústria turística, não só com a questão ambiental mas também com a social e económica do turismo, com a sustentabilidade dos destinos turísticos, base do seu negócio. Igualmente crescente, é a procura por parte do turista de produtos e serviços sustentáveis. Estes fatores definem o panorama mundial do turismo, conduzem-no à adoção da sustentabilidade um pouco por toda a indústria turística e originam o surgimento de uma indústria de turismo sustentável, assente na criação de uma cadeia de valor sustentável.

²⁶ Available from: <http://www.turismolanzarote.com/en/protected-areas> [online] [accessed at 5 April 2014]

As empresas do sector turístico têm dado especial atenção à implementação e à certificação de sistemas de gestão da sustentabilidade não só na sua empresa mas também nos parceiros com os quais trabalham de forma a, criar uma cadeia de valor nos produtos e serviços que comercializam. Têm vindo a ser acrescentados novos requisitos aos contratos de parceria, principalmente entre hotéis, agências de turismo e operadores turísticos de forma a garantir a cadeia de valor que é proposta aos clientes.

A TUI TRAVEL PLC, mais conhecida como TUI²⁷, considera-se “um dos principais grupos de viagens de lazer do mundo, operando em mais de 180 países e conta com mais de 30 milhões de clientes atuando em 31 mercados-chave” [tradução livre] (TUI:2)²⁸. Nos últimos anos, esta tem focado também os seus objetivos na sustentabilidade e na entrada na indústria do turismo sustentável, referindo no seu plano de férias sustentáveis [traduzido de *sustainable holiday plan*] para 2012-2014 o seu compromisso para com a “(...) a liderança responsável no sector das viagens.” [tradução livre] (TUI:2).

2012



September

TUIfly is ranked most climate-efficient charter airline worldwide for short and long haul flights by atmosfair, a not-for-profit organisation combating climate change. [Read more.](#)

August

Our Three-year Sustainable Holiday Plan is launched, with four goals: to deliver 10 million ‘greener and fairer’ holidays, to operate Europe’s most fuel-efficient airlines, to ensure colleagues see TUI Travel as a leader in sustainability and for our customers to regard us as a leader in delivering more sustainable holidays. [Read more.](#)

March

Mittu Sridhara is appointed Chief Information Officer and member of the Group Management Board. Mittu’s appointment supports TUI Travel’s strategy of being

ILUSTRAÇÃO 8 – OS OBJETIVOS DA TUI TRAVEL PLC DEFINIDOS EM 2012.²⁹

A TUI em 2012 estabeleceu um plano de viagens sustentáveis, visível na ilustração 8, para ser atingido até 2015, com quatro objetivos, de entre os quais, destaco o de ser reconhecido pelos seus clientes como líder no fornecimento de férias sustentáveis. Na

²⁷ Para mais informações sobre a TUI Travel PLC aceder a: <http://www.tuitravelplc.com/>

²⁸ Para mais informações sobre o Plano de férias sustentáveis da TUI 2012-2014 aceder a: http://www.tuitravelplc.com/system/files/uploads/financialdocs/TUI_SustainableHolidaysPlan_2012-2014.pdf

²⁹ Available from: <http://www.tuitravelplc.com/about-us/history#.UsK6GbQxKoQ> [online] [accessed at 3 April 2014]

prossecução deste objetivo foram desenvolvidos 20 compromissos, entre os quais consta o de contar com 3000 hotéis certificados como mais sustentáveis³⁰.

O grupo TUI e as suas principais marcas têm vindo a considerar a proteção ambiental pró-ativa e o desenvolvimento sustentável parte essencial de umas férias de qualidade, de acordo com o seu compromisso com a sustentabilidade e com a criação de uma cadeia de valor sustentável. É com hotéis sustentáveis que a TUI quer trabalhar, e deste compromisso também resultou a mudança estratégica no HMS.

Neste sentido o Melia Salinas, de forma colaborativa com um dos seus principais parceiros turísticos, a TUI AG – TUI Alemanha³¹ parte do grupo TUI, dá início à obtenção de uma certificação em sustentabilidade, fundamental para garantir a prossecução dos seus objetivos estratégicos e manter as suas parcerias.

³⁰ Para mais informações sobre a notícia " TUI Travel PLC launches new three year sustainability strategy" aceder a: <http://www.tuitravelplc.com/system/files/press/SustainableHolidaysPlanPressReleaseFINAL.pdf>

³¹ Para mais informações sobre a TUI Alemanha aceder a: <http://www.tui-deutschland.de/td/de/>.

3.811 / EUR: MELI- SALINAS *****



sihot.exe v7.3.1.0325

Estadística fuente de reserva

Datum: 01.04.2013 - 30.04.2013

Fuente Reserva	A	B	C	D	E	F	G	H								
Salidas (Habitaciones)	Llegadas (Habitaciones)	NºHabitación Habs. Gratuidad	Habs. uso Díurno	Adultos	Adultos gratuidades	Niños	Niños gratuidades	Canceladas	No Shows	Producción ALOJAMIENTO	Producción	Producción	Resto	Total		
No Definido			25,00			35,00										
Walk in			22,00			44,00										
Meeting & Events MHI			244,00			388,00										
E-Commerce/IDS			159,00			309,00										
Direct Client MHI (melià)			787,00			1.462,00										
Crews			0,00			0,00										
Company			0,00			0,00										
Travel Agency			538,00			965,00										
TTOO			2.930,00	0,00	1,00	5.161,00	0,00	305,00	132,00	77,00	35,00	262.993,88	0,00	0,00	160.079,36	423.073,24
Others			456,00	0,00	1,00	715,00	0,00	65,00	33,00	26,00	2,00	61.954,17	0,00	0,00	32.877,06	94.631,23
Hotel Direct			36,00	0,00	0,00	54,00	0,00	1,00	0,00	0,00	0,00	3.000,90	0,00	0,00	28.074,15	31.075,05
Suma			5.197,00	0,00	3,00	9.150,00	0,00	674,00	186,00	467,00	77,00	529.370,80	0,00	0,00	333.516,50	862.887,30

ILUSTRAÇÃO 9 – TABELA DE RESERVAS DO HMS NO MÊS DE ABRIL DE 2013, DADOS ORGANIZADOS POR FONTE DE RESERVA.³²³² Available from: Cópia de ecrã do programa SIHot, [database] [accessed at 1 June 2013]

Para elucidar o suprarreferido, a tabela de reservas, na ilustração 9, fornece diversas informações relativamente a reservas do HMS durante o mês de Abril de 2013 organizadas por fonte de reserva. Da tabela acima, ilustração 9, destacam-se as seguintes colunas:

- nº de quartos reservados [A];
- nº de adultos nas reservas [B];
- nº de crianças nas reservas [C];
- nº de reservas canceladas [D];
- nº de *no shows* (não comparências) [E];
- receitas com alojamento [F];
- receitas com restantes produtos e serviços [G];
- total de receitas [H].

Verifica-se na ilustração 9 que, o maior número de habitações reservadas (2930) e o maior número de adultos nas reservas (5161), arrecadando 49% da receita total (862.887,30€), é proveniente das reservas realizadas pelos operadores turísticos (tradução do inglês *tour operator*, e identificado na tabela como TTOO) de entre os quais, a TUI.

Concluindo, o HMS recebe mensalmente um grande número de reservas feitas através de operadores turísticos, pois estes são um canal de reservas importante para o Hotel. Perder a parceria com a TUI, em particular com a TUI AG, foi uma opção descartada, sendo colocada em marcha a implementação do SGST no Hotel, com objetivo da sua certificação e à sua entrada na indústria do turismo sustentável.

1.6. A TRAVELIFE

A Travelife Ltd foi fundada em 2007 e é uma subsidiária da *Association of British Travel Agents* (ABTA)³³. A Travelife apresenta uma metodologia, base para a certificação e implementação de SGSTs na indústria turística, que orienta e apoia as

³³ Para mais informações sobre a ABTA e a Travelife aceder a: <http://abta.com/about-abta/travelife>.

empresas turísticas na introdução de princípios e de práticas sustentáveis fornecendo: metas, objetivos, ferramentas e soluções diversas.

A metodologia Travelife foi desenvolvida por diversas associações, universidades e ONGs, no projeto ‘Tour-Link’ (2004 – 2007)³⁴ ao abrigo do Programa Life³⁵ da União Europeia (EU, tradução de *European Union*). E esta assenta nos conceitos de gestão da sustentabilidade desenvolvidos pela *United Nations Environmental Program* (UNEP)³⁶.



ILUSTRAÇÃO 10 - LOGOTIPO DO PROGRAMA LIFE DA UE.³⁷

Após o lançamento da Travelife, esta continuou a ser apoiada pela UE, na sua difusão europeia, no projeto INTOUR (2010-2013)³⁸ ao abrigo do programa Eco-Innovation. Estas colaborações com a UE contribuíram para a confiança do mercado turístico na mesma como certificação fidedigna.

O posicionamento da Travelife dentro da indústria turística, entre fornecedores e compradores, permite-lhe contribuir significativamente para o desenvolvimento sustentável dos destinos onde atua e proporcionar melhores condições de vida para todos nós.

Para a implementação da sustentabilidade a TUI recomenda a certificação pela Travelife.

“Para simplificar as coisas, estamos focando naquelas certificações que alcançaram reconhecimento pelo Conselho Global de Turismo Sustentável, o que significa que os seus padrões alinham com os Critérios Globais de Turismo Sustentável. Atualmente 15 normas têm conseguido esse

³⁴ Para mais informações sobre o programa LIFE e o projeto *Tour Link* aceder a: http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=search.dspPage&n_proj_id=2697

³⁵ Para mais informações sobre o programa LIFE aceder a: <http://ec.europa.eu/environment/life/>

³⁶ Para mais informações sobre a UNEP e seus conceitos aceder a: <http://www.unep.org/>

³⁷ Available from: <http://ec.europa.eu/environment/life/news/images/logolife150.gif> [online] [accessed at 30 January 2014]

³⁸ Para mais informações sobre o projeto INTOUR e o programa *eco-innovation* aceder a: http://www.eaci-projects.eu/eco/page/Page.jsp?op=project_detail&pid=1909

reconhecimento, inclusive a Travelife.” [Tradução livre] (TUI TRAVEL PLC, 2014)³⁹

Não só a TUI mas também, mais recentemente, o *Global Sustainable Tourism Council*⁴⁰ (GSTC) reconheceu a Travelife como uma empresa fidedigna na implementação dos seus propósitos, abrangendo o mínimo de elementos necessários para assegurar que a sustentabilidade é atingida e que o processo de certificação é fiável.

Pode-se concluir que os principais motivos que levaram o Hotel a adotar o SGST foram os seguintes: o reconhecimento da TUI como parceiro turístico essencial para o Hotel, a proposta de objetivos em matéria de sustentabilidade pela TUI e a crescente confiança que tem vindo a ser associada à Travelife.

1.6.1.O SGST para hotéis e outros alojamentos

A Travelife oferece dois SGST distintos, mas similares, um direcionado para operadores turísticos e agências de viagens e outro especificamente indicado para hotéis e outros alojamentos.

O SGST para hotéis e outros alojamentos, adotado pelo Melia Salinas, é gerido pela ABTA, e tem o objetivo de auxiliar hotéis e outros alojamentos a gerir e a monitorizar os seus impactos económicos, sociais e ambientais. Adicionalmente permite a estes comunicar os resultados aos clientes através da implementação de um sistema de gestão sustentável passível de ser certificado.

Este tem por base algumas normas internacionais como a norma ISO 14001:2004 na qualidade de gestão ambiental, o EMAS III⁴¹ na qualidade de gestão ambiental e auditoria, a norma ISO 26000:2010 na qualidade de responsabilidade social e as diretrizes da OCDE em matéria de responsabilidade social empresarial em diversas áreas, como por exemplo: trabalho, direitos humanos, meio ambiente, biodiversidade e práticas comerciais mais justas. Apesar de não estar em conformidade total com as anteriores pode-se entender que é um sistema em evolução e com fundamentos internacionalmente aceites que são adaptados a uma indústria em particular.

³⁹ Para mais informações sobre a sustentabilidade na TUI aceder a: <http://www.tuitravelplc.com/sustainability/working-with-suppliers#.UzorM1dCzYh>

⁴⁰ Para mais informações sobre as certificações aprovada pelo GSTC aceder a: <http://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/gstc-recognized-standards.html?start=15>

⁴¹ Para mais informações sobre os EMAS aceder a: http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm

Salienta-se que não existem normas ISO para a vertente económica da sustentabilidade, e que a única a ser certificada é a ISO 9001:2008. Outra opção por parte do Hotel poderia ser a de implementar todas as normas anteriores reconhecidas a nível internacional, abdicando da sua certificação e da visibilidade inerente à mesma. A Travelife por outro lado oferece normas orientadoras para as três vertentes da sustentabilidade, carecendo a mesma do reconhecimento por parte da ISO, entende-se ser suplantado pelo seu crescente reconhecimento e pelo apoio da UE.

Esta metodologia proporciona uma gama diversa de apoios para a implementação de um sistema de gestão da sustentabilidade. Para tal disponibiliza o acesso a uma plataforma *online* onde toda a informação necessária encontra-se disponível e, entre outros documentos, uma lista online de verificação do progresso individual rumo à sustentabilidade.

Todo o hotel ou alojamento pode constar da lista Travelife desde que queira e que cumpra certos requisitos mínimos indicados no Manual de Sustentabilidade da Travelife (MST). Isto é, a Travelife não exige que seja adotado formalmente um sistema de gestão da sustentabilidade. Contudo, se não forem seguidas as indicações do manual não é atribuída certificação Travelife, a nenhum dos níveis existentes.

“We do not expect you to adopt formal environmental management systems – we just ask you to implement three core elements:

- write an environmental and social policy or a responsible business statement*
- train staff to achieve the improvements recommended in the Code*
- measure results.” (Travelife, 2007:9)⁴²*

Depreende-se que a Travelife pretende principalmente o seguinte: sensibilizar para a importância da sustentabilidade, despoletar o interesse na gestão da sustentabilidade e impulsionar a melhoria contínua na prossecução, e na manutenção, dos níveis de certificação Travelife. Assim, espera-se que cada vez mais empresas turísticas: tenham um certificado Travelife, cumpram os requisitos ao nível máximos de ouro e proporcionem uma melhor qualidade de vida para a humanidade.

⁴² Para mais informações sobre o Manual de Sustentabilidade da Travelife [Supplier Sustainability Handbook] aceder a: http://www.travelife.org/Hotels/documents/Supplier_Sustainability_Handbook_English.pdf

1.6.2. Níveis de certificação Travelife

O registo do Hotel na Travelife foi feito através do website www.Travelife.org. Para obter acesso à plataforma *online* (ilustração 11), no website, foi seleccionada a opção de registo e foram preenchidos os formulários.

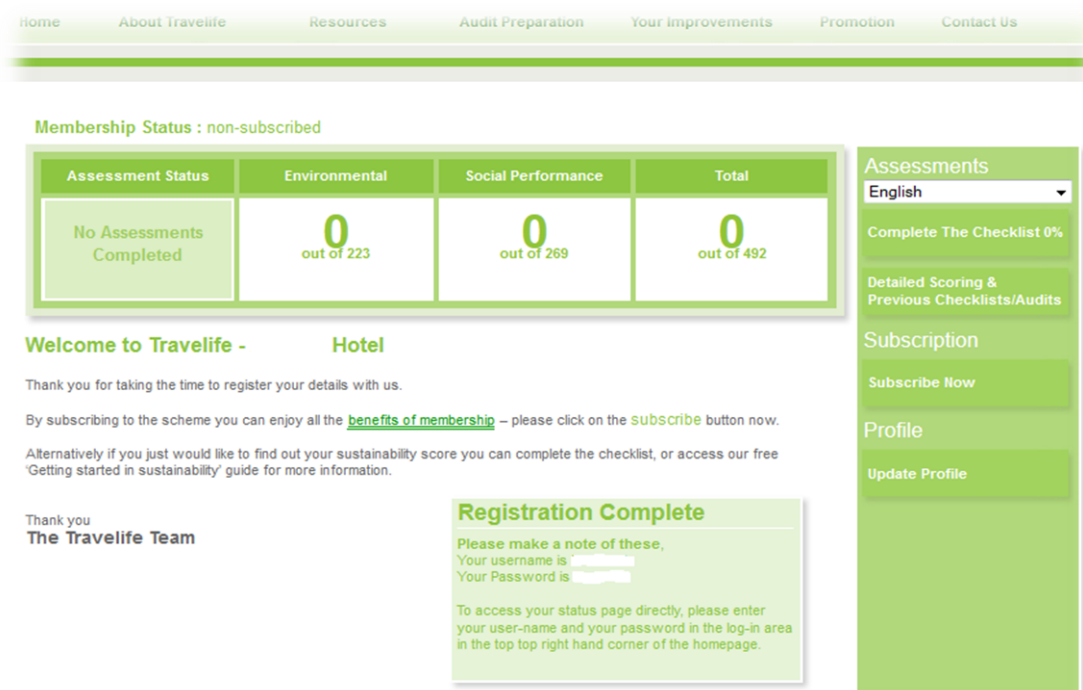


ILUSTRAÇÃO 11 – INTERFACE DA PLATAFORMA ONLINE TRAVELIFE. AVAILABLE FROM: WWW.TRAVELIFE.ORG [ONLINE] [ACCESSED 01 MARCH 2014]⁴³

Através da plataforma *online*, ver ilustração 11, toda a informação necessária para a implementação do SGST é disponibilizada. Adicionalmente, nesta plataforma são registados os passos dados em direção à certificação do SGST. A Travelife por sua vez acompanha e presta auxílio.

É no MST que se encontram os requisitos mínimos para poder fazer parte do grupo, bem como os requisitos para a obtenção de certificação aos três níveis de certificação do SGST divididos em três categorias: os objectivos-chave (que visam obter o prémio de bronze), as melhores práticas (que visam obter o prémio de prata) e as práticas excecionais (que visam obter o prémio de ouro).

⁴³ Available from: <http://ec.europa.eu/environment/life/news/images/logolife150.gif> [online] [accessed at 30 January 2014]

Quando os requisitos estão implementados ao nível desejado, na plataforma *online* existe uma área onde é possível a empresa requisitar uma auditoria. A auditoria é agendada, para a ida de um auditor externo aprovado pela Travelife realizar a auditoria e por sua vez reporta à Travelife as suas aferições. Consoante o grau de correspondência entre os resultados apurados e os requisitos do manual de sustentabilidade Travelife, a empresa é certificada e são atribuídos os prémios de bronze, prata ou ouro, ver ilustração 12.



ILUSTRAÇÃO 12 – NÍVEIS DE CERTIFICAÇÃO TRAVELIFE: BRONZE, PRATA E OURO. ⁴⁴

Obtida a certificação Travelife a empresa certificada pode divulgar esta através dos seguintes meios: folhetos ou outros meios de comunicação, *website* e/ou ainda afixando, numa área pública de sua propriedade, a placa certificadora, identificativa do nível de certificação obtido, ver ilustração 12.⁴⁵

1.7. A SUSTENTABILIDADE E O SGST

Abordados todos os agentes influenciadores na certificação do HMS e elucidada a escolha pela Travelife, são explanados alguns conceitos ligados à sustentabilidade e à implementação de um sistema de gestão da sustentabilidade de forma a enquadrar os capítulos que se seguem.

⁴⁴ Available from: http://www.travelife.org/Hotels/TL_awards.asp?p=2 [online] [accessed at 02 June 2013]

⁴⁵ Para mais informações sobre os níveis de certificação Travelife aceder a: http://travelife.info/index.php?menu=about_travelife&lang=en

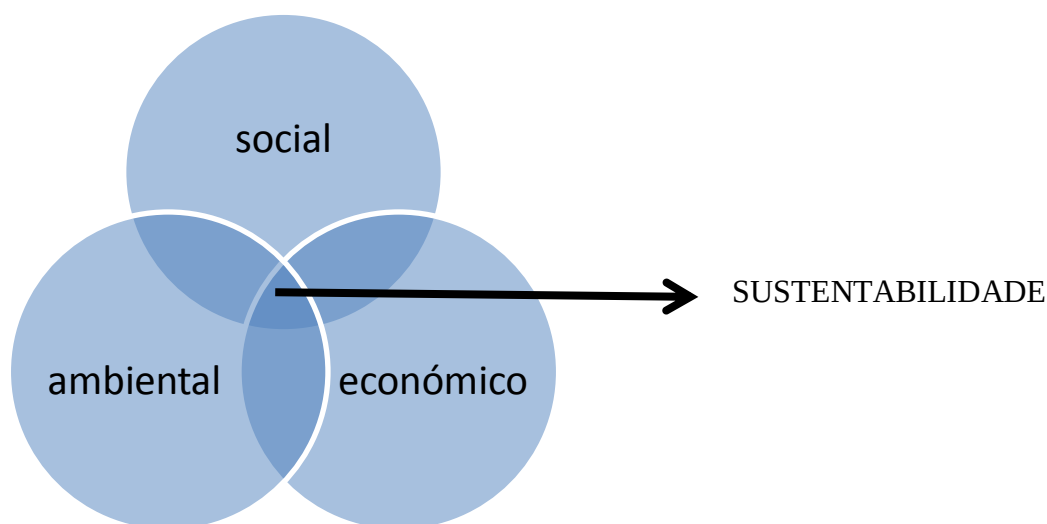


ILUSTRAÇÃO 13 – DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE: AMBIENTAL, SOCIAL E ECONÓMICA - FIGURA DE AUTORIA PRÓPRIA ADAPTADA DA FONTE. ⁴⁶

A sustentabilidade, ver ilustração 13, consiste na coordenação de três vertentes: a social, a ambiental e a económica. Uma definição de sustentabilidade relevante também utilizada pela Travelife é a apresentada pela UNEP:

“Sustainability/Sustainable: The condition of being able to meet the needs of present generations without compromising those needs for future generations; achieving a balance among extraction and renewal and environmental inputs and outputs, as to cause no overall net environmental burden or deficit.” (UNEP, 2014) ⁴⁷

Entende-se que sustentabilidade consiste na satisfação das necessidades do presente sem comprometer o futuro através da produção em cada uma das suas dimensões aspetos mais positivos que negativos,

Por sua vez, as metodologias para a implementação de um sistema de gestão, consistem na identificação de um conjunto de passos que colocam em prática um conjunto de elementos interligados, que interagem entre si, de forma organizada.

Um sistema de gestão pode ser simples como um sistema de gestão da qualidade, um sistema de gestão ambiental, um sistema de segurança no trabalho ou um sistema de gestão responsabilidade social. Mas também pode ser integrado quando o sistema de gestão integra dois ou mais sistemas de gestão simples. No caso do sistema de gestão

⁴⁶ Available from: <http://www.kth.se/en/om/policies/hallbar-1.78109> [online] [accessed at 10 March 2014]

⁴⁷ Para mais informações sobre a UNEP e outros conceitos aceder a:
<http://www.unep.org/sustainablehousing/Stepbystep/glossary.asp>

implementado pelo Hotel Melia Salinas este consiste num sistema de gestão integrado, na combinação de três sistemas um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), um Sistema de Gestão da Responsabilidade Social (SGRS) e um Sistema de gestão da economia.

Para promover a implementação e permitir o controlo destes sistemas de gestão a nível internacional, são criadas políticas holísticas capazes de lidar com a dimensão ambiental, social e económica do desenvolvimento sustentável, como a ISO 14000 no que respeita ao ambiente e a ISO 26000 no que respeita à responsabilidade social. É nestes normativos internacionais que metodologias certificadoras como a Travelife se baseiam.

A Norma ISO 26000:2010⁴⁸ é referência normativa internacional em responsabilidade social, na qual define este conceito como:

“a responsabilidade de uma organização pelos impactos das suas decisões atividades e produtos na sociedade e no ambiente através de um comportamento ético e transparente que:

- Contribua para o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade
- Tenha em conta as expectativas das partes interessadas
- Esteja em conformidade com a legislação aplicável e seja consistente com as normas de conduta internacionais; e
- Esteja integrado a toda a organização e praticada nas suas relações” (ISO, 2010:4)

Neste sentido, a Comissão Europeia acrescenta ao conceito da ISO o seguinte:

“Confrontadas com os desafios de um meio em mutação no âmbito da globalização e, em particular, do mercado interno, as próprias empresas vão (...) tomando consciência de que a sua responsabilidade social é passível de se revestir de um valor económico direto. Embora a sua obrigação primeira seja a obtenção de lucros, as empresas podem, ao mesmo tempo, contribuir para o cumprimento de objetivos sociais e ambientais mediante a integração da responsabilidade social, enquanto investimento estratégico, no núcleo da sua estratégia empresarial, nos seus instrumentos de gestão e nas suas operações.” (Comissão Europeia, 2001:4)⁴⁹

⁴⁸ Para mais informações sobre o ISO e a ISO 26000:2010 NP aceder a: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>

⁴⁹ Para mais informação sobre este livro verde da Comissão Europeia “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas” ou outros livros verdes publicados pela comissão europeia aceder a: http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm

Entende-se no suprarreferido a importância cada vez mais reconhecida das empresas em implementar um SGRS e em incorporar na sua estratégia a responsabilidade social visando a obtenção de lucros.

Por sua vez, a norma ISO 14001:2004 e o EMAS III são os referenciais internacionais na gestão ambiental e na implementação de um SGA.

Hoje em dia muitas das grandes empresas, principalmente empresas cotadas na bolsa, possuem um sistema de gestão da sustentabilidade e elaboram o seu relatório de sustentabilidade. Apesar da relação entre a sustentabilidade e a qualidade da gestão ter opiniões contraditórias, existem indícios de como estas podem estar interligadas positivamente, isto é quanto melhor for a prática da sustentabilidade, melhor a sua gestão. Como nos prova LAMEIRA et al. (2012) as melhores práticas de sustentabilidade estão associadas a mais desempenho, menor risco e maior valor de mercado. ORLITZKY et al. (2003) apud LAMEIRA et al. (2012) concluiu também que o desempenho financeiro está positivamente correlacionado com melhores práticas de sustentabilidade. Outros estudos que apontam para uma associação positiva entre as melhores práticas de sustentabilidade e custo de capital, valor de mercado, desempenho e acesso a fontes de crédito são Basse net al. (2006), Lo and Sheu (2007), Rossi (2009), Poddi and Vergalli (2009) and Cheng et al (2011), apud LAMEIRA et al. (2012). Pode-se assim entender a importância da sustentabilidade não só na área de turismo mas para a maioria das empresas, principalmente num contexto de grandes empresas e grupos, como o MHI.

1.7.1. Vantagens na implementação de um SGI

Existem diversas vantagens e desvantagens em implementar um SGI, primeiramente são indicadas as principais vantagens de implementar um SGI, de seguida as vantagens especificamente relacionadas com o SGST e por fim evidenciadas barreiras e desvantagens encontradas.

Ao ser adotado, um SGI proporciona:

- Eliminação de redundâncias e a redução de custos, ao serem inseridas todas as informações numa só base de dados;
- Visão mais abrangente de todo o sistema a ser gerido e da situação geral do hotel, no caso do Hotel em matéria de sustentabilidade;
- Relatórios mais consistentes;

- Mais facilidade na tomada de decisão ao intercalar diversas dimensões num só sistema; e,
- Maior desenvolvimento empresarial.

O SGI da sustentabilidade proposto pela Travelife tem diversas vantagens, principalmente por ser direcionado especificamente para a hotelaria, facilita a interpretação e a implementação dos requisitos e proporciona apoio específico pela Travelife para a resolução de obstáculos encontrados. Adicionalmente permite a certificação do hotel em três vertentes e a obtenção dos prémios Travelife, cada vez mais reconhecidos, adotados e aceites internacionalmente.

Principalmente em comparação com as normas ISO, que não permitem a sua certificação, uma das grandes vantagens do SGI implementado no Hotel é o facto de permitir a sua divulgação e proporcionar o posicionamento na indústria do turismo sustentável de forma confiante, baseado na fidedignidade cada vez mais reconhecida da Travelife, por organismos como o GSTC.

O SGST é um sistema adaptado a um mercado muito específico, o do turismo, e entende-se que a ideia deve ser adotada a outros mercados, facilitando a adoção destes sistemas de gestão em cada vez mais indústrias.

Uma barreira encontrada na implementação de um SGI foi a escolha de um conjunto de indicadores-chave (KPIs) viáveis, indicadores que reflitam todos os pontos que devem ser geridos. A implementação de um SGI permite uma visão mais ampla e o acesso a um maior leque de informação, e a escolha dos indicadores a medir deve garantir a relevância dos dados obtidos.

Relativamente às desvantagens de implementar um sistema de gestão Travelife, estas prendem-se primeiramente com os custos para a implementação do SGI proposto quer a nível de recursos humanos como de recursos económicos e/ou financeiros.

Conclui que, sempre que existam recursos, devem ser implementados SGIs, pois as vantagens são maiores que as desvantagens. Contudo sugere-se a realização de uma análise da viabilidade financeira e que seja dada especial atenção à definição de objetivos e escolha de indicadores para a implementação do SGI em questão.

1.8. A ESTRATÉGIA SUSTENTÁVEL DO GRUPO MELIA HOTELS INTERNACIONAL

Melia Hotels International é um dos maiores grupos hoteleiros do mundo e líder em Espanha. Fundado em 1956, conta com mais de 350 hotéis em 35 países de 4 continentes operados sob sete marcas, ver ilustração 14, indicadas em seguida: Grã Melia, Melia Paradisus Resorts, ME by Melia, Melia Innside by Melia, Tryp by Wyndham e Sol.

	Hoteles Melia 104 Hoteles
	Hoteles Tryp 92 Hoteles
	Hoteles Sol 66 Hoteles
	Hoteles Innside 13 Hoteles
	Paradisus Resorts 10 Hoteles
	Gran Melia 10 Hoteles
	Me By Melia 4 Hoteles

ILUSTRAÇÃO 14 – MARCAS DO GRUPO MELIA HOTELS INTERNACIONAL, ORDENADAS DE ACORDO COM O NÚMERO DE HOTÉIS PERTENCENTES A CADA UMA DELAS, POR ORDEM CRESCENTE.⁵⁰

Nos últimos anos, a Direção do MHI, ver ilustração 15, tem tornado a sustentabilidade característica cada vez mais presente no Grupo, colocando a mesma na sua missão, na sua visão e nos seus objetivos estratégicos. De forma progressivamente holística, cada vez mais hotéis têm aderido à sustentabilidade.

⁵⁰ Available from: <http://www.melia.com/es/hoteles/home.html> [online] [accessed at 28 December 2013]

Presidencia

Presidente
Gabriel Escarrer Julià



Vicepresidente
y Consejero Delegado
Gabriel Escarrer Jaume

Senior Executive Team (SET)

EVP Hotels
André P. Gerondeau



EVP Real Estate
Mark Hoddinott



EVP Human Resources
Gabriel Cónaves



EVP Club Meliá
Onofre Servera



EVP Legal & Compliance
Juan Ignacio Pardo



EVP Finance & Administration
Pilar Dols

ILUSTRAÇÃO 15 – ORGANOGRAMA FUNCIONAL DA DIREÇÃO DO GRUPO MHI.⁵¹

Um dos primeiros avanços em direção à responsabilidade social no MHI fez-se notar, em 1996, quando este entrou para o mercado da bolsa espanhola e passou a demonstrar mais transparência, controlo regulamentar e responsabilidade social. Posteriormente este também aderiu ao pacto global da ONU⁵², entrou no índice de mercado de ações

⁵¹ Available from: http://www.meliahotelsinternational.com/sites/default/files/sala-de-prensa/docs/MHI_DOPRESS_2013.pdf. [online] [accessed at 2 April 2014]

⁵² Para mais informações sobre o pacto global da ONU aceder a: <http://unglobalcompact.org/Languages/portuguese/>

espanholas FTSE4Good e iniciou uma colaboração com a *United Nations International Children's Emergency Fund* (UNICEF)⁵³.

No plano estratégico para o período de 2008-2010 o MHI define a incorporação da sustentabilidade no Grupo, a criação de uma política de sustentabilidade e um compromisso com o seu desenvolvimento sustentável.

"En Meliá Hotels International buscamos la integración de los valores y principios asociados al desarrollo sostenible en nuestros procesos de negocio y en la relación con todos nuestros grupos de interés (empleados, clientes, propietarios, inversores, proveedores, la sociedad y el medioambiente).

Creemos que la sostenibilidad es el elemento clave que permitirá que el turismo siga siendo un motor económico y por ello apostamos por la mejora continua para asegurar el futuro desde un uso responsable de los recursos.

Queremos que nuestro compromiso y forma de actuar contribuya a reforzar la relación con nuestros grupos de interés, nos diferencie y refuerce nuestra posición como empresa responsable, estable, segura y atractiva para todos aquellos que se acercan a nosotros." (MELIA HOTELS INTERNACIONAL, 2014)

No plano estratégico para 2012-2014, a sustentabilidade passou a ser uma força que sustenta todas as linhas estratégicas de trabalho. O MHI colocou a sustentabilidade como seu pilar principal, base, para a criação sustentável de valor económico. Este compromisso pode ser verificado pelo número elevado de hotéis certificados no Grupo.

"Estratégia de Desenvolvimento Sustentável, aprovada no Conselho Europeu de Gotemburgo, em Junho de 2001: a longo prazo, o crescimento económico, a coesão social e a protecção ambiental são indissociáveis." (COMISSÃO EUROPEIA 2001,4).

Apesar da falta de evidência e de opiniões contraditórias relativamente à eficiência estratégica e sustentabilidade empresarial de colocar a sustentabilidade como pilar estratégico, esta é a direção seguida pelo MHI. Um bom caso para ser analisado futuramente e do qual se espera que seja possível tirar ilações para o futuro. Perante as evoluções da indústria turística e o crescimento da indústria do turismo sustentável, pode-se entender a evolução do MHI nesta indústria.

O MHI pretende otimizar um modelo de negócio sustentável não só em si, mas assente numa cadeia de prestação de serviços e produtos turísticos responsáveis, desenvolvendo uma ligação direta com as partes interessadas, clientes, fornecedores e outros parceiros.

⁵³ Para mais informações sobre a UNICEF e o programa *Hoteles amigos* aceder a: <http://www.unicef.es/cooperacion-internacional/empresas/programa-hoteles-amigos>

Neste sentido, o MHI, criou uma metodologia baseada no acrónimo CERCA com um significado de proximidade e melhoria contínua.



ILUSTRAÇÃO 16 – SÍMBOLO DO ACRÓNIMO CERCA: CONHECER (*CONOCE*), ESCUTAR (*ESCUCHA*), RESPONDER (*RESPONDE*) E MUDAR (*CAMBIA*). FONTE: *MEMORIA ANUAL DE SOSTENIBILIDADE 2011 DO MHI* ⁵⁴

Este modelo vai de encontro ao modelo PDCA, ou modelo de Deming, ver ilustração 16, muito utilizado na implementação da melhoria contínua em sistemas de gestão. Consiste em conhecer a empresa, ouvir as partes interessadas, responder às questões e necessidades levantadas e agir em consonância com a resposta dada. Este é o processo que o MHI criou para genericamente auxiliar os diversos estabelecimentos hoteleiros a seguir a melhoria contínua.

1.9. ANÁLISE ESTRATÉGICA AO MELIA SALINAS

Para rematar este capítulo é feita a análise estratégica ao Hotel Melia Salinas, onde será implementado o SGST, através da Matriz FADO (tradução de SWOT) e do Modelo das cinco forças de Porter.

Em primeira análise é apresentada a Matriz FADO onde são identificadas as Forças, Ameaças e Oportunidades, Debilidades⁵⁵ do Hotel, ver Tabela 1.

⁵⁴ Available from: http://www.meli-hotelsinternational.com/sites/default/files/informes-financieros/Memoria%20de%20Sostenibilidad%202011_0.pdf [online] [accessed at 2 April 2014]

⁵⁵ Também conhecida como Matriz SWOT strengths weaknesses opportunities and threats.

TABELA 1 - MATRIZ FADO DO HOTEL MELIÀ SALINAS – ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Ambiente Interno	Ambiente Externo
FORÇAS Localização; Força da Marca; Fidelidade dos clientes. Comunicação e relação com os clientes; Baixa rotatividade, colaboradores com experiência; Bom ambiente de trabalho; Grande variedade de oferta de produtos e serviços; Ponto de autocarros em frente ao Hotel; Grande variedade de peças artísticas no Hotel.	AMEAÇAS Aumento da concorrência, criação de Hotéis da mesma categoria na ilha e/ou em Costa Teguisse; Fundos insuficientes para a totalidade de reformas necessárias.
DEBILIDADES Comunicação departamental insuficiente; Comunicação entre departamentos insuficiente; Software e equipamento obsoleto; Informação desatualizada; Falta de um sistema de gestão da qualidade; Falta de motivação e dificuldade dos colaboradores adaptarem-se a mudanças; Falta de pessoal em pisos; Instalações necessitadas de reforma.	OPORTUNIDADES Clima; Taxa de imposto baixa (benefícios fiscais); Pouca concorrência da mesma categoria; Desenvolvimento de Costa Teguisse e benefício com a promoção governamental deste destino; Proteção de ordenamento territorial; Parceria com a TUI AG; Entrada na indústria do turismo sustentável; Possibilidade de aprender com a Travelife sobre a sustentabilidade e a cultura de melhoria continua; Distinção da concorrência ao tornar-se um Hotel só para adultos (o que ocorreu em Maio de 2013); Procura pelo destino crescente.

Analisando a Matriz FADO pode-se verificar que o HMS tem diversos pontos fortes internos e externos que superam em número os pontos fracos, fazendo deste um negócio potencial. Contudo devem ser tidos em consideração os pontos fracos e se possível minimizados aqueles que se encontram sobre a sua esfera de influência (Debilidades).

Em seguida apresenta-se uma análise ao ambiente do Hotel através da apresentação do modelo das cinco forças de Porter. Neste modelo são explanadas as cinco forças ambientais influenciadoras da decisão e da estratégia, ver ilustração 17.

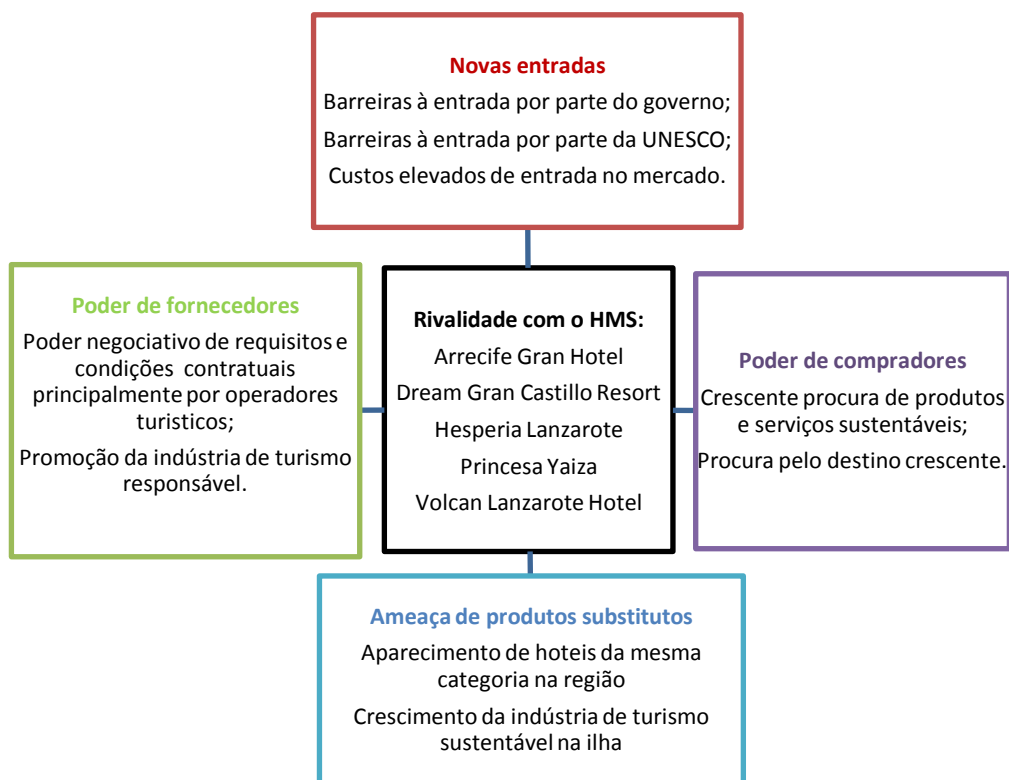


ILUSTRAÇÃO 17 – MODELO DAS CINCO FORÇAS DE PORTER – ELABORAÇÃO PRÓPRIA

A partir da ilustração 17 pode-se ver como as novas entradas, o poder de compra dos clientes, a ameaça de produtos substitutos e o poder dos fornecedores gera rivalidade no HMS principalmente com os seguintes estabelecimentos turísticos da ilha: Arrecife Gran Hotel, Dream Gran Castillo Resort, Hesperia Lanzarote, Princesa Yaiza e Volcan Lanzarote Hotel. A concorrência evidenciada consiste de hotéis localizados em Lanzarote, da mesma categoria ou similar, que apresentam uma qualidade de serviço e produtos equivalentes para o turista que pretende visitar a ilha.

Em relação a novas entradas de concorrentes ao Hotel diversas barreiras existem a nível internacional por parte da UNESCO, a nível legal pelo governo nacional e local, e a nível do mercado visto que é um mercado com elevados custos inerentes à entrada de novos hotéis ou outros alojamentos. Este é um ponto a favor do Hotel, que beneficia do facto de já encontrar-se instalado na ilha.

Em relação ao poder de compra dos clientes realça-se os seguintes factos, o turista cada vez mais valoriza e procura produtos e serviços sustentáveis e existem evidências de

que a procura pelo destino tem sido crescente⁵⁶. Este é um ponto a favor da indústria turística da ilha, com os entraves à entrada de novos concorrentes e com o aumento da procura, os hotéis existentes têm elevadas possibilidades de prosperar.

Em relação à ameaça de produtos substitutos reside neste ponto o maior perigo para o Hotel, o aparecimento de hotéis da mesma categoria na região e o crescimento da indústria de turismo sustentável na ilha.

Finalmente o poder de negociação dos fornecedores, principalmente exercido pelos operadores turísticos em relação aos requisitos e condições contratuais, mas também através do seu poder em difundir e promover a indústria de turismo responsável em que o Hotel pretende inserir-se. Entende-se neste ponto o porquê das iniciativas de turismo responsável usualmente partirem dos fornecedores.

Com o aparecimento da indústria de turismo sustentável, com a adesão da concorrência a certificados de sustentabilidade e com a necessidade de manter as colaborações com parceiros turísticos como a TUI AG, entende-se a adesão do Hotel ao SGST.

Com o suprarreferido pode-se entender o ambiente em que se insere o HMS mas também a estratégia delineada em modernizar-se e na aposta pela diferenciação dos seus produtos e serviços em relação à concorrência. Em conclusão, o Hotel analisando toda a sua envolvente tomou a decisão de tornar-se um Hotel com entrada exclusiva a adultos e de entrar na indústria do turismo sustentável.

⁵⁶ Para mais informações e estatísticas relativamente ao turismo de Canárias e Lanzarote em 2013 aceder a: http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/Analysis-and-Reports-on-Tourism.34404.0.html

Capítulo 2

O Hotel Melia Salinas

2. O HOTEL MELIA SALINAS

No segundo capítulo deste relatório é dado a conhecer o Hotel, através da descrição da sua marca Melia & Resorts, da sua história, da definição do seu mercado e clientes e da descrição dos seus principais produtos e serviços.

2.1. MARCA, POSICIONAMENTO E HISTÓRIA DO HOTEL

O Hotel faz parte do grupo hoteleiro MHI, que em 2011 optou por uma reestruturação cooperativa, anteriormente conhecido como Sol Melia. No sentido desta reestruturação as suas marcas e hotéis também foram reavaliados, reorganizados e reposicionados. Em 2012 o HMS anteriormente pertencente à marca Gran Melia Hotels, passou a integrar a marca Melia & Resorts, mais conhecida como Melia (e assim denominada ao longo deste relatório).

O MHI define a missão, visão e objetivos gerais para todas as suas marcas e hotéis. De seguida os diretores regionais e diretores hoteleiros regem-se pelas diretrizes gerais dadas para dirigir o funcionamento dos hotéis que se encontram sob a sua alçada de responsabilidade. Esta estrutura permite que no MHI a sinergia desejada seja criada e mantida. De forma a manter tudo a funcionar como previsto, mensalmente, são transmitidas atualizações a cada um dos seus hotéis e analisados os resultados obtidos por cada um, de acordo com as metas propostas pelos próprios para o período, usualmente de um ano.

Melia, é uma marca comprometida em oferecer ao cliente uma estadia memorável através da oferta nos seus hotéis de um estilo natural e apaixonante, da combinação entre o *design* e a funcionalidade e da estimulação dos cinco sentidos. A paixão encontra-se presente em toda a experiência do cliente. Em relação à arte e à cultura no Hotel, esta encontra-se presente desde o seu edifício que é só por si uma obra de arte arquitetónica⁵⁷, aos apontamentos de arte e natureza que nele florescem de forma a harmonizar com o meio ambiente em que se inserem. Os espaços vazios, exteriores e de seus corredores, são preenchidos com jardins endémicos ou nos quais são expostas diversas pinturas e esculturas, obras de artistas como de Pepe Dámaso e Rufina Santana

⁵⁷ premiada em 1978 e desenhada pelo arquiteto Fernando Higueras.

que também marcam presença neste hotel. E em relação à estimulação dos cinco sentidos, quer nas suas áreas comuns como nos quartos, esta é perceptível através de diversos detalhes entre os quais destaco: as fragrâncias de quarto (olfativas), os apontamentos de arte, os arranjos florais (visuais), os petiscos de boas vindas (gustativas), o menu de almofadas do serviço *TheLevel* (táteis) e a presença de música nos corredores (auditivas).

O Melia Salinas é um hotel que tem tido desde há muitos anos um papel fundamental no desenvolvimento do turismo em Lanzarote. Foi um dos primeiros hotéis a ser construído na ilha, por volta de 1977, onde hoje em dia continua a ser o único cinco estrelas de grande luxo. Contribuiu muito para o desenvolvimento da ilha, atraindo turistas e aliciando ao desenvolvimento da economia e do turismo na mesma. É também considerado por muitos como uma referência de luxo e um ponto de atração de famosos.

Hoje o Hotel conta com mais de 35 anos e tem observado, ao longo dos anos, a concorrência aumentar e o perfil de hábitos do cliente mudar. Nos últimos anos cresceu a necessidade de mudança, traduzida numa renovação de milhões de euros investidos em suas instalações e numa reinvenção do Hotel. Apesar das dificuldades económicas que são antevistas para os próximos anos, dada a antiguidade do edifício e instalações, esta renovação era inevitável. Perder todo o imenso património artístico, cultural e histórico deste hotel não foi a decisão tomada pelo MHI.

2.2. O MERCADO E O CLIENTE

No Melia Salinas o cliente está no centro de toda a sua atenção. Com o novo posicionamento do Hotel este abriu-se a um mercado de turistas mais jovens à procura de: novas sensações, desportos radicais, ambientes românticos, descanso e de apreciar a natureza.

A par do que acontece na marca Melia, o seu mercado alvo são clientes com rendimento anual bruto entre 50.000 e 100.000 Euros, um nível educativo médio ou alto, idade entre 35 e os 60 anos, relativamente conservador, mas esforçado por manter-se jovem e por acompanhar a moda.

A gestão do Hotel está constantemente atenta para conhecer o grau de satisfação dos seus hóspedes e as necessidades por colmatar dos seus públicos-alvo. A relação de confiança criada e a comunicação estabelecida com o cliente, principalmente por parte

do DACQ, tem um papel fundamental no aumento da satisfação do cliente e na melhoria contínua do Hotel, de acordo com as mais recentes tendências.

Ao longo dos últimos anos, a mudança climática global e a destruição ambiental em particular pela indústria turística têm gerado um turista que cada vez mais valoriza empresas sustentáveis, responsáveis pelas suas atividades. Por diversas vezes durante o período de estágio foram verificadas abordagens inquiridoras por parte de clientes sobre as práticas do Hotel para com o ambiente e a sustentabilidade do destino.

Conclui-se assim que o mercado do HMS abrange clientes informados, com elevado poder monetário, com uma consciência global de respeito e responsabilidade em zelar pelo ambiente e conhecimento da importância de fazer escolhas sustentáveis.

Foi feita uma pesquisa através da UNWTO⁵⁸ de forma a melhor conhecer os principais e mais rentáveis turistas e foi encontrada a seguinte informação:

Rank	International Tourism Expenditure (US\$ billion)		Local currencies change (%)		Market share (%)	Population 2012	Expenditure per capita
	2011	2012*	11/10	12*/11	2012*	(million)	(US\$)
1 China	72.6	102.0	26.2	37.2	9.5	1,354	75
2 Germany	85.9	83.8	4.7	5.8	7.8	82	1,023
3 United States	78.2	83.5	3.6	6.7	7.8	314	266
4 United Kingdom	51.0	52.3	-1.6	4.1	4.9	63	828
5 Russian Federation	32.9	42.8	19.3	36.5	4.0	142	302
6 France	44.1	37.2	7.6	-8.7	3.5	63	586
7 Canada	33.3	35.1	7.6	6.2	3.3	35	1,007
8 Japan	27.2	27.9	-11.2	2.4	2.6	128	218
9 Australia	26.7	27.6	7.0	2.9	2.6	23	1,210
10 Italy	28.7	26.4	0.8	-0.3	2.5	61	433

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO June 2013)

ILUSTRAÇÃO 18- TABELA DA UNWTO DO RANKING POR PAÍS, DO VALOR GASTO POR ESTES COM O TURISMO INTERNACIONAL EM 2012.⁵⁹

As quantidades gastas pelos países em turismo internacional, isto é com o turismo fora do seu país de residência são expostas na ilustração 18. Em primeiro lugar encontra-se a China, e logo de seguida a Alemanha, os EUA, o Reino Unido, a Rússia, a França, e

⁵⁸ A UNWTO, é uma agência da ONU especializada em turismo e responsável pela promoção de um turismo responsável, sustentável e universalmente acessível para todos, atuando como fórum global para a política de turismo e uma fonte de know-how em turismo.

⁵⁹ Available from: “2013 Tourism Highlights”. World Tourism Organization, July 2013 [accessed at 01 March 2014]

assim por diante. É de realçar a importância de manter-se boas relações com operadores e parceiros turísticos que trabalham com estes mercados, de conhecer estas culturas, ser capaz de comunicar com estes clientes e de satisfazê-los ao nível esperado, de um cinco estrelas.

Languages & Countries

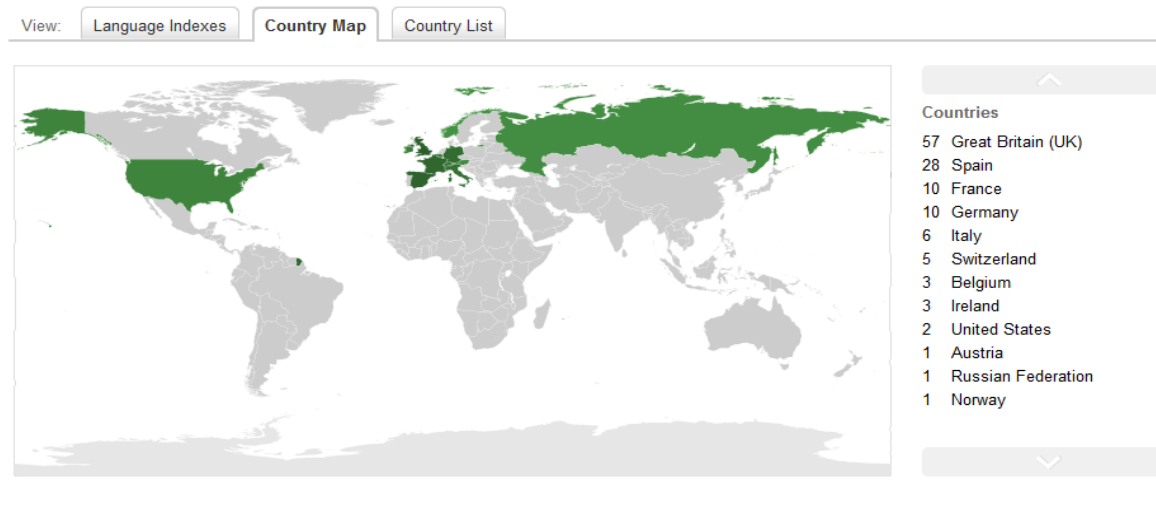


ILUSTRAÇÃO 19 - MAPA-MUNDO ONDE ESTÃO IDENTIFICADOS OS PAÍSES QUE MAIS COMENTARAM A SUA ESTADIA NO HMS DURANTE O PERÍODO DE 1-01-2013 A 15-05-2013. ⁶⁰

Na ilustração 19 estão identificados a verde os países que mais comentaram *online* a sua estadia no HMS. Em primeiro lugar com 57 participações de clientes o Reino Unido, em seguida a Espanha com 28 participações, a França e Alemanha empatadas com 10 Itália, Suíça, Bélgica, Irlanda, EUA, Áustria, Rússia e Noruega. Verifica-se que as informações da UNWTO vão de encontro com as obtidas pelo ReviewPro para o Melia Salinas.

Tendo em conta a análise anterior, no atendimento ao cliente do Hotel há o cuidado de ter um conjunto de documentos traduzidos e pelo menos um colaborador com domínio nos idiomas dos seus principais mercados: espanhol, inglês, francês, alemão e italiano. Os mercados russos e chineses não são os seus principais, contudo são mercados em ascensão pelo que o Hotel conta com diversos documentos e panfletos informativos neste idioma, de forma a permitir a compreensão entre ambos e o desenrolar de uma boa estadia.

⁶⁰ Available from: Review Pro Julho [accessed at 1 June 2013]

Conhecer os seus principais mercados permitiu ao Hotel uma elevada personalização de todo o seu serviço ao cliente de acordo com a sua nacionalidade. Logo no serviço de boas-vindas, de forma a criar uma boa primeira impressão, observou-se a apresentação de diversas ofertas consoante a nacionalidade do recém-chegado hóspede, adequadas à cultura de cada país.

O edifício principal do Hotel é desenhado em forma de Y para aproveitar ao máximo a vista panorâmica que este possui sobre o Oceano Atlântico de cada uma das suas habitações, contudo muitas palmeiras cresceram e taparam algumas das vistas surgindo a tipologia de alojamento sem vista mar. É através da sua forma em Y que proporciona a todos os quartos disfrutar ao máximo da luz natural, a ala direita voltada para o nascer do sol e a ala esquerda para o pôr-do-sol.

É no piso térreo, piso 0, onde se encontram maior parte das instalações do Hotel, facilitando a deslocação de indivíduos com limitações motoras. Ver ilustração 20, a planta do Hotel que é entregue ao cliente durante o *check-in*.

Página 56

Das principais características do Hotel, para além da oferta de um serviço cinco estrelas num dos melhores hotéis de Espanha, destaca-se a sua localização privilegiada sobre uma das melhores praias da ilha e a oferta de acesso direto a estas.

Ao contrário de outros hotéis, o Melia Salinas possui um número elevado de colaboradores, da região, os mesmos desde a sua abertura e um índice de rotatividade do pessoal baixo. Pontualmente são contratados extras para o departamento de pisos e de restauração. Esta é uma das características mais fascinantes e marcantes deste hotel, o facto de os seus clientes procurarem, e encontrarem nele, um ambiente familiar e de confiança para disfrutar as suas férias.

Adicionalmente, o Melia Salinas distingue-se da concorrência pois não encerra a sua atividade. Devido ao bom clima e os bons relacionamentos mantidos com clientes e com parceiros turísticos o HMS tem conseguido resultados favoráveis ao longo do ano e mantido a sua atividade. Nos meses de inverno verificou-se uma maior afluência de clientes procurando um escape às temperaturas gélidas do inverno europeu e nos meses de mais calor uma maior afluência de clientes espanhóis.

Por fim, realça-se que os períodos de época baixa e época alta no HMS são ditados pelo departamento comercial. Mesmo no inverno, muitos clientes fazem férias no Hotel, longe do frio ríspido que invade todo o hemisfério norte. Observou-se durante o Estágio que a época Natalícia atingiu a lotação máxima de reservas com um ano de antecedência.

Durante o período de Estágio, a estrutura funcional responsável pelo trabalho do Melia Salinas encontra-se organograma funcional do Melia Salinas, ver ilustração 21, onde foram identificados os chefes dos departamentos de Estágio e a diretora do Hotel.

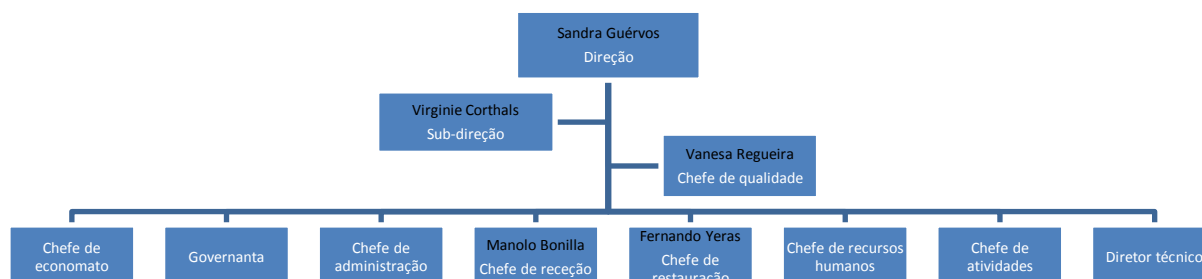


ILUSTRAÇÃO 21 - ORGANOGrama funcional do MELIA SALINAS. DE AUTORIA E ELABORAÇÃO PRÓPRIA

Destaca-se no organograma, ilustração 21, o DACQ que responde perante a Direção pelo trabalho de todos os demais departamentos, realçando a sua responsabilidade sobre

a melhoria contínua, a satisfação do cliente, a gestão da qualidade e a gestão da sustentabilidade.

2.4. PRODUTOS E SERVIÇOS

Os principais produtos e serviços do Hotel podem ser divididos em três áreas: alojamento, restauração e aluguer de espaços. Adicionalmente a personalização da estadia do cliente é reafirmada através do serviço TheLevel oferecido pelo Hotel.

Como Grã Melia, o Hotel possuía um *design* incoerente com a nova marca sensacionalista Melia. Com o posicionamento do Hotel na marca Melia Hotels & Resorts todo este foi renovado tanto no aspeto estético, como no aspeto funcional. A nível estético passou a apresentar um *design* moderno, uma tendência decorativa de cores fortes e mobiliário moderno, leve e mais funcional. No aspeto funcional, foi melhorada a gestão de recursos através de diversas alterações técnicas. Realça-se a nível da redução do gasto de água a mudança para dispensadores de água mais económicos, e a nível da redução do gasto de eletricidade a instalação de um sistema elétrico em que as luzes são acionadas por sensores de movimento e a centralização dos ares condicionados. Também no sentido de reduzir o gasto elétrico do Hotel, as luzes de presença nas varandas de todos quartos do edifício principal foram automatizadas para desligarem-se entre as 24h e as 21h.

2.4.1. ALOJAMENTO

Um dos principais produtos e serviços do Hotel Melia Salinas está relacionado com o alojamento.

No edifício principal o Hotel possui 260 quartos: 132 quartos clássicos, 70 quartos vista-mar, 10 quartos vista-mar com TheLevel, 18 *junior suites*, 28 *master suites*, 2 *penthouses*. A forma em Y deste edifício e o escalonamento entre andares permite a estes obterem o máximo de luz natural possível.

Na zona privada TheLevel encontram-se 10, privadas e luxuosas, *villas* distribuídas em torno de uma piscina exuberante em sintonia com o ambiente típico de Lanzarote, 9 *garden villas* e 1 *villa* presidencial.

Em seguida são identificadas e sucintamente descritas as tipologias de alojamento disponível no Hotel:

2.4.1.1. O quarto clássico [*classic room*]

O quarto clássico é uma tipologia disponível em 132 dos 270 quartos do HMS, e de todas a mais acessível economicamente. É um quarto de 25 m², individual ou duplo, com cama de casal ou duas camas separadas, equipadas com armário, televisão, aparador, minibar e uma pequena área de estar onde o cliente pode disfrutar, por exemplo, de uma leitura sem sair da privacidade do quarto.



ILUSTRAÇÃO 22 – EXEMPLO DA TIPOLOGIA QUARTO CLÁSSICO.⁶²

Sendo o quarto com menor rentabilidade individual para o Hotel, durante o período de Estágio, esta tipologia ainda não se encontrava renovada, apresentando ainda a decoração do antigo Grã Melia, ver ilustração 22.

2.4.1.2. O quarto vista-mar [*premium room with sea view*]

O quarto vista-mar, à tipologia quarto clássico acresce a visão direta e panorâmica sobre o mar, que tanto os caracteriza.

A renovação começou nas *master suite* e nos quartos para os sócios do clube Melia, os quartos vista-mar foram renovados em seguida. A renovação do Hotel passou pela transformação dos seus quartos e instalações de forma a atingir os seguintes objetivos: homogeneização de imagem, modernização do *design*, melhor gestão dos recursos e minimização dos gastos. Até a sua total reinvenção e integração na marca Melia.

Entre Março e Junho de 2013 durante o período de Estágio, os quartos vista-mar encontravam-se em processo de renovação pelo que, no SIHot, ao verificar a disponibilidade hoteleira, muitas delas encontravam-se bloqueadas.

⁶² Available from: <http://www.melia.com/pt/hoteis/espanha/lanzarote/melia-salinas/quartos.html> [online] [accessed at 15 June 2013].

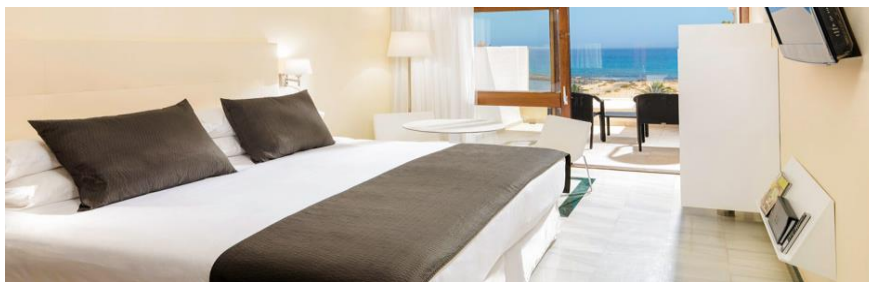


ILUSTRAÇÃO 23 – QUARTO VISTA MAR APÓS RENOVAÇÃO.⁶³

Na ilustração 23 pode-se o resultado da renovação onde é apresentada a nova imagem da tipologia vista-mar.

2.4.1.3. O quarto vista-mar com TheLevel [*Room TheLevel with sea view*]

Os quartos vista-mar com TheLevel perfazem um total de 10 quartos. Esta tipologia é idêntica à anteriormente descrita, à qual acresce o facto de já estar preparada para o serviço TheLevel, com todas as regalias e pequenos luxos deste serviço, entre os quais destaque: a máquina de café Nexpresso, o menu de almofadas, os arranjos florais e a oferta de aperitivos de boas-vindas.

A partir desta tipologia o acesso ao Serviço TheLevel está sempre incluído, inerente ao quarto e deste é indissociável, salvo raras exceções.

2.4.1.4. A *junior suite*

A *junior suite* pode ser encontrada em 18 dos quartos do HMS. Esta tipologia possui o dobro da área de qualquer uma das tipologias anteriormente descritas, com cerca de 50 m² nos quais encontra-se uma cama *king size*, uma área de lounge, uma área de refeição e uma área de bar. Uma tipologia usualmente procurada por casais com dificuldades de deslocação ou com maior necessidade de espaço.

Já a pensar em pessoas com limitações motoras/mobilidade reduzida a área da varanda, casa de banho e armários é proporcional ao tamanho do quarto. Este é um dos quartos mais adequados a clientes que, por exemplo, tenham necessidade de deslocar-se de cadeira de rodas. Para pessoas com dificuldade em utilizar banheira é recomendada a *master suite* que apresenta opção de poliban e *jacuzzi*.

⁶³ Available from: <http://www.melia.com/pt/hoteis/espanha/lanzarote/melia-salinas/quartos.html> [online] [accessed at 20 December 2013]

2.4.1.5. A *master suite*

A *master suite* pode ser encontrada em 28 quartos do HMS e foi uma das primeiras tipologias a ser renovada, apresentando um *design* moderno similar a um pequeno apartamento. Possui uma área de lazer e de refeições separadas do quarto de dormir e da zona de banho, proporcionando ao cliente um pouco de privacidade no calor deste seu “novo lar”, é a tipologia ideal para estadias mais longas.

2.4.1.6. A *penthouse*

A *penthouse* é uma tipologia localizada na quarta planta, no piso mais alto do HMS, similar a uma *junior suite* à qual acresce um segundo quarto.

2.4.1.7. As *villas*

Quando a satisfação do cliente passa por mais privacidade e espaço o Hotel dispõem ainda de dez *villas* criadas pelo arquiteto Álvaro Sans, localizadas ao largo da piscina da área exclusiva *TheLevel*, uma *villa* presidencial para quatro pessoas e nove *garden villas* para duas pessoas.



ILUSTRAÇÃO 24 – VILLA PRESIDENCIA.⁶⁴

As *villas* consistem de dez moradias de cor branca, decoradas à semelhança das casas brancas de Lanzarote. No interior dos muros da tipologia *villa* o cliente pode usufruir de diversos luxos como uma piscina, uma *balibed* e de 500 m² de jardim privativos, ver ilustração 24.

⁶⁴ Available from: <http://pt.hoteis.com/ho171663/melia-salinas-adults-only-teguise-espanha/> [online][accessed at 20 december 2013]

A *villa* presidencial presente na ilustração 24, distingue-se das *villas garden* pelos seus dois dormitórios em edifícios distintos e pela possibilidade de albergar até quatro pessoas.

Esta é considerada o topo das topologias pelo que é a mais cara de todas, claro que não quer dizer que seja a melhor, há que sempre considerar o tipo de cliente e as suas necessidades.

2.4.2. RESTAURAÇÃO - RESTAURANTES E BARES

Para além do alojamento, um dos principais produtos e serviços do Hotel é a restauração. Este oferece uma variedade de bares e restaurantes sucintamente descritos em seguida.

2.4.2.1. Restaurante Spices

O restaurante Spices é o restaurante principal do Hotel onde o cliente é encantado pela extensa oferta nos seus *buffets* de pequeno-almoço, e surpreendido ao jantar pelos seus *buffets* temáticos, inspirados no melhor da cozinha internacional e mediterrânica, entre os quais destacam-se os seguintes: mexicano, japonês, italiano, espanhol, canário e de tapas.

Este restaurante prima por oferecer nos seus menus diversos ex libris da cozinha regional e nacional, diversas culturas culinárias internacionais e incorporar nos seus menus diversos produtos locais.

Adicionalmente apresenta ao longo dos seus *buffets* diversas opções alimentares para clientes com necessidades específicas, soluções estas devidamente assinaladas, como por exemplo sem lactose, sem glúten ou com baixas calorias.

2.4.2.2. Restaurante Casa canária

A Casa canária é o restaurante principal do Hotel para almoços o qual oferece um menu mediterrânico *à la carte* numa típica casa canária. Neste são preparados diversos pratos regionais e nacionais, muito apreciados pela frescura do peixe local e pela oferta de uma vasta seleção de vinhos de alta qualidade, entre os quais o melhor do vinho regional fabricado a partir da casta de uva Malvasia.

Adicionalmente, duas vezes por semana este restaurante abre portas a jantares especiais, à Terça-feira para um jantar com música ao vivo e à quinta-feira para um jantar de menu

fondue. São dois eventos, jantares especiais, onde o cliente sob a luz das velas é brindado com um ambiente mais íntimo e propício ao romance. Para mais informações ver ponto 3.3.1. Venda de jantares especiais.

2.4.2.3. Bar Onyx

No bar Onyx os clientes podem relaxar ao fim do dia, apreciar de algumas bebidas originais preparadas pelo *barman* de serviço e nele deslumbrar-se com os diversos espetáculos de entretenimento.

2.4.2.4. Bar O'grille

O bar O'grille encontra-se incorporado numa cabana de madeira e palha localizada à beira da piscina principal de Manrique, onde ao cliente são oferecidas bebidas e *snacks*, através de um sistema eletrónico de chamada do serviço às mesas, à distância do premir de um botão.

2.4.2.5. Restaurante Marea e bar Wine & Cheese

O Restaurante Marea e o bar Wine & Cheese, são ambos espaços alugados do Hotel.

O Restaurante *Marea* apresenta um menu *à la carte* com diversas opções da cozinha internacional, uma opção diferente para o almoço ou jantar.

O bar *Wine & Cheese*, localizado ao lado do restaurante *Marea* é um bar acolhedor, que oferece ao cliente uma grande variedade de queijos e tapas acompanhados por bebidas diversas, entre as quais alguns dos melhores vinhos da região.

2.4.3. ALUGUER DE ESPAÇOS

Outro dos principais serviços do Hotel consiste no aluguer de salas do seu centro de conferências e o aluguer de espaços comerciais.

2.4.3.1. Aluguer de salas do centro de conferências

O centro de convenções conta com uma entrada independente de acesso a cinco salões, cada um com capacidade para reunir entre 10 a 400 pessoas. E ainda uma seleção diferente de lugares para festas tais como terraços espaçosos ao ar livre com uma vista incrível para as suas piscinas, jardins e praia.

Com imensa experiência o Melia Salinas distingue-se também no aluguer de salas, pelo seu atendimento personalizado a grupos e por suas instalações adequadas a todo o tipo de eventos desde congressos seminários, bodas e outras celebrações.

2.4.3.2. Aluguer de espaços comerciais

Com o intuito de facultar ao cliente todos os serviços que possa necessitar durante a sua estadia, o Hotel permite ainda, a todos os seus clientes acesso ao ginásio, cabeleireiro, centro de estética e de beleza (sauna, jacuzzis e diversas massagens), galerias de arte bem como lojas diversas de aluguer de viaturas, souvenirs, roupa e artesanato. Todos estes serviços são disponibilizados ao cliente pelo aluguer de espaços comerciais independentes ao Hotel, o que permite-lhe concentrar-se no que realmente importa.

2.4.4. O SERVIÇO THELEVEL

O serviço TheLevel é um serviço de alto nível que oferece ao cliente uma estadia de alto nível distinta pela oferta de produtos e serviços exclusivos, personalizados e de luxo bem como acesso à calma e exclusiva zona privada TheLevel, ver ilustração 25, na qual o cliente pode usufruir de um: lounge, piscina e bar de piscina.



ILUSTRAÇÃO 25 - ZONA *THELEVEL*, A PISCINA E ALGUMAS VILLAS.⁶⁵

Adicionalmente a todos os clientes *TheLevel*, são disponibilizados diversos serviços exclusivos como por exemplo a possibilidade de alugar uma *villa* por um dia.

⁶⁵ Available from: http://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g659633-d246401-Reviews-Melia_Salinas-Costa_Teguise_Lanzarote_Canary_Islands.html, [online] [accessed at 20 december 2013]

Capítulo 3

O desenvolvimento do Estágio

3. O DESENVOLVIMENTO DO ESTÁGIO

Neste capítulo são descritas as tarefas desempenhas pela estagiária ao longo do Estágio.

TABELA 1 - CRONOGRAMA DE ESTÁGIO

Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho
Receção	Receção	Receção			
Restauração	Restauração	Restauração	Restauração		
DACQ			DACQ	DACQ	DACQ

Através do cronograma de Estágio, ver tabela 1, elucida-se relativamente à realização de tarefas durante o período de Estágio nos três departamentos: receção, restauração e DACQ. Informa-se que ao longo do Estágio foram desempenhadas diversas tarefas para os três departamentos conforme as necessidades e as solicitações, atividades realizadas independentemente do apresentado no cronograma de Estágio.

3.1. INTRODUÇÃO: OBJETIVOS E TAREFAS DO ESTÁGIO

O presente Estágio foi realizado através de uma abordagem cross-training, multi-departamental, de modo a proporcionar uma visão global sobre o funcionamento do Hotel, fundamental para o desempenho das tarefas de gestão na hotelaria.

À chegada ao Hotel foi disponibilizado o uniforme e dado a conhecer o horário de trabalho para no dia seguinte, a comparecer no DACQ. Bem como dado a conhecer os departamentos de estágio, os quais focam as seguintes áreas de conhecimento: comunicação interna, atendimento ao cliente, atendimento ao cliente no restaurante, gestão da qualidade do hotel, relações públicas e marketing.

Os objetivos de estágio foram definidos tendo em consideração as áreas departamentais e as tarefas atribuídas. Os objetivos gerais definidos para este estágio foram os seguintes:

- Conhecer o funcionamento do Hotel;
- Desempenhar eficazmente as tarefas designadas;
- Propor melhorias aos sistemas, processos e/ou tarefas; e,
- Participar e tomar conhecimento de todo o processo e atividades relacionadas com a implementação e certificação do sistema de gestão da sustentabilidade.

As principais tarefas realizadas durante o período de estágio são as seguintes:

Comunicação Interna

- Conhecimento sobre os procedimentos da marca e do Hotel;
- Atualização e comunicação de mudanças nos procedimentos do Hotel;
- Elaboração de *check-lists*;
- Relatórios e projeções sobre a capacidade de alojamento diária do Hotel;
- Elaboração de documentos informativos;

Atendimento ao cliente

- Preparação de correspondência internacional;
- Preparação de panfletos de boas vindas para clientes;
- *Check-in* de clientes na receção;
- *Check-in* privado de clientes VIP;
- Informação aos clientes sobre os serviços do hotel e sobre a ilha;
- Realização de visitas guiadas ao Hotel;
- Atendimento a clientes VIP;
- Reserva de serviços externos;
- *Upselling* de Quartos;
- *Upselling* de restauração;
- Retenção de clientes através de adesão a cartão de fidelidade;
- Plano de melhorias para Receção;

Atendimento ao cliente no Restaurante

- Acolhimento de clientes ao restaurante;
- Vendas a pronto e a crédito (TPV);
- Gestão de caixa e fecho de caixa;

Gestão da Sustentabilidade

- Formação dos colaboradores em gestão da sustentabilidade;
- Criação de documentos internos e panfletos;
- Recolha de dados quantitativos do processo de reciclagem;
- Participação em eventos de sustentabilidade.

Relações públicas e marketing

- *Follow-up* da satisfação de clientes;

- Gestão de reclamações;
- Relatórios de satisfação do cliente;
- Relatórios de qualidade do hotel (*MarketMetrix*);
- Gestão da informação *online* do Hotel (*Tripadvisor*);
- Relatório de satisfação do cliente, comparação entre o primeiro trimestre de 2012 e 2013.

Após identificadas as principais tarefas desempenhadas ao longo do período de estágio estas são em seguida agrupadas por departamento e descritas com mais pormenor.

3.2. DEPARTAMENTO DE RECEÇÃO

É na receção, ilustração 26, que o cliente tem o seu primeiro contato diretamente com o Hotel. Como é do conhecimento geral a primeira imagem é a que mais perdura, pelo que é importante que esteja tudo preparado para a sua estadia antes da sua chegada.



ILUSTRAÇÃO 26 – RECEÇÃO DO HOTEL E VISTA PARA O JARDIM BOTÂNICO. ⁶⁶

O departamento de receção funciona 24h por dia no qual trabalha o diretor de departamento, seis rececionistas e quatro *maleteros* em três turnos: turnos da manhã (8h-16h), tarde (16h-24h) e noite (24h-08h).

As principais ferramentas de apoio ao rececionista, suportes para o registo de informação na receção, são:

- O livro de novidades (ver Anexo 1 – Livro de novidades);

⁶⁶ Available from: <http://pt.hoteis.com/ho171663/melia-salinas-adults-only-teguise-espanha/> [online][accessed at 20 december 2013]

- O SIHot, o sistema integrado para a gestão hoteleira utilizado pelo Hotel; e,
- O livro de ocorrências (ver Anexo 2 – Livro de ocorrências).

Neste departamento foram desempenhadas diversas tarefas relacionadas com o acolhimento e com o atendimento ao cliente, entre as quais destacam-se as seguintes:

1. Preparação para as chegadas do dia seguinte:

- Atribuir quartos consoante as reservas do cliente;
- Fazer chaves eletrónicas;
- Organizar documentos de boas vindas (Cartas de boas vindas, chaves eletrónicas e panfletos informativos);

2. Acolhimento e *check-in* de clientes e grupos:

- Publicitar cartão de fidelização Melia Rewards;

3. Facultar informações turísticas sobre a ilha e o Hotel;

4. Gestão de objetos perdidos;

5. Gestão de chaves-mestras;

6. Gestão do material desportivo;

7. Gestão de alarmes matinais e pequenos-almoços no quarto;

8. *Check-out* de clientes:

- Promover donativos à UNICEF;
- Pagamento e fecho de conta de cliente.

São em seguida explanadas as tarefas identificadas acima.

1. Preparação para as chegadas do dia seguinte;

A preparação para as chegadas do dia seguinte é a penúltima tarefa do dia, antes do fecho de caixa. As reservas são inseridas no SIHot pelo departamento comercial, e para preparar as chegadas do dia seguinte são realizadas um conjunto de tarefas descritas em seguida: atribuição de quartos disponíveis de acordo com as informações nas reservas, gravação de chaves e criação do *kit* de boas vindas⁶⁷.

⁶⁷ Kit de boas vindas composto por: chave, carta de boas vindas, folhetos informativos do Hotel, formulário de fidelização, folhetos informativos de excursões e mapa da ilha.

Primeiro, é analisada a tipologia de quarto e a informação presente em cada reserva e feita correspondência aos quartos disponíveis.

As chaves eletrónicas permitem ao cliente o acesso ao seu quarto e a diversas áreas do Hotel, concedido quando este tem esse direito. No caso do acesso à zona exclusiva The Level, este só é concedido a clientes que tenham adquirido esse serviço adicional. Adicionalmente, a chave irá permitir ao cliente creditar todos os seus consumos de bens ou serviços efetuados em bares, restaurantes, lojas e centros de estética e beleza, durante a sua estadia, na conta do Hotel, para pagamento no final, mais uma forma de agilizar a estadia e manter o controlo de custos de cada cliente.

Atribuído ao cliente o quarto e criada a respetiva chave de acesso com as permissões constantes na reserva, para o *kit* de boas vindas, há que ter em conta a nacionalidade do cliente, identificar o seu idioma, e reunir um conjunto de documentos necessários para o *check-in*. Quando em falta do idioma necessário recorre-se ao inglês.

Depois de tudo preparado e agrupado, são ordenados todos os *kits* de boas vindas, por número de quarto em ordem crescente.

2. Acolhimento e *check-in* de clientes e grupos;

O acolhimento e o *check-in* ocorrem simultaneamente. Quando o cliente chega ao Hotel é pedida a sua identificação, inseridos os dados na reserva em SIHot, previamente associada a um quarto e impressa a folha de registo onde o cliente confirma os dados do *check-in* e a sua colaboração com a UNICEF.

Adicionalmente, é recolhida toda a informação adicional necessária, é sugerido o *upsell* sempre que possível, é dada uma breve elucidação turística, é oferecido acesso ao cartão de fidelização *Melia Rewards* e é acionado o crédito ao cliente.

Salienta-se que o crédito do cliente pode ser ilimitado (até 5000€, antes do cartão bloquear) quando são facultados os dados do cartão de crédito ou limitado ao valor facultado pelo cliente à receção, em último caso o crédito não é acionado no cartão sendo o pagamento efetuado no ato de entrega de cada produto ou serviço do hotel.

O *check-in* termina com o acompanhamento do cliente ao quarto pelo *maletero*.

Para o acesso aos quartos, é necessária a chave eletrónica. Esta quando colocada no interruptor aciona o sistema de eletricidade (luzes, tomadas e ar condicionado), onde apenas o frigorífico funciona independentemente.

No quarto o cliente encontra diversas recomendações e informações em matéria de sustentabilidade, entre as quais destacam-se as seguintes elucidações responsáveis: como usar a água, como tratar as toalhas sujas e limpas, como trocar a toalha de praia e como trocar os lençóis e como utilizar a luz da varanda. Estas recomendações e informações visam facilitar a estadia do cliente, evitar dissonâncias no cliente e sensibilizar o mesmo para a poupança de recursos, como eletricidade e água.

O *check-in* de grupos é realizado de forma distinta do descrito anteriormente, de quando se trata de clientes individuais. Quando trata-se de um grupo, para agilizar o processo de *check-in* e desimpedir a receção para emergências, há que fazer chegar os clientes ao quarto o mais rapidamente possível pelo que segue-se o procedimento presente no seguinte exemplo.

O primeiro *check-in* a um grupo durante o Estágio foi presenciado no dia 23 de Fevereiro. Devido ao mau tempo e cancelamento de diversos voos, 180 pessoas ficam em Lanzarote para o dia seguinte. Havendo disponibilidade por parte do Melia Salinas os passageiros com voos cancelados foram transportados para neste passarem a noite.

Com a lista de passageiros desviados enviada pelo aeroporto as reservas foram inseridas pelos rececionistas no SiHot, verificados os quartos disponíveis e criadas as chaves eletrónicas. À chegada, aos clientes foram pedidos os documentos identificativos necessários para completar o registo, facultada a chave e pedido ao cliente para assinar uma tabela como a seguinte:

TABELA 2 – TABELA PARA CHECK-IN DE GRUPOS – ADAPTAÇÃO DAS TABELAS UTILIZADAS NO MELIA SALINAS PARA O CHECK-IN DE GRUPOS

Nº do Quarto	Nome	Apelido	Nº de Id.	Assinatura
023	Anje	Gruber		
023	Yan	Gruber		
410	Marie	Meier		

Por fim, o cliente é acompanhado pelo *maletero* até ao seu quarto.

Terminado o *check-in*, são em seguida explanadas tarefas adicionais realizadas durante o Estágio na receção.

3. Facultar informações turísticas sobre a ilha e o Hotel;

Facultar informações turísticas sobre a ilha e sobre o Hotel é outra das funções da receção. Por vezes o cliente já vem com uma ideia concebida do que fazer, mas muitas vezes o cliente não teve tempo de preparar-se convenientemente, pelo que este departamento encarrega-se de garantir que o cliente tem tudo o que precisa para tornar a sua estadia inesquecível, toda a informação de atividades disponíveis dentro e fora do Hotel.

A rececionista tem a função de informar o cliente o melhor possível para tal possui mapas, folhetos informativos sobre o hotel e uma capa repleta com diversa informação turística para disponibilizar ao cliente. Em caso de impossibilidade de esclarecer, o cliente é encaminhado para o departamento turístico mais próximo.

Adicionalmente o Melia Salinas também fornece na receção a marcação de reservas, principalmente de excursões, restaurantes e transportes especiais. Um serviço particularmente importante para clientes que não falam o idioma local, o espanhol.

4. Gestão de objetos perdidos;

A receção é o centro de informações do Hotel e é este usualmente o primeiro local ao qual o cliente reporta objetos perdidos. É de facto onde os objetos perdidos são recolhidos, registados e armazenados durante um mês. Quando isto acontece há que seguir o procedimento e preencher a tabela de registo de objetos perdidos, ver Anexo 3 – Tabela de objetos perdidos. Quando o objeto perdido é reclamado, na tabela, o reclamante é identificado e assina o levantamento do objeto.

5. Gestão de chaves-mestras;

A receção, para além de gravar as chaves para clientes, grava também chaves para os colaboradores do Hotel, chaves-mestras, que permitem o acesso a diversos quartos, consoante as permissões de cada colaborador. Existe na memória do programa uma base de dados, ao procurar pelo nome do colaborador é possível atualizar a sua chave-mestra por mais um período, não superior a 3 meses. O programa permite rastrear quantas chaves foram criadas para cada colaborador e em cada fechadura rastrear que chaves abriram essa porta. Adicional a este controlo informático existe um registo realizado em papel de todas as chaves-mestras entregues, ver Anexo 4 – Tabela de chaves-mestras.

6. Gestão do material desportivo;

Na gestão e controlo do material desportivo, cada vez que um campo de ténis é requisitado pelo cliente, este assina a hora e dia que quer utilizar e indica o número do seu quarto. Quanto ao material desportivo é emprestado ao cliente, à confiança, sem qualquer controlo. Para mais informações ver ponto 3.2.2. Plano de melhorias para o departamento de receção.

7. Gestão de alarmes matinais e pequenos-almoços no quarto;

Na gestão dos alarmes matinais um registo diário é preenchido para no final do dia, depois da meia-noite no sistema telefónico, serem introduzidos no sistema telefónico. À hora marcada o telefone do quarto toca até a chamada ser atendida. É uma tarefa de extrema responsabilidade, principalmente no dia da partida.

8. Check-out de clientes:

Para finalizar as tarefas da receção é realizado o *check-out* do cliente. A receção é usualmente é a última imagem que o cliente guarda da sua estadia. Espera-se que a experiência do cliente no Hotel, do início ao fim, seja inesquecível pelos melhores motivos.

A saída do cliente é agendada para as 12 horas, e marcada pelo *check-out* do cliente. Este é realizado na receção, a chave eletrónica é entregue, a colaboração com a UNICEF confirmada, o registo de crédito pago, a fatura emitida e o registo do cliente fechado.

3.2.1. Formação em *upselling*

No dia 11 de Fevereiro de 2013 foram diversos rececionistas e estagiários selecionados para a formação de *upselling*, denominação inglesa utilizada para definir a abordagem ao cliente com intuito de convencê-lo a trocar um produto que já adquiriu por outro de categoria superior, ver Anexo 5- Doc de *upsell* a villa.

Muitas vezes, o cliente ao adquirir um pacote de férias numa agência ou operador turístico desconhece todas as características do que adquiriu e muito menos todas as possibilidades disponíveis no Hotel. No *upsell* há que usar argumentos que convençam o cliente de que a diferença de preço vale a pena, descobrir as qualidades que mexem com cada cliente é essencial para realizar um *upsell* com sucesso. De acordo com as informações de reserva e ao falar um pouco com o cliente é possível recomendar-lhe um alojamento de categoria superior que esteja de acordo com as suas necessidades.

O *upsell* é sugerido uma vez, à chegada do cliente, durante o *check-in*, de forma que a abordagem não se torne agressiva ou incómoda. E deve ser sempre tido o cuidado de previamente serem verificadas as tipologias para *upsell* disponíveis, de forma que não sejam criadas expectativas que não possam ser atendidas no final ao cliente.

De notar ainda que todo o cliente é uma possibilidade de *upsell*, nem sempre é possível fazer uma leitura visual do cliente, pelo que esta abordagem de vendas deve ser também aplicada ao *upsell* e a todos os clientes indicada a possibilidade de adquirirem um alojamento com qualidades diferentes do que consta na sua reserva.

Concluindo, para um *upsell* de sucesso é importante conhecer o cliente e as suas necessidades, verificar que tipologias de alojamento estão disponíveis e exaltar duas ou três vantagens pertinentes para o cliente obtidas com o *upsell*.

É também na receção que são realizados *upsell* de pensões para meia pensão ou pensão completa, ou venda de refeições individuais, enquanto nos restaurantes é apenas possível a venda de refeições individuais. Clientes chegam normalmente com apenas pequeno-almoço e são aliciados a outras pensões, por exemplo, através da descrição dos menus disponíveis no restaurante Spices ou através da menção a promoções que estejam a decorrer.

Após várias tentativas da estagiária o primeiro *upsell* de pensão alimentar foi obtido no dia 27 de Fevereiro, e no dia 5 de Março o primeiro *upsell* de alojamento de um quarto clássico a uma *master suite*.

3.2.2. Plano de melhorias para o departamento de receção

No início do Estágio, foi requerida a realização de um plano de melhoria para o departamento da receção. Para este plano de melhoria foi seguida a seguinte metodologia:

Passo 1 – identificar problemas;

Passo 2 – identificar as causas do problema;

Passo 3 – definir soluções e ações de melhoria;

Passo 4 – planear e dar seguimento às ações de melhoria.

Ao longo do estágio foram identificadas algumas dificuldades, lacunas ou problemas que são no plano de melhoria registadas e explanadas. Foram identificadas causas e sugeridas algumas melhorias. Algumas foram implementadas e outras indicadas limitações encontradas à sua implementação.

As melhorias sugeridas foram divididas em áreas de impacto como sejam as vertentes: social, comunicativa e económica organizacional. Entre as principais melhorias sugeridas no plano de melhoria salientadas em seguida nas tabelas 3, 4 e 5.

TABELA 3 - TABELA DE CONTROLOS INTERNOS NA VERTENTE COMUNICATIVA

Situação inicial	Riscos	Controlo interno sugerido
Vertente comunicativa		
Comunicação com o departamento de pisos disfuncional; A receção liga para pisos sempre que necessita de saber que quartos estão disponíveis, preparados e revistos.	Atrasos no <i>check-in</i> ; Insatisfação do cliente; Diminuição da qualidade do serviço de alojamento e de receção; Custos de comunicação e de recursos humanos.	Preparação dos quartos com maior antecedência, preferivelmente no dia anterior (através da contratação de mais pessoal de pisos) Inversão da direção de comunicação sendo o departamento de pisos a comunicar à receção conforme os quartos ficam prontos. Informatização da atualização da situação dos quartos (formação e aquisição de dispositivos portáteis para o reporte de informação a tempo real)
Comunicação entre a Receção e o <i>roomservice</i> através de pedidos em mão.	Perda de informação;	Formação do pessoal em <i>roomservice</i> em tecnologias de informação

TABELA 4 - TABELA DE CONTROLOS INTERNOS NA VERTENTE ECONÓMICO-FINANCEIRA

Situação inicial	Riscos	Controlo interno sugerido
Vertente económico-financeira		

Inexistência de empréstimos como por exemplo de material desportivo ou guarda-chuvas;	Custos económicos; Falta de material para empréstimo; Descontrolo sobre o material para empréstimo.	Registo dos empréstimos de material. Criação de uma tabela de registo para identificar, requisitante (nome e número de quarto), material, data de entrega e data de devolução. Criação de procedimento de controlo do empréstimo de material, sugestão de devolução ou atualização do empréstimo até 24 horas desde empréstimo
Após o meio-dia o sistema informático SIHot, aos clientes cuja reserva termina esse dia e que não realizaram o <i>check-out</i> , não cobra as respetivas taxas de <i>late check-out</i> .	Custos económicos;	Automatização da cobrança de taxa de <i>late check-out</i> .
<i>Check-out</i> muito demorado	Custo de recursos humanos; Insatisfação do cliente	A criação de uma área de cliente informática com a possibilidade do cliente verificar o saldo da sua conta <i>online</i> acedida por número de quarto e apelido;
Falta de controlo na entrada de pessoas nas instalações do Hotel. Entradas e consumos não registados	Custos económicos; Custos com recursos humanos; Descontrolo de acessos e consumos;	Instalação de leitores de cartões à entrada dos restaurantes para identificar as permissões de entrada consoante a pensão de cada cliente, a inserção dos pedidos de mesa diretamente no sistema pelo empregado de mesa, auxiliado por um TPV portátil com leitor de cartões para através deste identificar o cliente e atribuir o pedido diretamente para o quarto. Esta simultaneidade de registo com a recolha do pedido

	Falta de registo de consumos.	mesa diminui a dificuldade do Hotel em controlar as entradas nos restaurantes e anula a necessidade de um colaborador para essa função, facilitando o registo de pedidos, por intermédio de <i>software</i> e/ou <i>hardware</i> específico, bem como para diminuição de fraude na faturação do restaurante.
--	-------------------------------	--

TABELA 5 – TABELA DE CONTROLOS INTERNOS NA VERTENTE ORGANIZACIONAL

Situação inicial	Riscos	Controlo interno sugerido
Vertente organizacional		
Falta de manual, procedimentos transmitidos de forma verbal	Falha nos procedimentos da receção; Desorganização; Perda de informação.	Designação de um responsável por turno na receção. <i>Refresh</i> e esclarecimento de dúvidas quando detetadas pelo responsável de turno nas reuniões semanais e/ou <i>briefings</i> diários. Criação de um manual do rececionista, sugestão aplicada durante o Estágio.
Falta de incentivos à venda e <i>upsells</i>	Diminuição de vendas e <i>upsells</i>	Elaboração de um relatório de vendas por rececionista, cada <i>upsell</i> contabilizado e inserido num sistema de recompensa.
Possibilidade para maior contribuição do cliente	Insatisfação do cliente; Perda de informação.	Colocação de uma caixa de sugestões na receção.
O fecho de caixa é feito uma vez por dia, à meia-	Dificuldade em controlar as discrepâncias na caixa;	Criação de um manual para o caixa da receção. Registo dos movimentos em caixa, e designação de um responsável pela caixa.

noite, e a caixa pode ser acedida por qualquer rececionista. Dúvidas na realização do fecho de caixa.	Perda de informação; Perdas económicas.	Realização do fecho de caixa entre turnos. Este controlo não foi implementado devido à falta de pessoal, apenas um ou dois rececionistas por turno.
A reposição do serviço semanal de café, chá e leite não é sistemática.	Insatisfação do cliente.	Contratação de mais pessoal em <i>roomservice</i> , formação em tecnologias de informação do pessoal em <i>roomservice</i> e criação de uma tabela para registo dos quartos com o serviço semanal de café, chá e leite. Entretanto a revisão de minibar, anteriormente responsabilidade de <i>roomservice</i> , passou a ser feita pelas empregadas de piso, e esta inserido no processo de limpeza de quartos melhorando a situação.

Face às necessidades de controlo e melhoria foi igualmente salientada a importância da implementação de um sistema de gestão da qualidade, a partir de um modelo PDCA e da incorporação da melhoria continua.

3.3. DEPARTAMENTO DE RESTAURAÇÃO

O Estágio no departamento de Restauração, começou no dia 22 de Fevereiro e focalizou-se no restaurante Spices, um restaurante com cerca de 100 mesas interiores e algumas exteriores. Por turno, o restaurante Spices conta com 5 empregados de mesa e um responsável pela sala.

Em relação ao horário de estágio foram realizados dois turnos, o turno da manhã entre as 8h e as 11h, horário do pequeno-almoço e o turno da tarde entre as 19h e as 22h, horário de jantar.

As principais tarefas desempenhadas no restaurante Spices foram as seguintes:

1. Acolhimento e atendimento ao cliente;
2. Controlo de entradas;
3. Venda de refeições individuais;
4. Registo de pedidos;
5. Fatura e fecho de caixa.

Importa esclarecer que as tarefas desempenhadas em cada um dos turnos são ligeiramente distintas.

Ao pequeno-almoço, a bebida está incluída no *buffet*, tudo está à disposição do cliente, pelo que o trabalho de é apenas de controlo de entrada e de informação, os empregados de mesa apenas recolhem a loiça, limpam as mesas e preparam novas mesas. Muitos dos clientes vêm com pacotes de “cama e pequeno-almoço” pelo que as tarefas 1 e 2 são as mais usuais, e esporadicamente realizadas as tarefas 3, 4 e 5.

Ao jantar os clientes são conduzidos a uma mesa onde os seus pedidos são recebidos pelo empregado de mesas. Este questiona o cliente pelo nº de quarto entre outras informações registadas no documento notas de mesa, ver Tabela 6 - Nota de mesa, e o cliente confirma o pedido assinando o documento.

TABELA 6 – NOTA DE MESA, ADAPTAÇÃO DOS PEDIDOS DE MESA UTILIZADOS NO HMS

Nº de quarto	Nº Mesa	ID Empregado de Mesa
2 BUFFETS		
1 AZPICULETA+ AGUA		
Nº de fatura: _____		Data / /

Depois de atendido o pedido da nota de mesa segue para ser inserido no sistema informático. De acordo com o tipo de cliente o procedimento varia, ver Tabela 7 – procedimento de cobrança ao jantar.

TABELA 7 - PROCEDIMENTO DE COBRANÇA AO JANTAR

Tipo de Cliente	Descritivo	Procedimento
Passantes	Clientes sem crédito ou não hospedados no hotel	Faturar e cobrar menu de comida e bebidas
Extras	Hóspedes com crédito mas sem pensão	Creditar <i>buffets</i> e bebidas
Meia pensão	Hóspedes com crédito e com pensão	Creditar apenas bebidas
Pensão completa	Hóspedes com pensão completa têm direito a comida e bebidas	Marcar bebidas consumidas e faturar com indicação de pensão completa, para reposição de inventário
Sócios clube Melia	...	De acordo com a Pensão agir concordante com o procedimento e aplicar o desconto sobre o preço final

O *Touch Express Professional 7.08*⁶⁸, mais conhecido como TPV, é o programa utilizado em todos os bares e restaurantes para registar os pedidos de cada mesa, desde bebidas a menus, fazendo corresponder o custo e descrição de cada pedido ao quarto correspondente. Este programa está ligado ao SIHot, com o qual é possível visualizar e gerir todos os consumos feitos por cada cliente, através do seu número de quarto.

⁶⁸ Para mais informações sobre o programa *Touch Express Professional 7.08* aceder a: www.global-soft.es

De realçar que, a informação da pensão do cliente é indicada no TPV ao inserir o número de quarto do pedido. A um cliente com crédito é cobrado o menu de jantar quando este não está incluído na pensão deste, e a um cliente sem crédito aparece uma mensagem no ecrã do TPV é emitida a fatura e enviada esta para a mesa correspondente.

No desempenho desta tarefa há que ter atenção às faturas e recibos que saem, para que o saldo final corresponda com o dinheiro em caixa. Servido e satisfeito, um cliente com crédito pode seguir pois tudo foi creditado para o seu quarto, por outro lado um cliente sem crédito, tem a fatura na mesa, ou chama o empregado de mesa para pagar ou paga à saída.

Os pedidos de crédito à habitação são inseridos no TPV e este emite um talão que por sua vez é agrafado à nota de mesa. No final da noite na receção estes são inseridos num móvel organizador da documentação de quartos, onde toda a informação é colocada para servir de comprovativo caso o cliente queira confirmar a sua conta.

No Melia Salinas usualmente a índole dos clientes permitia ter confiança que estes não irão sair sem pagar, contudo verificou-se a entrada de pessoas externas no restaurante. Sem controlo de entradas eletrónico e com diversas portas, de acesso ao exterior, abertas torna-se impossível controlar todas as entradas. Para mais informações ver ponto 3.2.2. Plano de melhorias para o departamento de receção.

Na faturação podem ocorrer erros, todos estes devem ser corrigidos da seguinte forma: anulado o pedido incorreto por completo e refeito corretamente, agrafado o pedido incorreto com a sua anulação e colocado no pedido incorreto o número da fatura correta. O pedido incorreto e a sua anulação são enviados para o departamento de contabilidade e finanças, onde são analisados pelo contabilista do Hotel juntamente com o registo de movimentos do TPV.

3.3.1. Venda de jantares especiais

Os jantares especiais, do restaurante Casa canária, são promovidos usualmente no turno da manhã, quando há menos tarefas a desempenhar. Não existia documento para registar os clientes contactados, pelo que criou-se a Tabela de reservas de jantares especiais (ver Tabela 8).

TABELA 8 - TABELA DE RESERVA DE JANTARES ESPECIAIS - TABELA DE AUTORIA PRÓPRIA, ADOTADA NO RESTAURANTE SPICES

Quarto	Nome	Menu	PAX	Resposta
420	LENNON	1 de carne 1 de peixe	2	Sim
023				Não

Com as informações obtidas na Tabela 8 diminui-se a repetição de contatos realizados posteriormente aos clientes. Posteriormente é atualizado o GetReady e o documento informatizado de reservas de eventos do restaurante Casa Canária, ver Anexo 10 - Tabela de reservas eventos casa canária (exemplo). Para mais informações ver ponto 3.4.1. Tarefas diárias, alínea 7. Atualizar o documento “GetReady”.

Constatou-se durante o Estágio no Melia Salinas que havia uma maior disponibilidade e adesão por parte dos clientes, após o pequeno-almoço quando abordados à saída do restaurante.

3.3.2. Fecho de caixa

No final do turno, quando há dinheiro em caixa há que retirar dois comprovativos de fecho de caixa, um para receção e outro para restaurante, acedendo a *Punto de venta > Arqueo de caja > Detalles del producto*. A partir deste momento mais nenhum movimento pode ser contabilizado. A caixa fechou e todo o valor vai para a receção, de forma a ser feito o fecho de caixa geral diário do Hotel.

Para confirmar a não existência de erros verifica-se o total de dinheiro em caixa e o total de valor creditado somando todos os talões de crédito e verifica-se se estes valores correspondem aos dados presentes no comprovativo de fecho de caixa. De seguida são entregues os comprovativos na receção, juntamente com os talões de crédito e o dinheiro de caixa.

Na receção é verificado novamente se os valores creditados e o dinheiro recebido correspondem com os do comprovativo, são assinados ambos os comprovativos pelo caixeiro e pelo rececionista uma cópia fica no restaurante e outra na receção.

Depois do fecho de caixa em restaurante não é possível efetuar alterações. Para anular faturas ou créditos após fecho de caixa de restaurante só há a possibilidade de o fazer

através do *SIHot*. Para cancelar uma fatura após o fecho de caixa em restaurante o procedimento é o seguinte:

1. Na receção ou outro terminal de *SIHot* carregar produto com preço em negativo e motivo para cancelamento, exemplo, não consumido;
2. O cliente deve assinar papel confirmando as alterações efetuadas
3. Feito o registo e enviado para a Direção.

Exibem-se de seguida os códigos usados para anulação de acordo com a natureza do cargo realizado há que anulá-las da seguinte forma:

TABELA 9 - CÓDIGOS PARA CANCELAMENTO DE FATURAS NO SISTEMA – TABELA DE AUTORIA PRÓPRIA, ADOTADA E AFIXADA NA RECEÇÃO.

PRESTADOR DE SERVIÇO/SERVIÇO	DE	CODIGO DE ENTRADA	CODIGO DE ANULAÇÃO
<i>Minibar</i>		MIN	MIN
R. Spices		ECB	ECC
R. Casa canaria		R1B	R1C
<i>Roomservice</i>		RB	RC
Bar O'grille		B2B	B2C
Bqnquetes		BAB	BAC
Bar Onix		B1B	B1C
Internet		INH	INH
<i>Uppselling</i>		CPU	CPU
<i>Late check-out</i>		MH1	MH1

Verificou-se que as anulações de créditos na conta dos clientes, a par do que acontecia com a caixa, eram acedidas por todos os colaboradores, contudo nesta situação o *SIHot* permite identificar o colaborador que fez a alteração.

Por fim, verificou-se que quando havia intervenção de mais de uma pessoa na caixa do restaurante a probabilidade de erro aumentava, como por exemplo nos casos de uma anulação de erro feita pela metade ou de uma fatura para pagamento cujo talão vai para a mesa e não fica o comprovativo com o caixeiro.

3.4. DEPARTAMENTO DE ATENDIMENTO AO CLIENTE E QUALIDADE

O Estágio no DACQ teve início no dia 1 de Fevereiro de 2013. Este departamento é composto pela chefe de qualidade e uma assistente de qualidade. Neste departamento foram realizadas diversas tarefas, relacionadas com o atendimento ao cliente e com a gestão da qualidade do Hotel.

3.4.1. Tarefas diárias

São apresentadas as principais tarefas diárias realizadas no DACQ, ordenadas por ordem de realização. É recomendado começar com a tarefa 1 e terminar com a tarefa 16.

Salienta-se que o turno da tarde não repete as tarefas desempenhadas no turno da manhã, pelo que, diariamente, na entrada de turno realizava-se um pequeno briefing, de forma a pôr todos em sintonia com as novidades do dia e com o progresso atingido na lista de tarefas.

As principais tarefas diárias realizadas no DACQ são descritas em seguida.

1. INSPECIONAR AS INSTALAÇÕES DO HOTEL;

A inspeção das instalações do Hotel é a primeira tarefa a ser realizada diariamente, é realizado um percurso pelo Hotel, para verificar se está tudo conforme nas seguintes instalações: na receção nas *Balibeds* da zona *TheLevel*, no quadro interno de informação para o pessoal, nos pontos verdes, e no Hotel em geral.

Este é um procedimento de prevenção com o intuito de evitar que o erro seja notado e comunicado. Assim, esta inspeção permite evitar queixas e potencializar a satisfação do cliente.

Destacam-se alguns dos procedimentos envolvidos nesta tarefa:

- Verificar que as *balibeds* estão limpas e arranjadas e que a *balibed* de exposição está equipada com os produtos acessórios comercializados nos pacotes de aluguer de camas balinesas, como por exemplo, champanhe, frutas e cremes de praia;
- Manter o quadro interno de informação para o pessoal organizado e atualizado;
- Verificar que nos pontos verdes está tudo colocado nos recipientes e se há necessidade de recolha dos resíduos antes do planeado; e,

- Verificar que na receção está tudo conforme planeado, em relação aos arranjos florais e ao aspeto geral da bancada.

Estes são os principais pontos de atenção a ter durante esta inspeção, para além de outras necessidades que possam saltar à vista, como por exemplo, a presença de lixo nos jardins, a necessidade de limpar a piscina ou a necessidade de esvaziar algum contentor de lixo.

As inconformidades encontradas durante a inspeção são resolvidas na hora ou encaminhadas para o departamento responsável, por exemplo a preparação da *balibed* de exposição é da responsabilidade do departamento de restauração e para a recolha de resíduos dos pontos verdes é necessária a análise e aprovação por parte da Direção.

A boa apresentação e o bom funcionamento do Hotel fazem com que o cliente fique satisfeito, seja encantando pelas qualidades encontradas, ganhe confiança e a sua fidelização aumente. Para tal, entende-se que a manutenção da qualidade do Hotel e a sua melhoria continua, consistem do trabalho minucioso realizado pelo DACQ de zelo, monitorização e ação.

2. ATUALIZAR OS RELATÓRIOS DE OCORRÊNCIAS

Cada vez que um cliente ou colaborador reporta uma ocorrência, na receção e no DACQ, existe um livro de ocorrências onde estas são anotadas. Todas as ocorrências devem ser registadas no livro de ocorrências, ver Anexo 2, onde são inseridos os seguintes elementos:

- Nome do registador;
- Data da ocorrência;
- Descrição da ocorrência;
- Identificação de pessoa ou departamento para o qual foi encaminhada a ocorrência;
- Indicação de resolução ou não da ocorrência;
- Identificação da pessoa que verificou se o problema ficou resolvido;
- Data de fecho de ocorrência.

Todas as ocorrências do dia anterior relevantes para a qualidade no livro de ocorrências, Anexo 2, são informatizadas pelo DACQ no documento “Relatório de ocorrências diárias”, ver Anexo 6 - Registo de ocorrências diárias (exemplo). Por exemplo, um

pedido para *roomservice* não é relevante para a qualidade mas deve ser registado e deve ser encaminhada para o departamento de restauração.

Todas as ocorrências informatizadas para o “Relatório de ocorrências diárias” são por sua vez trasladadas para o relatório de ocorrências mensal, ver Anexo 13 - Ocorrências mensais.

Adicionalmente são atualizados os mapas de ocorrências especiais, situações reconhecidas pelo Hotel como recorrentes e causadoras de insatisfação no cliente. Sempre que identificada uma ocorrência especial, como por exemplo uma avaria de fechadura, para além de informatizada e encaminhada a ocorrência, esta é adicionada ao mapa de ocorrências especiais, ver Anexo 7 - Mapa mensal de ocorrências (exemplo).

Os mapas de ocorrências especiais controlam situações que exigem um controlo mais apertado pelo que são registadas num mapa que permite ter uma melhor visão sobre o problema. Entre as principais ocorrências especiais destacam-se avarias de fechaduras, avarias nos depósitos de água de casa de banho e o aparecimento de pragas, como por exemplo formigas.

A análise dos relatórios de ocorrências é feita pela Direção, o relatório de ocorrências diárias é enviado para análise diariamente, o relatório de ocorrências mensal enviado para análise quinzenalmente, os mapas de ocorrências especiais enviados para análise mensalmente.

3. ATUALIZAR O DOCUMENTO “*TU TAMBIÉN TIENES QUE SABERLO*”;

O documento “*Tu también tienes que saberlo*”, ver Anexo 8 - “*Tu también tienes que saberlo*” (exemplo), é atualizado diariamente com dados recolhidos do SIHot relativamente à sua ocupação hoteleira. O documento atualizado é afixado no quadro interno de informação para o pessoal, de preferência de manhã antes da hora de almoço para que todos possam ter acesso à informação.

Este documento é especialmente importante para todos colaboradores do Hotel que não têm acesso direto ao SIHot. Estar informado em relação à ocupação do dia e ocupação prevista para os dias seguintes é essencial a todos os departamentos.

4. PREPARAR TOALHITAS REFRESCANTES;

O DACQ como os objetivos satisfazer o cliente e tornar a sua estadia inesquecível, repleta de pormenores marcantes. Estes objetivos são atingidos através de pequenos

detalhes, como por exemplo através da oferta de toalhitas refrescantes à chegada dos clientes TheLevel ao Hotel.

5. ATUALIZAR O DOCUMENTO “ESTADO DO TEMPO”;

O “Estado do tempo” é um documento atualizado de acordo com a informação do website <http://www.eltiempo.es>, para o dia e para o dia seguinte, sobre a previsão do tempo, vento e marés. Este documento é especialmente importante pois ajuda o turista a planear as suas férias.

6. PREPARAR OS ANIVERSÁRIOS DE CLIENTES;

Através da recolha de passaporte ou documento identificativo dos clientes muita informação fica armazenada no sistema, é possível assim, através do programa SIHot localizar entre os hóspedes atuais, quais os que estão celebrando o aniversário durante a sua estadia.

7. ATUALIZAR O DOCUMENTO “GETREADY”;

O “GetRedy”, ver Anexo 9 –GetRedy (exemplo), é um documento que é preenchido ao longo do dia no qual são inseridos alguns dos dados recolhidos anteriormente como por exemplo, ocupação hoteleira, aniversários e estado do tempo.

Adicionalmente para o preenchimento deste documento são realizadas diversas atividades, como por exemplo contatar clientes a questionar a sua satisfação em relação da sua estadia.

8. PREPARAR AS CARTAS DE BOAS-VINDAS;

De acordo com o registo de reservas disponibilizado no SIHot pelo departamento comercial é possível diariamente saber as chegadas previstas para os dias seguintes e diversos pormenores da sua reserva.

A oitava tarefa do DACQ consiste em analisar o relatório de reservas para o dia seguinte e preparar cartas de boas-vindas para clientes importantes e clientes especiais. A título de exemplo sugere-se a visualização do Anexo 11 - Carta de boas-vindas *villas*.

9. PREPARAR AS CAPAS DE BOAS-VINDAS THELEVEL;

Todos os hóspedes com TheLevel são clientes que têm um serviço de boas-vindas personalizado. A capa de boas-vindas para clientes TheLevel, similar ao *kit* de boas-vindas, é preparada no dia anterior.

Nesta inserem-se documentos informativos (sobre a ilha, o Hotel e o serviço TheLevel), a chave de acesso ao quarto e o registo de *check-in*, quando existente pré *check-in* desse cliente. Para mais informações sobre o pré *check-in* ver ponto 3.4.1. Tarefas diárias, alínea 16. Enviar pré *check-in*.

10. PREPARAR AS CARTAS DE DESPEDIDA;

As cartas de despedida são impressas e enviadas para os quartos dos clientes cuja saída está prevista para o dia seguinte, de acordo com a informação de reservas em SIHot.

A carta de despedida, ver Anexo 12 – Carta de *check-out PT*, é enviada conforme a nacionalidade do cliente, na qual é agradece-se a sua preferência e informa-se a importância dos comentários dos clientes em *websites* como o Tripadvisor.

11. RESPONDER AOS COMENTÁRIOS NO MARKETMETRIX

O MHI, e particularmente o Melia Salinas, utiliza o MarketMetrix⁶⁹ e o ReviewPro⁷⁰, duas ferramentas usualmente utilizadas em conjunto. Com o ReviewPro obtém-se o ranking do hotel baseado no GRI, e a gestão da informação relacionada com a presença *online* do Hotel. O MarketMetrix por sua vez permite a gestão em tempo real dos comentários de clientes colocados em diversos *websites* como o Tripadvisor e a gestão da sua presença *online*.

⁶⁹ O MarketMetrix, (<http://corp.marketmetrix.com/>) é uma plataforma *online* criada para auxiliar a gestão da indústria da hospitalidade (alojamento, gastronomia, entretenimento) fornecendo soluções baseadas no feedback dos clientes e na ligação entre o feedback e as receitas gerada. Soluções para a gestão da satisfação dos clientes e para a tomada de decisão em investimentos que proporcionem uma melhor experiência para o cliente e mais receitas para a empresa.

⁷⁰ O ReviewPro (<http://www.reviewpro.com>) é uma plataforma *online* criada para auxiliar a indústria hoteleira a gerir a sua reputação *online*. É utilizada pelo HMS na recolha, organização e tratamento dos comentários de clientes. E adicionalmente gere a informação recolhida e apresenta-a através de: tabelas, gráficos e relatórios. Para mais informações ver ponto 3.4.5. Relatório do ReviewPro.

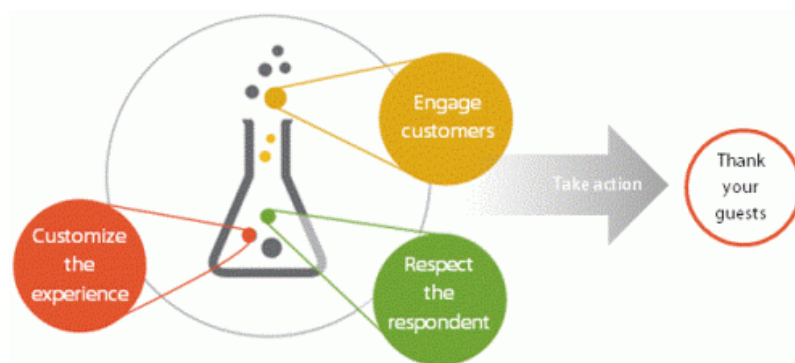


ILUSTRAÇÃO 27 - PLANO GENÉRICO DE AÇÃO DE MELHORIA, AÇÕES QUE DEVEM SER TOMADAS DE FORMA A MELHORAR A SATISFAÇÃO DOS CLIENTES E POR SUA VEZ A AUMENTAR AS SUAS RECEITAS E/OU LUCROS.⁷¹

Para aumentar a satisfação do cliente, e assim melhorar a classificação do Hotel, o MarketMetrix recomenda que a experiência seja o mais inesquecível e personalizada possível, que toda a opinião seja respeitada e tida em consideração, vista como uma possibilidade de melhoria, ver ilustração 27. O cliente é envolvido no processo de melhoria contínua do Hotel e considerado uma peça essencial do motor da evolução, um componente da fórmula que irá resultar numa ação.

A tarefa 11 consiste em dar resposta a todos os comentários postados no Tripadvisor e noutros *websites* de referência turística, através da plataforma do MarketMetrix. É agradecido todo o comentário positivo. Mas também são respondidos todos os comentários mais negativos aprendendo com os erros sinalizados nestes comentários. Como só se pode gerir medindo, nos comentários são identificadas as ocorrências relevantes e estas são registadas informaticamente no relatório de ocorrências mensais, ver Anexo 13 – Ocorrências mensais.

A todos os clientes do Hotel é pedido um correio eletrónico, durante o processo de *checkin*. Terminada a estadia todo o cliente recebe um questionário de satisfação. Quando o resultado do questionário chega ao Hotel, dá-se resposta ao cliente agradecimento a sua disponibilidade, sempre que o resultado do questionário é superior a 85% o cliente é igualmente convidado a comentar no Tripadvisor.

⁷¹ Available from: <http://corp.marketmetrix.com/prevent-survey-response-rates-from-dropping-into-the-doldrums/#more-3776> [online] [accessed at 10 March 2014]

Fazer com que a satisfação do cliente obtida no Hotel seja bem refletida nas plataformas *online* é um objetivo do HMS. Nem todos os clientes têm acesso a internet, principalmente quando se trata de um mercado de clientes mais sénior. Há que fazer com que a estadia do cliente seja inesquecível, que haja pelo menos um pormenor que o leve a parar, refletir na sua estadia, entrar na internet, aceder ao *website* e colocar lá o seu comentário e a sua pontuação.

Uma das táticas utilizadas pelo Melia Salinas para a melhoria do seu posicionamento *online* foi a introdução da gestão de reclamações de clientes e de *flyers* indutores de comportamento.

Sempre que um cliente reclama sobre o Hotel um documento GOL, ver Anexo 14 - Guest OnLine (GOL), é preenchido com os dados da reclamação e o seguimento dado à mesma. O cliente assina e concorda que a situação ficou resolvida ou compensada.

Com o objetivo de aumentar o número de comentários e a personalização dos mesmos são entregues aos clientes *flyers* indutores de comportamento. Sempre que atendido por um colaborador do Hotel, e principalmente no *check-out*, incute-se o uso destes *flyers* pelo colaborador. Neste flyer o cliente pode ler uma mensagem que o incita a comentar *online* sobre a sua estadia e a sua experiência com o colaborador que deu-lhe o *flyer*.

12. PREPARAR CARTAS PARA CHEGADAS PENDENTES

Quando um cliente VIP não chega até à hora fecho do DACQ, às 20h, esse cliente passa a ser recebido na receção. Para além da capa normal de boas-vindas, acompanha a mesma uma carta informativa (de acordo com a nacionalidade do cliente) indicando os contatos do DACQ, localização e extensão telefónica, explicando a situação e oferecendo o serviço de boas-vindas personalizado no dia seguinte, durante o horário de expediente do departamento.

Quando por algum motivo o cliente não cumpre a reserva e não chega no dia previsto (um *no show* do dia anterior) há que recolher as capas da receção e verificar o estado da reserva em SIHot. Esta situação é mais usual em dias de mau tempo em que os voos atrasam e/ou o aeroporto fecha.

3.4.2. Tarefas extraordinárias de Domingo

Para além das tarefas diárias, no Domingo são realizadas diversas tarefas extraordinárias identificadas e descritas em seguida.

13. ENVIAR MENUS DOS EVENTOS DA CASA CANÁRIA;

Para promover os eventos do restaurante Casa Canária são enviados a todos os clientes VIP menus com toda a informação referente e contatos para reserva de lugar no mesmo, esta tarefa é facilitada pela lista de cliente do Getredy.

14. AFIXAR CARTAZ REFERENTE AOS EVENTOS DA CASA CANÁRIA;

De forma a aumentar a visibilidade dos eventos do restaurante Casa Canária são afixados diversos cartazes promocionais alusivos aos mesmo. Estes são substituídos, sempre que um evento é realizado, por cartazes promocionais referentes ao evento que se segue ou de outros serviços do Hotel.

15. PREPARAR MESA PROMOCIONAL DOS EVENTOS DA CASA CANÁRIA;

No sentido de promover e aumentar a visibilidade dos eventos do restaurante Casa Canária, uma mesa tipicamente canária é preparada no átrio do Hotel.

16. ENVIAR PRÉ *CHECK-INS*;

Todos os Domingos, são analisadas através do SIHot as reservas de clientes TheLevel que chegam na quinzena que se segue. Aos clientes com informação de correio eletrónico na reserva, é enviado um pré *check-in*, um questionário que permite ao DACQ preparar soluções para as necessidades dos clientes.

17. ENVIAR O REGISTO DE TOALHAS DE PISCINA;

Dado que o desaparecimento de toalhas de piscina é um acontecimento recorrente, o Registo de toalhas de piscina consiste no de um documento criado para controlar a troca e requisição de toalhas de piscina pelo cliente ao piscineiro que regista as ocorrências.

O departamento de pisos regista o número de toalhas existentes em cada quarto. Ao ser feita a limpeza dos quartos, as toalhas que estão no chão são repostas por limpas, significa que no fim da estadia devem de estar o mesmo número de toalhas que antes, o que nem sempre acontece.

O registo de toalhas de piscina é recolhido pelo DACQ, informatizado e enviado ao departamento de pisos.

3.4.3. Tarefas extraordinárias quinzenais

Para além das tarefas diárias, quinzenalmente são realizadas diversas tarefas extraordinárias identificadas e descritas em seguida.

18. ENVIAR RELATÓRIO DE OCORRÊNCIAS;

O relatório de ocorrências para a tomada de ações corretivas ou oportunidade de melhorias, ver Anexo 13 – Ocorrências mensais, é preenchido diariamente com a informação recolhida do Anexo 2 e dos comentários do *Tripadvisor*. Cada ficheiro tem a duração de um mês e quinzenalmente enviado à Direção do Hotel para análise.

19. ENVIAR RELATÓRIO *MARKETMETRIX*;

Quinzenalmente o DACQ elabora o relatório MarketMetrix, ver Anexo 15 - *MarketMetrix* Global 13, uma lista de indicadores que recolhe do *MarketMetrix* e nos quais identifica a sua cadencia relativamente ao período anterior (crescente, decrescente ou igual à quinzena anterior). Este relatório é quinzenalmente enviado, para análise, à Direção.

3.4.4. Tarefas extraordinárias mensais

Para além das tarefas diárias, mensalmente são realizadas diversas tarefas extraordinárias identificadas e descritas em seguida.

20. ELEGER E PREMIAR O EMPREGADO DO MÊS;

No Hotel, o empregado do mês é eleito através de um sistema mensal de avaliação departamental e interdepartamental. Este sistema faz com que os colaboradores se preocupem, não só com o seu trabalho mas também, com o ambiente de trabalho do departamento e com o relacionamento com os outros departamentos.

É o DACQ que se encarrega de reunir e preparar toda a votação, bem como de difundir o vencedor e premiá-lo.

21. ELABORAR E DIVULGAR O BOLETIM MENSAL;

O boletim mensal sai todos os meses no dia um. Este, consiste de um desdobrável onde diversas informações importantes para os colaboradores são reunidas, entre as quais destacam-se as seguintes: a lista mensal de clientes habituais previstos, a identificação de grupos e eventos no Hotel esperados, a pontuação atualizada do Hotel, novidades e celebrações.

Para garantir que a informação chega a todos os colaboradores são feitas 12 cópias do boletim mensal, estas são entregues a cada um dos departamentos e colocadas em zonas internas de fácil acesso pelo pessoal, como por exemplo no quadro interno de informação para o pessoal e no refeitório.

22. PREPARAR A CELEBRAÇÃO DO ANIVERSÁRIO DOS COLABORADORES;

De acordo com a informação interna facultada pelo departamento de R.H., todos os colaboradores aniversariantes do mês em questão são listados. Esta lista é colocada no quadro interno de informação para o pessoal. De seguida são impressas cartas personalizadas para cada um convidando a celebrar o seu aniversário com um jantar organizado e oferecido pela Direção.

23. ENVIAR RELATÓRIO DE OCORRÊNCIAS ESPECIAIS;

Mensalmente os relatórios de ocorrências especiais, ver Anexo 7 - Mapa mensal de ocorrências (exemplo), são enviados para a Direção. É a Direção que analisa estes relatórios e providencia soluções quando necessário.

3.4.5. Relatório do ReviewPro

Uma das atividades desempenhadas neste departamento, para além dos processos diários e das atividades para implementação e certificação do sistema de gestão da sustentabilidade, foi a realização de um relatório com base nos dados do ReviewPro comparando os resultados obtidos no primeiro trimestre de 2012 com os obtidos no primeiro trimestre de 2013.

Para além de permitir analisar a reputação do Hotel ao longo do tempo, de acordo com (Olmo, 2014) o ReviewPro permite ao MHI gerir a sua reputação online “(...)both on a brand basis as well as on an individual hotel basis to a level of detail that was not previously possible.”.

O *Global Review Index* (GRI), é um algoritmo apresentado pelo ReviewPro, que reúne as informações recolhidas de parceiros e clientes para pontuar cada hotel com um resultado variando entre 0 e 100. Estas classificações são recolhidas através de diversas fontes como: agências de viagem online, websites de referência turística como o *Tripadvisor*, e de páginas sociais como o *Picasa* e o *Facebook*. O GRI não é uma média de todas as pontuações recolhidas, contudo não foi apurada a fórmula por detrás do seu cálculo.

O facto de os hotéis não terem acesso à fórmula, geradora da sua pontuação geral, do GRI, torna mais difícil a manipulação desta por parte das empresas e cria assim um espírito comum de solidariedade na causa de proporcionar ao cliente o máximo de satisfação possível e de tornar a estadia do cliente inesquecível.

O GRI é calculado diariamente podendo ser analisado ao dia ou durante períodos específicos de tempo. Conforme os comentários são inseridos na internet, a pontuação vai-se alterando. Cada comentário postado terá impacto na data em que foi realizada a estadia, ou pelo menos assim se espera. No *Tripadvisor*, por exemplo, todos os comentários permitem a identificação, por parte do comentador, da data da estadia a que se refere o comentário, permitindo comentar experiências realizadas nos últimos 12 meses.

O relatório realizado foi feito de acordo com os dados fornecidos pelo *ReviewPro*, e permitiu comparar a satisfação e percepção do cliente com o Hotel entre o primeiro trimestre de 2012 e o de 2013.

O foco do relatório foi o decréscimo de resultado no GRI do Hotel de 85% para 81,%. Analisou-se o GRI da concorrência, analisou-se a média da concorrência e identificou-se os departamentos, cujo desempenho percebido pelos clientes diminuiu de 2012 para 2013, contribuintes para esta descida de GRI.

Adicionalmente foi analisada a qualidade da amostra do Hotel, tendo em conta o número de quartos e a percentagem de ocupação. Foi verificado que em 2013, apesar de ter quase duplicado o número de opiniões em relação a 2012, esta encontrava-se abaixo da média da concorrência e abaixo do tamanho da amostra necessária para um intervalo de confiança de 95% e um intervalo de confiança de 0,05.

Foi sugerida análise aos departamentos com diminuição de satisfação, felicitação aos departamentos com aumento de desempenho e ações para aumento da amostra.

3.5. A CERTIFICAÇÃO DO SGST NO HOTEL

Ao longo do Estágio diversas tarefas foram realizadas com o intuito de compreender e colaborar para a implementação do SGST no Hotel.

3.5.1. O HOTEL ANTES DA CERTIFICAÇÃO

Antes da certificação, o HMS, já cumpria algumas das práticas sustentáveis requeridas, contudo estas não eram suficientes, necessitavam de ser desenvolvidas e sistematizadas. Foram estabelecidos os passos a tomar para atingir todos os objetivos mensuráveis desejados (indicadores) e manter o sistema a funcionar.

A implementação de um sistema de gestão implica a sensibilização e formação dos colaboradores da empresa nas áreas necessárias para que todos possam de forma homogénea desempenhar as novas tarefas de forma consciente e envolvida na ação, com conhecimento de objetivo e impactos resultantes.

Em matéria ambiental, antes da certificação, o HMS não era uma empresa responsável para com o ambiente. Os resíduos urbanos não eram reciclados, e não havia recipientes próprios para depositar os resíduos. A reciclagem de resíduos perigosos era feita de forma ocasional como medicamentos, baterias e pilhas. Os resíduos perigosos eram coletados e enviados para as empresas, mas não havia registos.

Os colaboradores não se encontravam formados em sustentabilidade, em gestão ambiental ou reciclagem. Não se encontravam sensibilizados para a necessidade de redução de resíduos, nem tinham formação suficiente para efetuar a separação dos resíduos.

Em matéria social, o Hotel já colaborava com organizações com a Caritas e a UNICEF, contudo não havia sensibilização do colaborador para esta necessidade, não era sistémico o incentivo ao cliente para contribuir, nem os valores doados eram registados.

Em matéria económica o HMS sempre teve um espírito contribuição social e de entreaajuda, não estivesse ele situado numa pequena ilha com grande sentimento de entreaajuda, contudo estas parcerias e iniciativas não eram registadas nem sistemáticas.

3.5.2. PRIMEIROS PASSOS PARA A SUSTENTABILIDADE

Em 2012, o Melia salinas, com mais de 35 anos, aproveitou a necessidade de largos investimentos nas suas infraestruturas e o seu reposicionamento na marca Melia para fazer alterações profundas que permitissem-no penetrar na indústria do turismo sustentável e satisfazer os desejos dos mercados mais exigentes.

Em 2013, para a poder continuar a colaborar com parceiros como a TUI, o HMS decidiu implementar e certificar um sistema de gestão da sustentabilidade Travelife, com visibilidade e reconhecimento internacional, para complementar as novas infraestruturas do Hotel.

De facto os primeiros passos dados pelo Hotel em direção à sustentabilidade começaram no início de 2012, quando o Hotel começou a reformar alguns dos seus quartos. Foi tida

em consideração a poupança da energia montando um sistema elétrico ativado por sensores de movimento e a poupança de água reformando os dispensadores de água, de forma a diminuir os consumos. Reforma esta que atingiu quartos, bem como outras infraestruturas como restaurantes e bares.

Todas as alterações foram transmitidas pela Direção do Hotel, durante as reuniões semanais, a todos os responsáveis departamentais. Esta também definiu para o Melia Salina como seus compromissos corporativos para com a sustentabilidade o seguinte:

“A nível ambiental - Contribuir para a preservação do meio ambiente, diminuir o impacto dos seus processos e atividades e promover a consciência da sustentabilidade em todos os seus Stakeholders.

A nível social - Contribuir para o desenvolvimento e promoção dos valores e tradições culturais das comunidades locais.

A nível económico - Contribuir ativamente na geração de riqueza e no desenvolvimento sustentável das comunidades locais, com especial atenção às crianças e vulneráveis.” [tradução livre] (HOTEL MELIA SALINAS, 2014).⁷²

O sucesso destes compromissos corporativos depende da definição de objetivos SMART⁷³, do apoio total de todos os colaboradores (sensibilização e formação), da monitorização do desempenho em relação aos indicadores estabelecidos nos objetivos e da incorporação de um modelo PDCA, tendo em vista a melhoria contínua do sistema de gestão de sustentabilidade realizada pelo DACQ e pela Direção do Hotel. Como Swarbooke refere “Sustainable tourism is about maximizing the impacts that are positive and minimizing those that are negative” (SWARBROOKE, 1999:83)⁷⁴, depende da adequação das suas ações à intensificação dos impactos positivos e à amenização dos impactos negativos produzidos.

Assim, das primeiras medidas tomadas foi a análise do MST, a criação de uma pasta no DACQ para toda a informação associada à Travelife e a identificação dos passos necessários a tomar para obter a certificação. Verificaram-se as ações sustentáveis que já estavam a ser praticadas e deu-se início ao seu registo, como por exemplo, na vertente da sustentabilidade social, ao registo das doações para a UNICEF através do SIHot.

⁷² Para mais informações sobre a sustentabilidade no HMS aceder a: <http://www.melia.com/en/hotels/spain/lanzarote/melia-salinas/Sustainability.html>

⁷³ Objetivos smart: specific, measurable, attainable, reasonable, time based

⁷⁴ Swarbrooke, John Sustainable Tourism Management, Published: 1999

Ainda em Dezembro de 2012, para a obtenção da certificação Travelife em 2013, foi elaborado um orçamento onde foram identificados e definidos quatro objetivos com custos financeiros implícitos, os quais são indicados em seguida: diminuir o consumo de eletricidade, iniciar o processo de reciclagem (definir boas práticas e formar colaboradores para a reciclagem), criar pontos de reciclagem para clientes e colaboradores e ainda conseguir o reconhecimento de pequenos produtores de resíduos perigosos. Para cada um destes pontos foram definidas diversas atividades a realizar, estipulado um orçamento e atribuído um responsável.

Em Janeiro de 2013 o HMS formalizou os primeiros passos para a certificação Travelife. De acordo com o manual de sustentabilidade Travelife, foram realizadas as tarefas mínimas para entrada na Travelife:

- Escreveu a sua política de turismo responsável (ver Anexo 16 - Política de Turismo Responsável Meliá Salina) e o manual da sustentabilidade do HMS (ver Anexo 17 - Informe Travelife);
- Formou o pessoal para a obtenção das melhorias recomendadas;
- E começou a medir resultados.

Com a certificação o HMS deve obter uma melhor imagem, aumenta o registo da sua informação, otimiza alguns processos anteriormente não definidos, aumenta a sua flexibilidade interna devido à sistematização de tarefas, bem como obtém mais rendimentos no curto e/ou no longo prazo. Adicionalmente as ações específicas no guia da Travelife pretendem melhorar o desempenho ambiental, económico e social e ainda visam contribuir para o desenvolvimento sustentável do destino e melhorar a qualidade global da indústria turística.

3.5.2.1. O manual de sustentabilidade Travelife

Para além dos requisitos mínimos, no manual Travelife encontram-se todos os requisitos para a prossecução da sustentabilidade, a vários níveis, divididos em quatro seções.

Na primeira seção “organização, comunicação e gestão” [*organization, reporte, management*] esta é dividida em três subtemas: “declaração de política responsável” [*policy statement*], “registo e comunicação de resultados” [*recording and reporting results*], e ainda “envolvimento com grupos empresariais ambientais e/ou comunitários” [*involvement with community/environmental business groups*].

TABELA 10 - MANUAL DE SUSTENTABILIDADE TRAVELIFE PÁGINA 10

Reference Practice	Key Issue	Best Practice	Other Actions + Exceptional
Policy Statement			
02.01.01 03.01.01a 03.01.01b	A business should have a written policy statement which expresses: -its aims towards the environments (for example, to minimise its environmental impacts) - the way in which it aims to treat the people it employs (for example from the Health and Safety of employees through to upholding equal opportunities and other fundamental human rights) - the way in which it aims to integrate into the community in which it is based and co-operate on any significant local issues that impact the business (for example to support initiatives which benefit from customer awareness such as child protection or drugs).	One policy statement could cover all of these issues or you could have separate policy statement for each aspect. Sample policy statements are included in Annex 3. Policy Statements can be: ☐ displayed in the back of house area (e.g. on the staff notice board, in staff training materials, in staff newsletter and can be communicated in staff payslips). ☐ displayed in the reception area of the hotel and available to guests on request, via in-room guest materials, the internet or in brochures.	Working with the tourist board or local authority to develop and implement a sustainable tourism policy statement about environmental, employee and community issues.

No primeiro subtema “declaração de política responsável” da primeira seção do MST encontram-se os requisitos apresentados na Tabela 10. A tradução destes requisitos à prática no HMS, pode ser reconhecida pelas seguintes atividades: elaboração do informe Travelife (ver Anexo 17), elaboração da política de turismo responsável (ver Anexo 16) afixada na área de pessoal, elaboração do compromisso para com o meio ambiente (ver Anexo 18 - Compromisso com o meio ambiente) disponibilizado aos clientes, ainda a divulgação das ações sustentáveis praticadas pelo Hotel no seu *website*.

Na segunda secção do MST “minimizando o impacto ambiental” [tradução de *minimizing environmental impact*] encontram-se os seguintes subtemas: “gestão de energia” [*energy management*], “energias renováveis” [*renewable energy*], “gestão da água” [*water management*], “gestão de águas residuais” [*waste water management*], “minimização e gestão de resíduos sólidos” [*solid waste minimisation and management*], “compra responsável e gestão química” [*responsible purchasing and chemical management*] e ainda a “conservação da natureza e da biodiversidade” [*nature conservation and biodiversity*].

TABELA 11 - MANUAL DE SUSTENTABILIDADE TRAVELIFE PÁGINA 18

Reference Practice	Key Issue	Best Practice	Other Actions + Exceptional
Energy Management			
02.02.01	Energy Consumption and Cost	Consider the importance of energy management compared to the other environmental aspects of your business. There are many ways to achieve reductions in energy consumption even when a high proportion of energy is from renewable sources, e.g. solar power.	Preventative maintenance will reduce costs and energy use. Post awareness-raising information on staff notice boards. The preventative maintenance procedures and maintenance request forms can be used as examples when included in staff training materials.
02.02.02	Energy Efficient Lighting	Energy efficient lamps can be up to 80 per cent more efficient than their filament equivalents and can last up to 20 times longer. In areas lit for long hours, energy efficient lamps can pay for themselves in just a few months. Energy efficient lighting comprises: ☐ Fluorescent tubes, preferably with high frequency ballast ☐ Compact fluorescent tubes ☐ Tri-phosphor lamps near food production areas ☐ High pressure sodium or metal halide lamps for outdoor areas ☐ Halogen lamps for spot lighting where necessary In front-of-house areas, energy efficient light bulbs are best installed in consultation with a qualified lighting specialist or engineer. Some types do not work effectively on dimmer switches or motion detectors.	Energy efficient lamps are not universally available. The following may be alternative options:- The use of natural as opposed to artificial light wherever possible. For example, the installation of photocells on suitable fixtures (photocells cannot be used with some types of energy efficient lamps), schedules to clean windows and light fixtures at least weekly to ensure maximum light penetration. ☐ Ensure that lights are switched off in areas that are not occupied. For example, motion detectors fitted in areas of infrequent use by staff and public such as washrooms in public areas, timers in

No subtema “gestão de energia” da segunda seção encontram-se os requisitos exibidos na Tabela 11, atribuídos ao departamento técnico. A tradução destes requisitos à prática no HMS, pode ser reconhecida pelas seguintes atividades: substituição das lâmpadas por incandescentes, instalação de sensores de movimento, e ainda automatização para funcionar apenas a certas horas e/ou quando sentido movimento dos sistemas de rega, de ar condicionado e elétrico

Na terceira seção “tratar as pessoas com justiça” [tradução de *treating people fairly*] é abordada a temática de “emprego e relações laborais” [*employment and employee relations*]. A maioria destes requisitos foi repassada para o departamento de recursos humanos.

TABELA 12 - MANUAL DE SUSTENTABILIDADE TRAVELIFE PÁGINA 39

Reference Practice	Key Issue	Best Practice	Other Actions + Exceptional
Employment and Employee Relations N.B – These recommendations represent a minimum standard. Where legal requirements exceed these expectations they should be adhered to.			
03.02.01 03.02.02	Employees in the business. Ensure all employees in your business have formal written contracts of employment.	Regular employment should be based on recognised employment relationships. Within the International Labour Organisation Conventions (ILO), it is important that employees have specific and agreed conditions under which they work. This is best achieved through a written contract based on national or international law.	
03.2.03	Aim to give security of employment wherever possible.	It is important to fulfil obligations to employees under labour and social security laws and these should not be avoided through the use of labour only contracting, sub-contracting, or apprenticeship schemes where there is no real intention to impart skills or provide regular employment.	Equally the excessive use of fixed term contracts of employment is not acceptable. Encourage staff to return each season. The ratio of permanent staff to seasonal staff will vary according to the size of the business. Consider offering year round employment contracts with a minimum income in the low season and guaranteed employment in the high season.

A Tabela 12 exibe os requisitos 03.02.01 e 03.02.02, atribuídos ao departamento de recursos humanos. A tradução destes requisitos à prática no HMS, pode ser reconhecida pelas seguintes atividades de verificação de que os contratos encontram-se de acordo com a lei de trabalho nacional e que todos os trabalhadores possuíam um contrato de trabalho.

A Tabela 12 também exibe o requisito 03.2.03. A tradução deste requisito à prática no HMS pode ser reconhecida pelo facto do Hotel nunca encerrar a sua atividade, de uma elevada percentagem de colaboradores efetivos, por ter uma taxa de rotatividade baixa e

por contratar colaboradores extras pontualmente, de acordo com o estipulado neste requisito.

Por fim, na seção quatro “questões sociais e da comunidade” [*social and community issues*] são abordados os seguintes subtemas: “escolhendo fornecedores” [*choosing suppliers*], “beneficiando comunidades e grupos vulneráveis” [*benefiting communities and vulnerable groups*], e ainda “nutrindo o entendimento” [*nurturing understanding*].

TABELA 13 - MANUAL DE SUSTENTABILIDADE TRAVELIFE PÁGINA 47.

Reference Practice	Key Issue	Best Practice	Other Actions + Exceptional
Choosing Suppliers			
03.03.01	Choosing local products and services in preference to imported ones wherever possible	Choosing local products and services in preference to imported ones wherever possible	
03.03.02	Using local suppliers of: ☐ meat and fish ☐ bread and pastries ☐ vegetables and fruit ☐ art and craftwork	The definition of the term local is much debated. In this code, a hotel can be considered to be buying locally if it is buying within a 100 mile radius of the hotel. On islands which have sufficient supplies, the island itself forms the boundary. ☐ Buy meat and fish each week from a farmer or fisherman, cooperative, or independent supplier ☐ Regularly buying bread and pastries from a farmers cooperative or from an independent baker ☐ Regularly buying fresh vegetables and fruit from a farmer, farmers cooperative, or independent greengrocer	☐ When purchasing is centralised, identify products that can be sourced locally and add them to central purchasing supplier lists. ☐ Encourage international suppliers of products to make them available locally e.g. energy efficient light bulbs. ☐ Join international initiatives to promote agricultural links between small farmers and other businesses. ☐ Develop menu options that promote the use of local produce, reflect the local culture and promote the use of indigenous seasonal varieties. ☐ Choose produce that is in season.

A Tabela 13 exibe o requisito 03.03.01 do MST, para atingi-lo no Hotel foi dada preferência a fornecedores locais, como por exemplo na escolha das excursões, produtos e serviços promovidos na recepção e no DACQ.

Para atingir o requisito 03.03.02, ainda na Tabela 13, no HMS foi dada preferência a fornecedores locais principalmente relacionados com a restauração. Este foi um requisito atingido através da cooperação com o diretor de comidas e bebidas e com o

chefe do economato de forma a garantir que seriam encomendados e incorporados na ementa frutas locais e sazonais e vinhos regionais. Neste requisito é também requerida a utilização de arte local, no Hotel este é atingido através da exposição de obras de artistas locais como Pepe Dámaso, César Manrique e Rufina Santana.

3.5.3. EXEMPLOS DE SUSTENTABILIDADE

Em seguida são detalhadas as principais ações sustentáveis tomadas pelo HMS divididas em três áreas de impacto: sustentabilidade económica, sustentabilidade social e sustentabilidade ambiental.

3.5.3.1. Vertente económica da sustentabilidade

A vertente económica da sustentabilidade no Hotel incide em diversos aspetos económicos do turismo, tais como a sustentabilidade económica da empresa e da economia local, mas também, em aspetos económicos como o reflexo do custo do turismo no preço pago pelos turistas e a influência dos subsídios governamentais na indústria turística.

Alguns benefícios do turismo para a vertente económica da sustentabilidade podem ser “(...) *job creation, injection of income into the local economy through the multiplier effect, helping keep local businesses viable, regeneration and restructuring of the economies of towns and cities where other industrial activities are in decline, stimulates inward and industrial investment(...)*” segundo (Swarbrooke,1999:61), mas também existem custos económicos do turismo, como por exemplo o facto de por vezes o emprego ser mal pago ou deste ser apenas sazonal. Em análise final, o que se pretende é que o balanço da análise custo benefício seja positivo, o mais possível.

Algumas das contribuições do HMS na vertente económica são evidenciadas em seguida.

Principais ações do HMS para o desenvolvimento da economia local:

- Facilitar e incentivar o uso do transporte público, através da disponibilização de horários e da promoção dos mesmos pela receção e pelo DACQ;
- Fomentar o acesso à cultura e comércio local, através da distribuição de panfletos referentes a atividades e excursões culturais locais;

- Facilitar e incentivar a reserva e marcação de serviços locais como por exemplo de restaurantes, excursões e outras atividades turísticas;
- Promover e apostar no comércio de artesanato local, como por exemplo através da disponibilização de locais para expor arte local e da distribuição de panfletos informativos de eventos referentes ao mercado de artesanato local de Costa Teguisse e ao mercado de Teguisse;
- Contribuir para o desenvolvimento económico local através da utilização de fornecedores locais de serviços e produtos, alimentares e não só, por exemplo através da utilização de vinho regional Malvasia, da elaboração de ementas compostas por produtos locais e da disponibilização nos *buffets* de fruta;
- Promover o desenvolvimento da economia local de empresas, serviços e produtos locais, por exemplo através da promoção do vinho regional malvasia em diversos eventos. Para mais informações sobre eventos como o “Trendy&Wine Lanzarote 2013. La Malvasía se viste de moda” ver ponto 3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis.

3.5.3.2. Vertente social e cultural da sustentabilidade

A vertente social da sustentabilidade no turismo, segundo Swarbrooke (1999:78), implica o envolvimento dos quatro Es: “*Equity, ensuring that all stakeholders in tourism are treated fairly; Equal opportunities, for both employees (...)and(...) tourists; Ethics, in other words, the tourism industry being honest with tourist and ethical in its deals with its suppliers, and destination governments being ethical towards their host population and tourists; Equal partners, namely tourists treating those who serve them as equal partners not inferiors*” (Swarbrooke,1999:69), os quais são postos em prática através de diversos benefícios sociais e culturais, exercidos sobre turistas, comunidade indígena e a vida selvagem.

Alguns benefícios sociais e culturais que o turismo pode ter são indicados em seguida: promoção da cultura local (religião, comida, artesanato e idioma), promoção de infraestruturais culturais locais e seus acessos, alerta para a existência de outras culturas e estilos de vida a nível mundial, desenvolvimento do artesanato local, formação dos colaboradores, respeito pelos direitos humanos e igualdade de oportunidades para todos através da promoção de uma sociedade mais justa e inclusiva.

Algumas das contribuições do HMS para a sustentabilidade social são evidenciadas em seguida.

Principais ações do HMS para a promoção da cultura local e tradições:

- Divulgar e fomentar o consumo de excursões culturais locais através da distribuição de panfletos referentes a atividades e excursões culturais locais;
- Informar sobre tradições e feriados locais, informação presente na capa de informações da receção e também divulgada no DACQ;
- Organizar eventos culturais e sociais, como por exemplo celebração do jogo de futebol Brasil-Espanha para copa das confederações da FIFA;
- Promover e patrocinar eventos locais. Como por exemplo o patrocínio e oferta de uma refeição para o torneio de golf Severiano Ballesteros;
- Organizar eventos que envolvem colaboradores e clientes nas tradições locais, e ainda divulgar a cultura e identidade local como por exemplo o evento para a celebração do dia de Canárias no Hotel. Para mais informações sobre este e outros eventos ver ponto 3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis;
- Trazer a cultura e a tradição local para a decoração e *design* do hotel, por exemplo através da exibição de esculturas de Pepe Dámaso e da participação de outros artistas locais como César Manrique ou Rufina Santana.
- Participar em programas e atividades que promovem a conservação, desenvolvimento e divulgação da cultura e da identidade local. Para mais informações ver ponto 3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis.

Principais ações de auxílio às comunidades locais:

- Participar positiva e ativamente com a comunidade local, como por exemplo através da colaboração com a Associação Mararia no dia da mulher. Para mais informações sobre este e outros eventos ver ponto 3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis;
- Organizar e patrocinar eventos locais com foco em ajudar as pessoas e melhorar o destino. Para mais informações sobre eventos como o “*Trendy&Wine Lanzarote 2013. La Malvasía se viste de moda*” ver ponto 3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis.

- Cooperar com associações locais e comunidade, como por exemplo através de patrocínio com o club de Futebol de Lanzarote;
- Doações locais diversas, como por exemplo para associações como a Cáritas *Personas sin hogar* Lanzarote.

Principais ações de apoio social:

- Apoiar campanhas e ações de grupos em risco de exclusão social, como por exemplo doações e divulgação das associações, Mararia e *Personas sin hogar* Lanzarote;
- Ser "Amigo da UNICEF" e fomentar a cooperação do cliente a participar da Aliança Estratégica de MHI com a UNICEF.

Principais ações de formação e educação:

- Formar os colaboradores em gestão de resíduos, reciclagem, sustentabilidade e objetivos Travelife;
- Sensibilizar colaboradores para a sustentabilidade, por exemplo através de panfletos sensibilizadores, ver ilustração 28.



ILUSTRAÇÃO 28 - ÁREA DO PESSOAL ONDE SE PODE VER QUATRO QUADROS SENSIBILIZADORES, INFORMATIVOS E MOTIVACIONAIS DOS COLABORADORES PARA COM A SUSTENTABILIDADE E PROTEÇÃO AMBIENTAL. DA DIREITA PARA A ESQUERDA ESTES QUADROS TÊM OS SEGUINTE TÍTULOS: 1º “*USTED PUEDE PRODUCIR EL GRAN CAMBIO*”, 2º “*CUIDADOS Y MANTENIMIENTO*”, 3º “*MANTENGA Y PRESERVE*”, 4º “*SERVICIO SOSTENIBLE*”. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].

Principais ações de promoção à inclusão social:

- Oferecer soluções, devidamente identificadas nos *buffets*, aos clientes com necessidades especiais ou intolerâncias alimentares, através de opções saudáveis e adequadas para diabéticos, celíacos e intolerantes a lactose;
- Proporcionar um elevado grau de acessibilidade para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, às áreas comuns e disponibilização de quartos preparados para esta necessidade.

3.5.3.3. Vertente ambiental da sustentabilidade

Segundo Swarbrooke (1999:50) o ambiente possui 5 elementos: o ambiente natural (como montanhas, mares e rios), o ambiente de cultivo (desde paisagens agrícolas a aquiculturas), o ambiente construído (como por exemplo edifícios, vilas, paisagens citadinas e infraestruturas de transporte e outras como reservatórios de água), a vida selvagem (fauna e flora) e os recursos naturais como (água, clima e ar). E mais nos diz Swarbrooke (1999:56) que “os impactos do turismo no ambiente têm usualmente um impacto mais negativo que positivo”, pelo que é tão necessário controlar e diminuir o impacto ambiental.

O Hotel cuida do meio ambiente através da reciclagem, reutilização e redução de resíduos mas não só. Algumas das contribuições do HMS na vertente ambiental da sustentabilidade são indicadas em seguida.

Principais ações de racionalização do consumo de recursos água, eletricidade e gás:

- Usar água proveniente da dessalinização;
- Diminuir o consumo de água, eletricidade e gás definindo boas práticas a serem seguidas pelos colaboradores em cada departamento;
- Promover a poupança de energia, como por exemplo através do evento, sensibilizador para a poupança de energia. Ver ponto 3.5.4.5. – Colaborações e eventos sustentáveis;
- Sensibilizar clientes para a poupança de água. Para mais esclarecimentos ver ponto 3.5.4.2. – Sensibilização para a poupança;
- Abastecer motos ou veículos elétricos de clientes.

Principais ações de cooperação com fornecedores responsáveis:

- Ter parcerias com fornecedores responsáveis, como por exemplo com a TUI AG;

- Utilizar produtos certificados em sustentabilidade, como por exemplo o café utilizado que possui um certificado UTZ representativo de uma agricultura sustentável.

Principais ações de proteção da biodiversidade e do meio ambiente:

- Sensibilizar e envolver os clientes a participar na conservação da biodiversidade e organizar eventos que promovem a conservação responsável do destino, como por exemplo, o evento de limpeza das praias adjacentes ao Hotel duas vezes por ano. Para mais esclarecimentos ver o ponto 3.5.4.5. Colaborações e eventos sustentáveis;
- Conservar os jardins do hotel;
- Usar produtos de baixo impacto ambiental;
- Usar produtos de comércio justo [*fair trade*].

Principais ações de promoção à mobilidade sustentável:

- Sensibilizar os clientes para o uso do transporte público como alternativa menos poluente;

Principais ações de gestão de resíduos e promoção à reciclagem:

- Oferecer ao cliente o serviço de envio da fatura por correio eletrónico;
- Proporcionar pontos estratégicos de recolha de resíduos recicláveis em zonas internas e em zonas comuns para cliente, como por exemplo cozinhas, corredores e jardins. Para mais informações ponto 3.5.4.4. Criação de pontos verdes e contentores seletivos;
- Criar dois pontos verdes: um interno (ilustração 29) e outro externo (ilustração 30). Para mais informações ponto 3.5.4.4. Criação de pontos verdes e contentores seletivos;



ILUSTRAÇÃO 29 - PONTO VERDE EXTERNO ACEDIDO POR COLABORADORES E CLIENTES, ONDE SÃO COLOCADOS RESÍDUOS URBANOS E ALGUNS RESÍDUOS PERIGOSOS. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].



ILUSTRAÇÃO 30 - PONTO VERDE DE RESÍDUOS PERIGOSOS INTERNO, DE ACESSO EXCLUSIVO AOS COLABORADORES DO HOTEL. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013].

- Manter o estatuto de PPRP. Para mais informações ver ponto 3.5.4.1. Resíduos perigosos;

Principais ações de conservação arquitetónica:

- Manter o hotel integrado no meio ambiente;
- Conservar o Hotel como património arquitetónico, através de reformas e remodelações periódicas.

Concluindo, estas foram algumas das ações sustentáveis realizadas pelo Hotel identificada a sua prática ao longo do estágio. Pode-se notar que algumas ações incidem sobre mais que uma vertente, como por exemplo a divulgação e fomento ao consumo de excursões culturais locais que pode ter um impacto económico e ao mesmo tempo cultural e social. Verifica-se também que alguns eventos são multifacetados e cumprem diversos objetivos. Entende-se que as dimensões da sustentabilidade sobrepõem-se entre si e que daí surjam estes efeitos.

3.5.4. DESCRIÇÃO DE ALGUMAS AÇÕES SUSTENTÁVEIS

De entre todas as ações sustentáveis indicadas anteriormente, são agora destacadas e descritas algumas que merecem maior relevo e com as quais a estagiária colaborou diretamente.

Entre os principais focos do Melia Salinas ao implementar o SGTS destaca-se: a criação de documentos e registo de informação, a sensibilização dos clientes para a poupança, a formação dos colaboradores em sustentabilidade, a criação de pontos verdes, a obtenção de certificado de pequenos produtores de resíduos perigosos PPRP e ainda o registo de colaborações e realização de eventos sustentáveis.

3.5.4.1. Criação de documentos e registo de informação;

Foi a partir da adesão ao SGST que foram criados diversos documentos pelo DACQ como por exemplo o política de turismo responsável (ver Anexo 16 - Política de Turismo Responsável Meliá Salina), o manual da sustentabilidade do HMS (ver Anexo 17 - Informe Travelife), organograma e a definição de funções e responsabilidades.

Adicionalmente foram criados documentos para o registo de dados e informação relevante e organização da mesma, como por exemplo o registo das quantidades de resíduos recolhidos por mês de acordo com as faturas da recolha.

3.5.4.2. Sensibilização dos clientes para a poupança;

O mundo está cheio de recursos valiosos que devem ser preservados, sem os quais a nossa existência e subsistência seria impossível. Para atingir este objetivo o Hotel conta não só com o apoio dos colaboradores mas também dos seus clientes, pois todos podem contribuir e todo o pequeno gesto faz a diferença.

No sentido de sensibilizar os clientes para a poupança são colocados diversos cartões informativos em todos os quartos. Uma das mensagens é a seguinte:

“SAVE WATER, ELIMINATE THE POLLUTION CAUSED BY DETERGENTS

If you need your towels to be changed, please leave them on the floor or on the bathtub, if not, we will suppose that you would like to reuse them.

Leave the note of the sheet change on your bed if you want them to be changed, otherwise the sheets will not be changed daily.

Please, close the faucet and don't let the water flow unnecessarily.

SAVE ELECTRICITY, SAVE THE ENERGY THAT WE USE

Please don't leave the air conditioning on when you are not in the room, if you turn it on, please make a good usage of it by making sure that the doors and windows of the room are closed.

Please don't leave the light on when you are not in the room.

The room will always be cleaned with the curtains open to avoid to turn on the lights.

If the room is not occupied, we will leave the curtains closed to avoid a high temperature in the room and as a consequence reduce the use of air conditioner.

Each drop counts, each action counts, thank you for cooperating with our program.” (HOTEL MELIA SALINAS,2013:14)

Adicionalmente, são colocados em cada quarto folhetos de informação relativamente à troca e limpeza das toalhas e de lençóis, alertando o cliente para a quantidade de água gasta neste processo.

Os clientes do Hotel são informados e sensibilizados para a proteção dos recursos naturais, convidados a colocar em prática pequenas ações individuais que no seu

conjunto irão ter impactos grandiosos no futuro, na sustentabilidade do Hotel, do destino e do planeta.

3.5.4.3. Formação aos colaboradores

Para ser colocado em prática este sistema e envolver todos os colaboradores no mesmo foi feita uma lista de colaboradores e dada formação aos mesmos, principalmente nas seguintes matérias: sustentabilidade, poupança, gestão ambiental, separação de resíduos, boas práticas e sistema Travelife.

Adicionalmente, foram criados diversos cartazes informativos e afixados estes em todas as zonas internas de passagem dos colaboradores.

3.5.4.4. Criação de pontos verdes e pontos coletores

Segundo a ISO 14021:1999, apud (ISO 14050:2002,2002:7), resíduos são definidos como “Qualquer substancia ou objecto para o qual o produtor ou o detentor não tem outra utilização e que é eliminado ou libertado no ambiente.”, estes são separados em três grupos: não recicláveis, recicláveis e perigosos.

Em matéria de resíduos recicláveis são recolhidos e separados da seguinte forma:

1. Papel e cartão, devem ser depositados nos recipientes azuis, ou alternativamente, nos recipientes que contêm sacos de plástico azul;
2. Plástico e metal, devem ser depositados nos recipientes amarelos, ou alternativamente, nos recipientes que contêm sacos de plástico amarelo;
3. Vidro e cristal, como por exemplo garrafas de vidro, devem ser depositados nos recipientes verdes, ou nos recipientes que contêm sacos de plástico verde;
4. Resíduos orgânicos, como por exemplo comida, devem ser depositados em recipientes pretos, ou nos recipientes que contêm sacos plástico preto.

A quantidade de resíduos urbanos, não tratados, gerados pelas diversas atividades do HMS, pode pôr em causa a sustentabilidade do ambiente, pelo que é tão importante a gestão ambiental. Assim, foram criados dois pontos verdes e diversos pontos coletores no Hotel.

Foram criados dois pontos verdes, um ponto verde interno e outro externo. O ponto verde interno encontra-se localizado na área de saída de mercadorias, acessível apenas a colaboradores do Hotel, e é onde a maioria dos resíduos perigosos é colocada. No ponto verde externo o cliente também pode colaborar e nele depositar resíduos urbanos e

alguns resíduos perigosos como sejam medicamentos, baterias e outros equipamentos eletrónicos.



ILUSTRAÇÃO 31 – UM DOS DIVERSOS CAIXOTES DO LIXO TRANSFORMADOS EM CONTENTORES SELETIVOS EXISTENTES POR TODO O HOTEL, JARDINS E PISCINAS. [FOTOGRAFIA] [01 JUNE 2013]

Adicionalmente foram adquiridos diversos cubos e recipientes necessários as antigas lixeiras foram transformadas em contentores seletivos, ver ilustração 31.

3.5.4.4.1. Resíduos perigosos

Relativamente aos resíduos perigosos a UNEP apresenta a seguinte definição:

“Hazardous and toxic waste: Substances or objects which are disposed of, intended to be disposed of, or required to be disposed of by the provisions of national law and which possess certain hazardous characteristics, such as (but not limited to) being toxic, explosive, corrosive or reactive. The generation and management of such waste may cause adverse effects on human health and the environment whether by itself or when coming into contact with other waste. Hazardous waste, therefore, requires special handling and must be disposed of in an environmentally sound manner. Generation, management and transboundary movements of hazardous waste should be dealt with according to procedures set out under the Basel Convention (1989). Domestically, additional requirements, restrictions or prohibitions may also exist” (UNEP, 2013)

Resíduos perigosos são por exemplo: baterias telemóveis, carregadores de telefone, dispositivos eletrónicos, tonners de impressoras, pintura, solventes, medicamentos, sprays e embalagens de aerossóis.

As quantidades de resíduos perigosos são registadas pelo Hotel, ver Anexo 19 – Quantidades recicladas RP. Foi comunicada a quantidade de resíduos reciclados, de acordo com os registos e comprovativos de recolha ao Governo de Canarias que deu a classificação de Pequeno Produtor de Resíduos Perigosos (PPRP) ao HMS por gerar menos de 10.000kg.

Um PPRP pela lei do Governo de Canárias deve ter em atenção o seguinte:

“Además de las obligaciones generales para la manipulación de residuos peligrosos, la Ley 22/2011 de 28 de julio de residuos y suelos contaminados establece las siguientes obligaciones para los Pequeños Productores de Residuos Peligrosos:

- *Comunicación Previa de la actividad de producción de residuos y de cualquier modificación posterior (artículo 29.1)*
- *Archivo Cronológico donde que incluya cantidad, naturaleza, origen, destino y método de tratamiento de los residuos (artículo 40).*
- *Se guardará la información archivada durante, al menos, tres años (artículo 40)*

Los productores de residuos peligrosos de más de 10.000 kg. deberán, además, presentar el siguiente documento:

- *Estudio de minimización cada 4 años en la Comunidad Autónoma, comprometiéndose a reducir la producción de sus residuos (artículo 17.6).⁷⁵*
(GOVERNO DE CANARIAS, 2011)

De acordo com a lei de Canárias o Hotel deve proceder à notificação da geração de resíduos perigosos, criar um arquivo cronológico dos resíduos tratados e guardar a informação durante 3 anos.

3.5.4.5. Colaborações e organização de eventos sustentáveis

Em 2013 diversos eventos e colaborações foram realizados e registados pelo HMS rumo à certificação do SGST implementado. Entre as principais colaborações do Hotel destacam-se as doações, a cedência de espaço e a promoção de eventos.

Entre as principais doações realizadas pelo Hotel destaca-se a doação de bens de diversas naturezas, como por exemplo bens monetários, comida, bebida e brinquedos.

Entre as principais colaborações com eventos locais destaca-se a oferta de alojamento e refeições para prémios de sorteios e a cedência de espaços e oferta de refeições.

Entre os eventos sustentáveis realizados no Hotel durante o período de estágio, detalhados em seguida, realçam-se os seguintes: “*Trendy&Wine Lanzarote 2013. La Malvasía se viste de moda*”, o dia da mulher, a hora do Planeta, o dia de Canárias e o dia do meio ambiente. Estes eventos são descritos mais detalhadamente em seguida.

No dia 23 de Fevereiro o Hotel acolheu a ação promocional do vinho regional “*Trendy & Wine Lanzarote 2013. La Malvasía se viste de moda*”, visando a recolha de fundos

⁷⁵Para mais informações em relação à lei de Canárias relativamente ao tratamento de resíduos perigosos aceder a: http://www.gobiernodecanarias.org/medioambiente/piac/temas/residuos/factores/obligaciones_productor/productor_r_esiduos_peligrosos.html

para prossecução de um projeto de recuperação paisagística, impulsionado pelo governo local, denominado "Salvar La Geria". Foi cedido o espaço do bar *Wine&cheese* para o evento no qual também foi realizada uma passagem de moda estilo parisiense.

No dia 8 de Março, no dia da mulher foi celebrado apoiando a associação Mararia, uma associação social e cultura de ajuda a mulheres e seus projetos. Foi montado um espaço de divulgação da associação, espalhados laços pelos clientes e recolhidos contributos.

No dia 23 de Março, no dia mundial da meteorologia, foi celebrado o evento “A Hora do Planeta”. Pela hora de jantar, todos os clientes foram avisados da iniciativa que iria ter lugar essa noite. Durante meia hora, todo o Hotel permaneceu em total escuridão, iluminado apenas pela luz de velas previamente preparadas. Um evento de sensibilização dos clientes para a importância dos recursos e para a poupança.

No dia 30 de Maio, no dia de Canárias, de forma a envolver clientes e colaboradores nas tradições locais foi realizado um jantar especial no restaurante *Spices*. Foi pedido aos colaboradores que trouxessem trajes típicos ou roupa alusiva às tradições canárias. No dia do evento foi montada uma mesa em frente ao restaurante para divulgação de frutas, comidas, roupas e instrumentos típicos do arquipélago. Adicionalmente a equipa de animação trouxe trajes típicos canários e esteve a animar o evento.

No dia 5 de Junho, dia do meio ambiente, foi realizado um evento pelo Hotel em parceria com o Aquário de Lanzarote, no qual participaram colaboradores dispensados das suas funções para colaborar no evento, clientes do Hotel e comunidade local aos quais foi promovido o evento através de cartazes. Primeiramente, foi dada uma sensibilização por parte do Aquário de Lanzarote e distribuído o material necessário (luvas e sacos coloridos consoante os resíduos) para a recolha dos resíduos da praia. Os resíduos recolhidos foram pesados, registados e depositados nos contentores adequados, cerca de 18 quilos de resíduos poluentes que nesse dia foram levantados das praias adjacentes ao Hotel, melhorando a qualidade do Hotel, do destino, da biodiversidade, do planeta e da nossa vida.

3.5.5. AUDITORIA

A 15 Maio de 2013, o Hotel recebeu a visita do auditor o qual acompanhado pela pessoa responsável pela implementação do SGST, com total conhecimento de todo o sistema

de gestão da sustentabilidade implementado e diretora do DACQ, Vanesa Regueira, ficou a conhecer todas as ações sustentáveis realizadas pelo Hotel.

A auditoria durou um dia. Foi realizada uma análise a todos os documentos, realizada uma visita ao perímetro de implementação do sistema e colocadas diversas questões ao longo da mesma.

Aproximadamente a 10 de Junho de 2013 foram requisitadas mais informações ao Hotel por parte da Travelife e finalmente, nesse dia, os resultados da auditoria saíram, certificando o Hotel com o nível de ouro Travelife, ilustração 32.



Hotel Melia Salinas &
Garden Villas
Spain
Lanzarote has been
awarded a Travelife Gold
award

ILUSTRAÇÃO 32 - CERTIFICAÇÃO TRAVELIFE NÍVEL DE OURO ATRIBUÍDO AO MELIA SALINAS. ⁷⁶

Ao pesquisar no *website* http://www.travelifecollection.com/search_results, por alojamentos em Lanzarote com a certificação Travelife nível de ouro, surgem 9 resultados entre eles o Hotel Melia Salinas, ver ilustração 33.



Hotel Melia Salinas & Garden Villas
Spain
Lanzarote

Melia Salinas & Garden Villas Hotel is a luxurious hotel located on the privileged island of Lanzarote, Spain - only two minutes' walk to the beach. The elements of nature on this Canary Island form one of the world's unique natural paradises.



[Read more](#) ➔

ILUSTRAÇÃO 33 – DESCRIÇÃO DO HMS NA LISTA DE HOTÉIS CERTIFICADOS TRAVELIFE. ⁷⁷

O Hotel Melia Salinas obteve a pontuação máxima possível nesta certificação e há que procurar mantê-la, gerindo o SGST, analisando os resultados das auditorias junto com a Travelife, ouvindo o cliente e apostando na melhoria continua.

⁷⁶ Available from: <http://www.melia.com/es/hoteles/espana/lanzarote/melia-salinas/Sostenibilidad.html> [online] [accessed at 20 December 2013]

⁷⁷ Available from: <http://www.travelifecollection.com/hotel/627> [online] [accessed at 20 December 2013]

3.5.6. PRÓXIMOS PASSOS NO HOTEL

Em Junho de 2013, o passo seguinte para o Melia Salinas consistia em obter a certificação por parte do SICTED – Sistema Integral Calidad Turística em Destino⁷⁸, com o objetivo de, proporcionar um serviço melhor, estabelecer procedimentos e trabalhar de forma mais eficiente. Certificação obtida ainda em 2013 na categoria de Hotéis e apartamentos turísticos, ver ilustração 34.



Hotel Melià Salinas

Avenida Islas Canarias s/n Costa Tegui. 928/590040 virginie.corthals@melia.com Año adhesión: 2013 / Estado: Distinguido / Hoteles y apartamentos turísticos
www.meliasalinas.com

ILUSTRAÇÃO 34 - MELIA SALINAS MARCA PRESENÇA NO SICTED - DESCRIÇÃO DO HMS NA LISTA DE HOTÉIS CERTIFICADOS COM O SICTED.⁷⁹

Tendo em vista a melhoria contínua, no HMS segue assim a prossecução por uma qualidade, gestão ambiental e responsabilidade social superior.

⁷⁸ O SICTED consiste numa metodologia similar à da Travelife que visa garantir a qualidade do serviço turístico.

⁷⁹ Available from: <http://www.calidadendestino.es/Contenidos/ConsultaEstablecimientosDistinguidos.aspx> [online] [accessed at 17 February 2014]

CONCLUSÃO

Ao longo do Estágio, durante 960 horas, foram desempenhadas diversas tarefas em três departamentos: receção, restauração e ainda atendimento ao cliente e qualidade. E atingido o objetivo de colocar em prática diversos conteúdos teóricos adquiridos no Mestrado nomeadamente através da do plano de melhoria para o departamento de receção, do relatório MarketMetrix para o DACQ e da colaboração na implementação do SGST no Hotel.

Durante o estágio os objetivos propostos foram cumpridos, foi obtida elucidação sobre o funcionamento do Hotel, foram aplicados na prática diversos conteúdos teóricos do Mestrado e ainda conhecido o sistema de gestão da sustentabilidade Travelife, e dada colaboração na sua implementação.

Na base deste Estágio encontra-se a crescente preocupação mundial com a preservação do meio ambiente, com a fragilidade da vida e com a necessidade de preservação dos ecossistemas. Preocupações presentes principalmente na indústria do turismo com foco na preservação dos destinos de viagem e que originaram na criação da indústria turística sustentável.

“Humanity has the ability to make development sustainable to ensure that it meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.”

Our Common Future (ONU, 1987)

O Hotel Melia Salinas com mais de 35 anos, apresentava necessidade investir nas suas instalações e de apostar na recuperação e renovação do seu edifício. Com a crescente pressão exercida pelo mercado, pelos clientes, pelo MHI e por parceiros turísticos como a TUI AG a implementação de um sistema de gestão sustentável era inevitável.

Foi o reposicionamento do Hotel em 2012 para a marca Melia, o marco de viragem. Estrategicamente o Hotel opta por redefinir a sua estratégia e apostar na sustentabilidade como forma de acompanhar as novas tendências turísticas, aumentar a sua qualidade, aumentar a satisfação do cliente e as suas receitas.

Entende-se que o âmbito da qualidade no Hotel estende-se a todos os departamentos, principalmente com o objetivo de garantir que estes têm o melhor desempenho e resultados possíveis, responsabilidade do DACQ. Foi essencial e muito produtiva a abordagem de Estágio para conhecer o trabalho realizado nos vários departamentos, fundamental para gerir e controlar o trabalho destes posteriormente.

O DACQ é o departamento que coordena a satisfação do cliente com o trabalho de todos os outros departamentos pelo deve conhecer o hotel, a sua oferta, bem como todos os trabalhadores e departamentos. Este departamento é "controller" dos demais departamentos e deve estar constantemente em cima do evento para poder a satisfazer as necessidades do cliente e assim manter e melhorar a qualidade do Hotel.

Uma das principais dificuldades encontradas durante o Estágio foi a adaptação às tarefas hoteleiras, visto não existir nenhum manual e da comunicação nem sempre fluir. Esta foi ultrapassada principalmente através do bom ambiente de trabalho encontrado e da interajuda existente entre os colaboradores.

Em Agosto de 2013 o Hotel foi reconhecido como um dos hotéis de referência em matéria de sustentabilidade pelo Grupo MHI.

*“Como compañía socialmente responsable y comprometida con la conservación del medio ambiente, la gestión sostenible de los destinos turísticos juega un papel importante en Meliá Hotels International, y Meliá Salinas se ha convertido en uno de sus hoteles de referencia. El hotel acaba de recibir el prestigioso sello Travelife Gold en reconocimiento a su alto compromiso con la comunidad local y con el medioambiente. Meliá Salinas dispone de un programa de reciclaje, reutilización y reducción de residuos, coopera con asociaciones locales para la donación de alimentos, juguetes y ropa, y realiza periódicamente actividades de promoción de la cultura local canaria.” (MELIA HOTELS INTERNACIONAL, 2013)*⁸⁰

O percurso do Hotel rumo à sustentabilidade começou pela obtenção da certificação Travelife ao nível de ouro, o primeiro de muitos passos que o Melia Salinas pretende seguir. Considera-se a obtenção do certificado pelo Hotel apenas um início de um caminho rumo à manutenção da mesma. E ainda uma alavanca para posteriormente ser acrescentado um sistema de gestão da qualidade ao SGI da Travelife, essencial no HMS.

⁸⁰ Para mais informações sobre a notícia “Medioambiente “5 estrellas” aceder a:
<http://meliahotelsinternational.com/es/sala-de-prensa/06082013/hotel-melia-salinas-lanzarote-culmina-una-reforma-5-estrellas-se-orienta-al#sthash.zQOE7hVW.dpuf>

A principal dificuldade encontrada na implementação do SGST foi a resistência à mudança por parte de alguns colaboradores, uma certa dificuldade em adaptarem-se às novas tarefas sustentáveis, como por exemplo à reciclagem. Contudo entende-se que depois de dado o primeiro passo os restantes serão mais fáceis e os colaboradores encontrar-se-ão mais recetivos.

Para o futuro do Melia Salinas, entende-se que deve ser implementado um sistema de gestão da qualidade de acordo com a ISO 9001:2008 de forma a consolidar um percurso, que considera-se ser inevitavelmente, em direção aos propósitos apresentados por esta ISO. Um controlo hoteleiro eficaz implica a existência de um sistema de gestão organizado, que integre todas as direções da organização, para que a cada colaborador seja envolvido no processo. Considera-se ainda que o Hotel carece de certos requisitos delineados nesta norma, para além de ser uma norma que alguns dos hotéis em MHI já possuem e de permitir a sua certificação.

Para futuros estudos recomenda-se uma análise mais profunda à relação entre a sustentabilidade como pilar estratégico e a qualidade da gestão, a continuação ao estudo de caso do Hotel Melia Salinas e ainda investigada a possibilidade de adaptação do sistema de gestão da sustentabilidade a outras indústrias.

BIBLIOGRAFIA**Bibliografia comprovativa**

1. COMISSÃO EUROPEIA [Livro verde] *Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas* Published: 2001 Available from: http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm [online] [accessed at 2 April 2014]
2. ISO ISO 26000:2010 NP Published: 2010 Available from: <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm> [online] [accessed at 2 April 2014]
3. LAMEIRA et al. *The impact of best practices of sustainability and quality of management: an investigation at Brazilian capital market* [Investigation report] Available at: Biblioteca da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra Published: 2012 ISSN: 1645-2631 [accessed at 17 February 2014]
4. MELIA HOTELS INTERNACIONAL 2014 Available from: <http://www.melia.com/es/hoteles/espana/lanzarote/melia-salinas/Sostenibilidad.html> [online] [accessed at 2 April 2014]
5. MHI. *Memoria anual de sostenibilidad 2011* do MHI aceder a: http://www.meliahotelsinternational.com/sites/default/files/informes-financieros/Memoria%20Anual%20de%20Sostenibilidad%202011_0.pdf [online] [accessed at 2 April 2014]
6. GOVERNO DE CANÁRIAS *Ley 22/2011 de 28 de julio* Available from: http://www.gobiernodecanarias.org/medioambiente/piac/temas/residuos/factores/obligaciones_productor/productor_residuos_peligrosos.html [online] [accessed 5 April 2014]
7. ISO 2006 ISO 14050:2002 NP Publicada em 2006, página 7. Available from: Biblioteca do ISCAC [accessed 12 March 2014] c
8. HOTEL MELIA SALINAS 2013 *Handbook Melia Salinas* [english] [accessed in 2013] pp 14 of 51 Lanzarote
9. MELIA HOTELS INTERNATIONAL “Medioambiente “5 estrellas” [article] [spanish] Published 2013. Available from: <http://meliahotelsinternational.com/es/sala-de-prensa/06082013/hotel-melia-salinas-lanzarote-culmina-una-reforma-5-estrellas-se-orienta-al#sthash.zQOE7hVW.dpuf> [online] [accessed 5 April 2014]

10. MELIA HOTELS INTERNATIONAL *Press kit* Spain 2013 Available from: http://www.meliahotelsinternational.com/sites/default/files/MHI_DOPRESS_2013_ENG.pdf [online] [accessed at 2 April 2014]
11. OLMO, Luis del [Executive VP & CMO, MHI] *Sol Melia announces strategic partnership with ReviewPro to manage the group's online reputation* [press release] pages 1-2 Published: December 2010 in ReviewPro Available from: <http://www.reviewpro.com/press-release-sol-melia-announces-strategic-partnership-with-reviewpro-to-manage-the-groups-online-r-558>
12. ONU [former World Commission on Environment and Development, Bruntland Comission] *Our Common Future*. [report] Published: 1987 Oxford: Oxford University Press. p. 27. ISBN 019282080X. Available from: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf> [online] [accessed 5 April 2014]
13. SWARBROOKE, John *Sustainable Tourism Management [book]*, Published: 1999 ISBN: 085199 314 1 (0-851-99314-1) pp 47-83
14. TRAVELIFE, *Manual de Sustentabilidade da Travelife [Supplier Sustainability Handbook]* [english] Edition:2007 Available from: http://www.travelife.org/Hotels/documents/Supplier_Sustainability_Handbook_English.pdf [online] [accessed at 2 April 2014]
15. TUI AG Available from: <http://www.tui-group.com/en/sustainability/companies> [online] [accessed at 2 April 2014]
16. TUI TRAVEL PLC Edited: 2014 Available from: <http://www.tuitravelplc.com/sustainability/working-with-suppliers#.UzorM1dCzYh> [online] [accessed at 2 April 2014]
17. TUI *Plano de Férias Sustentáveis: 2012-2014* [Sustainable Holidays Plan: 2012 – 2014]. Available from: http://www.tuitravelplc.com/system/files/uploads/financialdocs/TUI_SustainableHolidaysPlan_2012-2014.pdf. [online] [accessed at 2 April 2014]
18. UNEP 2013 *Guidelines for national waste management strategies* Published 2013, pp 104 ISBN: 978-92-807-3333-4. Available from: <http://www.unep.org/ietc/Portals/136/Publications/Waste%20Management/UNEP%20NWMS%20English.pdf> [online] [accessed at 12 March 2014]
19. UNEP 2014, *Glossary* in: Sustainable social housing Available from: <http://www.unep.org/sustainable-social-housing/Stepbystep/glossary.asp> [online] [accessed at 2 April 2014]

20. UNEP 2014a, *Glossary* in: *Disasters and Conflicts* Available from: <http://www.unep.org/disastersandconflicts/FurtherResources/Glossaryofterms/tabid/55161/Default.aspx> [online] [accessed at 2 April 2014]
21. UNESCO. *Constitution* in *Basic Texts* Cap. A, [pp 5-18] Available from: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002161/216192e.pdf> [online] [accessed at 2 April 2014]
22. UNWTO *Collection of tourism expenditure* [Technical Manual] N°2 Published:1995 Available from: <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> [online] [accessed at 2 April 2014] c
23. UNWTO 2013, *2013 Tourism Highlights*, Published: July 2013, page 5. Available from: http://dtxtq4w60xqp.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf [online] [accessed 02 April 2014]

Bibliografia de referência

1. BARSKY, Jonathan and Waite, Mike *For hospitality, Social Media too little too late* [article] in *MarketMetrix* Available from: http://corp.marketmetrix.com/pdfs/MMx_Social_Media_Too_Little_Too_Late.pdf [online] [accessed 2 April 2014] c
2. BATISSE, Michel *Developing and focusing on biosphere reserve concept in: Perspectives* [pp 160-177] in: *Resource management in developing countries volume 1 Resource management: Theory and techniques* Edited by Baleshwar Thakur Published 2003 [English] ISBN: 81-8069-037-7. Available at: http://www.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=S72kLLQi5jsC&oi=fnd&pg=PA160&dq=biosphere+reserve+protection+unesco&ots=GsuXvfArMO&sig=uhdUSMlOrzmxu-f171Nsv_g5GE8&redir_esc=y#v=onepage&q=biosphere%20reserve%20protection%20unesco&f=false [online] [accessed 15 April 2014]c
3. CORDOBA, Manuel et al. *La ordenación del territorio en España: evolución del concepto y de su práctica en el siglo XX* pp 273 ISBN: 84-472-0869-9 Published: 2006 [online] [accessed 15 April 2014]c
4. ISO *ISO 690:2010* Published:2010 Switzerland Available at: *Biblioteca do ISCAC* [accessed 10 April 2014]c

5. RIEGO, Manuel [Marketing Strategy & Loyalty Program Director of MHI] in MarketMetrix Available from: <http://corp.marketmetrix.com/success-stories/melia-moves-satisfaction-surveys-online-to-drive-continuous-service-improvement/#sthash.CXF4aZKu.dpuf> [online] [accessed 2 April 2014]c
6. SILVA, João Manuel Alberto e “Implementação de um relatório de sustentabilidade” [Tese] Published:2011
7. TUI TRAVEL PLC "TUI Travel PLC launches new three year sustainability strategy“ Available from: <http://www.tuitravelplc.com/system/files/press/SustainableHolidaysPlanPressReleaseFINAL.pdf> [online] [accessed at 2 April 2014]
8. UNESCO *Biosphere Reserves: The Seville Strategy and the Statutory Framework of the Worlds Network*. [English] pp 1-21 Published: 1996 in Paris Available from: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001038/103849eb.pdf> [online] [accessed at 2 April 2014]

Websites de referência e leitura

- ABTA *Travelife* Available from: <http://abta.com/about-abta/travelife> [online] [accessed at 2 April 2014]
- AYUNTAMIENTO DE TEGUISE *CONCEJALÍA DE TURISMO* [spanish] Available from: <http://www.teguise.es/tema.asp?idTema=236> [online] [accessed at 27 December 2013]
- AYUNTAMIENTO DE TEGUISE *Certificaciones SICTED de calidad para las oficinas de información turística* Published 2010 Available from: <http://www.teguise.es/tema.asp?sec=Noticias&idCont=1520&idTema=17> [online] [accessed at 2 April 2014]
- CABILDO DE LANZAROTE *Descripción de la isla* [spanish] Available from: <http://www.cabildodelanzarote.com/tema.asp?idTema=157> a 21 de Janeiro de 2014
- CESAR MANRIQUE Foundation [english] Available from: http://www.cesarmanrique.com/fundacion_i.htm [online] [accessed at 2 April 2014]
- COMISSAO EUROPEIA *Projeto INTOUR - SUSTAINABLE TOUR OPERATOR SUPPLY CHAIN* [english] Available from: <http://www.eaci->

projects.eu/eco/page/Page.jsp?op=project_detail&prid=1909 [online] [accessed at 2 April 2014]

- COMISSAO EUROPEIA *Project TOURLINK* [english] Available from: http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=search.h.dspPage&n_proj_id=2697 [online] [accessed at 2 April 2014]
- COMISSAO EUROPEIA *Life Program* [english] Available from: <http://ec.europa.eu/environment/life/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- COMISSAO EUROPEIA *Welcome to EMAS* [english] Available from: http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm [online] [accessed at 2 April 2014]
- ECEAT PROJECTS Available from: <http://www.eceat-projects.org/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- GLOBAL SOUTIONS *Touch Express Professional 7.08* Available from: www.global-soft.es [online] [accessed at 2 April 2014]
- GLOBAL SUSTAINABLE TOURISM COUNCIL Recognized standards [english] Available from: <http://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/gstc-recognized-standards.html?start=15> [online] [accessed at 2 April 2014]
- GOVERNO DE CANARIAS *Boletín oficial de Canarias BOC Nº 060. Lunes 15 de Mayo de 2000 – 603* [spanish] Published:2000 Spain Available from: <http://www.gobcan.es/boc/2000/060/001.html> [online] [accessed at 2 April 2014]
- GOVERNO DE CANARIAS *Memoria del plan insular de ordenación territorial de Lanzarote Decreto 63/1991, de 9 de Abril (BOC nº80, de 17/06/1991)* Available from: https://www.gobiernodecanarias.org/cmayer/archivoplaneamiento/gesplan/expedienteTerritorial.jsp?p_datagrid_datagridanexo_page_index=0&p_datagrid_datagridanexo_order_index=-1&numexp=2002/3025&p_datagrid_datagridnormativa_page_index=0&p_datagrid_datagridnormativa_order_index=-2 [online] [accessed at 2 April 2014]

- HOTEL MELIA SALINAS *Sostenibilidad en Meliá* [spanish] Available from: <http://www.melia.com/es/hoteles/espana/lanzarote/melia-salinas/Sostenibilidad.html> [online] [accessed at 2 April 2014]
- HOTEL MELIA SALINAS Sustainability Available from: <http://www.melia.com/en/hotels/spain/lanzarote/melia-salinas/Sustainability.html> [online] [accessed at 2 April 2014]
- ISO ISO 14000 Available from: <http://www.iso.org/iso/home/standards/management-standards/iso14000.htm> [online] [accessed at 2 April 2014]
- MELIA Available from: <http://www.melia.com/es/hoteles/home.htm> [online] [accessed at 2 April 2014]
- MELIA HOTELS INTERNACIONAL *Sustainability policy* [english] Available from: <http://www.meliahotelsinternational.com/en/corporate-responsibility/positioning/sustainability-policy> [online] [accessed at 2 April 2014]
- MELIA HOTELS INTERNATIONAL Available from: <http://www.meliahotelsinternational.com/es/sostenibilidad> [online] [accessed at 2 April 2014]
- MARKETMETRIX Available from: <http://corp.marketmetrix.com/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- ONU Available from: <https://www.un.org/en/aboutun/history/links.shtml> [online] [accessed at 2 April 2014]
- ONU *Pacto global da ONU* Available from: <http://unglobalcompact.org/Languages/portuguese/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- REVIEWPRO Available from: <http://www.reviewpro.com> [online] [accessed at 2 April 2014]
- THE GRAN CANARIA OFFICIAL WEBSITE *Sello de calidad turistica* Available from: http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/sicted_en.0.html [online] [accessed at 2 April 2014]

- THE GRAN CANARIA OFFICIAL WEBSITE *Analysis and Reports on Tourism* Published 2013 Available from: http://www.grancanaria.com/patronato_turismo/Analysis-and-Reports-on-Tourism.34404.0.html [online] [accessed at 2 April 2014]
- TRAVELIFE LTD *Organisation* Available from: http://travelife.info/index.php?menu=about_travelife&lang=en [online] [accessed at 2 April 2014]
- TRAVELIFE Available from: <http://www.travelife.org/Hotels/home.asp> [online] [accessed at 2 April 2014]
- TUI *Working with suppliers* [english] Available from: <http://www.tuitravelplc.com/sustainability/working-with-suppliers#.UzorM1dCzYh> [online] [accessed at 2 April 2014]
- TUI AG Available from: <http://www.tui-deutschland.de/td/de/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- TUI TRAVEL PLC Available from: <http://www.tuitravelplc.com/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- TUI TRAVEL PLC *Commitment of our companies* Available from: <http://www.tui-group.com/en/sustainability/companies> [online] [accessed at 2 April 2014]
- TURISTES DE QUALITAT *SICTED* Available from: <http://turistesdequalitat.com/sicted-2/?lang=en> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNEP Available from: <http://www.unep.org/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO *Biosphere reserves* [english] Available from: <http://www.unesco.org/new/es/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/world-network-wnbr/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO *MAB Program* [english] Available from: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological->

[sciences/man-and-biosphere-programme/ 12-02-2014](#)[online] [accessed at 2 April 2014]

- UNESCO *Lanzarote Biosphere reserve information* [english] Available from: <http://www.unesco.org/mabdb/br/brdir/directory/biores.asp?mode=gen&code=s pa+12> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO Lanzarote [english] Available from: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/europe-north-america/spain/lanzarote/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO Available from: <http://en.unesco.org/about-us/introducing-unesco#sthash.zwtzvtvg.dpuf> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO Programa MAB Available from: <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/ecological-sciences/man-and-biosphere-programme/> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO *Convenção de Paris 1972* Available from: <http://whc.unesco.org/archive/convention-pt.pdf> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNESCO *Biosphere reserve nomination form* [english] Published January 2013 Available from: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/biosphere_reserve_nomination_form_2013_en.pdf [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNICEF Programa *hotels amigos* [spanish] Available from: <http://www.unicef.es/cooperacion-internacional/empresas/programa-hoteles-amigos> [online] [accessed at 2 April 2014]
- UNICEF Programa *Hoteles amigos* Available from: <http://www.unicef.es/cooperacion-internacional/empresas/programa-hoteles-amigos> [online] [accessed at 2 April 2014]
- WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT Available from: <http://www.wbcsd.org> [online] [accessed at 2 April 2014]

LIBRO DE NOVEDADES

DIA	1	JULIO	2013
Jueves			

TURNOS:	
Mañana:	
Partido:	
Tarde:	
Noche:	

RELACIÓN DE LATE CHECK-OUT

[illegible]

RELACIÓN DE CAMBIOS DE HABITACIÓN

HAB. ORIGEN	NOMBRE	HAB. DESTINO	CAMBIO en SIHOT	RAZON DEL CAMBIO

NOVEDADES DEL DÍA:

[illegible]

NOVEDADES DEL DÍA (Continuación):

quinta-feira, 1 de agosto de 2013

[illegible]

CAMBIO MP (MÁXIMO 10 PAX)

HABITACIÓN DE CORTESÍA

HORARIO	HAB. CORTESÍA Nº	HAB. CORTESÍA Nº
13 ⁰⁰ -13 ³⁰		
13 ³⁰ -14 ⁰⁰		
14 ⁰⁰ -14 ³⁰		
14 ³⁰ -15 ⁰⁰		
15 ⁰⁰ -15 ³⁰		
15 ³⁰ -16 ⁰⁰		
16 ⁰⁰ -16 ³⁰		
16 ³⁰ -17 ⁰⁰		
17 ⁰⁰ -17 ³⁰		
17 ³⁰ -18 ⁰⁰		

[illegible]

Anexo 3 - Registro de objetos perdidos

[illegible]

LLAVE MAESTRA

[illegible]

ADDITIONAL ROOM CHARGE

DATE :

We would like to move into a Villa and agree to pay the additional charge of
.....Euros per night for the period of
.....until.....

Total amount :

Guest Signature,

Handled by,

Roomnumber :

Anexo 6 - Registro de ocorrências diárias (exemplo)

Nº HAB.	INCIDENCIAS 01 DE JULIO 2013	SEGUIMIENTO
	TV NO FUNCIONA	OK CON CLIENTE
	CISTERNA MAL	OK CON CLIENTE
	BOMBILLA TECHO Y MESITA FUNDIDA	OK CON CLIENTE
	NO HAY LUZ	OK CON PISOS
	NO HAY WIFI	CLIENTE NO CONTESTA
	A/C NO FUNCIONA	OK CON SSTT
	PUERTA NO ABRE	CLIENTE NO CONTESTA
	LAVABO PIERDE AGUA	CLIENTE NO CONTESTA

Anexo 7 - Mapa mensal de ocorrências (exemplo).

PROBLEMAS CISTERNAS HAB.. - Fecha : JUNIO 2013									
PLANTA 0		PLANTA 1		PLANTA 2		PLANTA 3		PLANTA 4	
001.	002.	101	102	201	202	301	302	401	402
003.	004.	103	104	203	204	303	304	403	404
005.	006.	105	106	205	206	305	306	405	406
007.	008.	107	108	207	208	307	308	407	408
009.	010.	109	110	209	210	309	310	409	410
011.	012.	111	112	211	212	311	312	411	412
013.	014.	113	114	213	214	313	314	413	414
015.	016.	115	116	215	216	315	316	415	416
017.	018.	117	118	217	218	317	318	417	418
019.	020.	119	120	219	220	319	320	419	420
021.	022.	121	122	221	222	321	322	421	422
023.	024.	123	124	223	224	323	324	423	424
025.	026.	125	126	225	226	325	326	425	426
		127	128	227	228	327	328	427	428
		129	130	229	230	329	330	429	430
		131	132	231	232	331	332	431	432
		133	134	233	234	333	334	433	434
		135	136	235	236	335	336	435	436
		137	138	237	238	337	338	437	438
		139	140	239	240	339	340	439	440
		141	142	241	242	341	342	441	442
		143	144	243	244	343	344	443	444
		145	146	245	246	345	346	445	446
		147	148	247	248	347	348	447	448
		149	150	249	250	349	350	449	450
		151	152	251	252	351	352	451	452
		153	154	253	254		354		
		155	156	255	256		356		
		157	158	257	258		358		
		159	160	259	260				
		161	162	261	262				
		163	164	263					
		165	166	265					
		167		267					
		169		269					
		171		271					
		173							
		175							
		177							
		179							
TOTAL CISTERNAS DAÑADAS		10							

TU TAMBIÉN TIENES QUE SABERLO...

06 DE JULIO 2013

HOY: 60,00%

CLIENTES ALOJADOS: 321

MAÑANA: 60,32%

PUNTUACIÓN MARKET METRIX:

HOY: 83.50% JUNIO: 83.90%

PUNTUACIÓN TRIPADVISOR:

ESTA SEMANA: 82,30%

SEMANA PASADA: 82.50%

CIERRE NOCHE ANTERIOR	AYER	% General Occupancy	In House Room/Pax	HOY			% General Occupancy	In House Room/Pax
		58,89%	159hab/315pax				59,63%	161hab/321pax
PENSIONES:			DESAYUNO	ALMUERZO	CENA	PC	TI	
			375	7A	293	7A	42	

PRONÓSTICO DEL TIEMPO			
Hoy 24° máx y 20° min. Lluvia 7 %		Mañana 23° máx y 19° min. Lluvia 5 %	

HABITUALES Y MUY HABITUALES SIN The Level								LLEGADAS DEL DÍA SERVICIO REAL				
NOMBRE	CENA	CONTACTO	LLAMADA CORTESIA	HABIT	Nº HABIT	LLEGADA	SALIDA		SEK		07-jul	08-jul
									SEC		07-jul	13-jul
HUESPEDES VIP Y CON TARJETA MAS GOLD Y PLATINUM									SMVC		07-jul	14-jul
		RECEPCION		C2T- AAVV		30-jun	07-jul		SMVC		07-jul	14-jul
		RECEPCION		C2T/VIP AGENCIA		01-jul	08-jul		EJS		07-jul	18-jul
		RECEPCION		C2T/VIP AGENCIA		01-jul	08-jul		EVD		07-jul	21-jul
		RECEPCION		B2V - T GOLD		01-jul	08-jul		C2T- NOVIOS		07-jul	14-jul
		RECEPCION		C2T- VIP		02-jul	09-jul		B2V		07-jul	14-jul
									EVD/EJS/MKS/SEC SIN LEVEL			
									B2V/EJS		27-jun	07-jul
									EJS		03-jul	10-jul
									EJS		03-jul	10-jul
									EJS		27-jun	11-jul
HUESPEDES The Level									B2V/EVD		27-jun	11-jul
NOMBRE	CENA	CONTACTO	LLAMADA CORTESIA	HABIT	Nº HABIT	LLEGADA	SALIDA		EJS		04-jul	11-jul
			VARIAS	SEK		16-jun	07-jul		EVD		03-jul	17-jul
			VARIAS	SEK		27-jun	07-jul					
			VARIAS	EJS		30-jun	07-jul					
			VARIAS	SEK		01-jul	07-jul	C2T/ B2V CON ACCESO A THE LEVEL				
			VARIAS	EJS/GOL		02-jul	07-jul		B2V		04-jul	11-jul
			VARIAS	SMV		03-jul	07-jul		B2V		02-jul	13-jul
				EJS		06-jul	07-jul	NOVIOS Y ANIVERSARIO DE BODAS				
			NO CONTESTA	SMV		30-jun	08-jul		C2T- NOVIOS		30-jun	07-jul
	SI		NO CONTESTA	SMV		01-jul	08-jul	EJS-ANIVERSARIO				
			VARIAS	SMV		01-jul	08-jul					
				SEK		05-jul	08-jul	CUMPLEAÑOS DEL DIA				
			NO CONTESTA	EJS-NOVIOS		03-jul	10-jul					
	SI		VARIAS	EJS		04-jul	10-jul					
			NO CONTESTA	SEK/PLATINIUM		04-jul	11-jul	PREVISION DE HABITUALES				
				EJS		04-jul	12-jul		B2V		10-jul	14-jul
				SEK		05-jul	12-jul		B2V		16-jul	23-jul
				SMV		05-jul	12-jul		B2V	420	21-jul	18-ago
				SMV/PLATINIUM		05-jul	12-jul		SEC	402-404	31-jul	01-sep
SPICES SHOW COOKING (DESAYUNO) 08:00 - 10:30 (CENA) 18:30 - 22:00 (BUFFET SHOW COOKING Y A LA CARTA).												
ESENCIA CANARIA (ALMUERZO) 13:00 - 15:30 (CERRADO)												
RESTAURANTE A LA CARTA MAREA (CENA) 19:00-23:00. CERRADO LOS LUNES												
CHEESE AND WINE 12:00-19:00. CERRADO LOS LUNES												
HORARIO PISCINA 08:00 - 20:00 Y BAR O GRILLE 10:00 - 18:00.												
ONIX LOUNGE 18:00 - 00:00. THE LEVEL LOUNGE 10:00 - 20:00												
GIMNASIO 08:00 - 20:00.												
ACTIVIDADES DE NIÑOS-ACTIVIDADES: CONSULTAR PROGRAMA DEL DIA												
PELUQUERIA (EXT. 30) 10:00 - 13:00/16:00 - 20:00. Cerrada jueves por la mañana y domingo.												
SAUNA - MASAJE (EXT. 34) 11:00 - 13:00 Y 16:00 - 20:00 (Domingos Cerrado).												
THE LEVEL POOL BAR*****SOLO PARA ADULTOS (11:00 - 18:00)												

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	CENA A LA CARTA ESENCIA CANARIA DE 25 DE JUNIO - MENU 2										
2	NOMBRE	HAB.	PAX	PENSION	EUROS	CARNE	PESCADO	MESA	OBS		
3		403	2	TI	40 €	1	1				
4		405	2	M/P	40 €	1	1	balcony by the glass			
5		448	3	M/P	60 €	3					
6		443	1	M/P	20 €	1					
7		441	2	M/P	40 €	2					
8		349	2	TI	40 €		2				
9		112	2	MP	40 €	1	1				
10											
11											
12											
13	TOTAL PAX		14		280 €	9	5				
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
	25-06	28-06	01-07								

Anexo 13 - Ocorrências mensais

[illegible]

Anexo 11 - Carta de boas-vindas villas

Estimado Sr. Rodríguez,

Le damos nuestra más cordial bienvenida a las **Garden Villas** del Meliá Salinas. Se trata de un grupo de diez villas de origen e influencia balinesa integradas en el estilo arquitectónico de la isla y distribuidas alrededor de un exuberante paisaje en total armonía con el entorno lanzaroteño.

Cada una de nuestras singulares villas está dotada de piscina y jardín privado, cenador, baño de ensueño, tradicional cama elevada balinesa "bale-bengong", y toda una clase de servicios para evadirse en un paraíso único y satisfacer sus expectativas. Las **Garden Villas** son el lugar ideal para disfrutar de la "Isla de los volcanes" en total intimidad y lujo exquisito.

Según palabras de su arquitecto, Álvaro Sans "Todo lo que veis en ellas es un canto a esta tierra, a sus materiales, a su climatología, a sus colores, a sus vientos."

Durante su estancia no sólo vivirá el encanto propio de las **Garden Villas**, sino que disfrutará de un servicio personalizado de la mano de nuestro personal de dilatada experiencia.

Confiamos que guarde un recuerdo memorable de nuestras Villas, únicas y exclusivas en Europa.

Todos nosotros estamos a su entera disposición, teniendo siempre a la línea Meliá Conecta (Atención al Cliente), extensión 700-30-31 o personalmente para ayudarles en cualquier momento y aprovechamos la ocasión para desearle una feliz estancia.

Sandra Guervós
Directora General

Wi-Fi: melia
Username: salinaswifimelia
Password: 2013melia



Anexo 12 – Carta de check-out PT

Caros Sres.

Em nome de toda a equipa humana do Hotel Melia Salinas, gostaria de agradecer a sua preferência. Espero que a sua estadia tenha sido o mais agradável possível e confio ter a oportunidade de poder acolher-vos uma vez mais, aqui, no Hotel Melia Salinas & the Garden Villas.

Desejamos-lhes uma feliz viagem de regresso a casa.

Atentamente,

Sandra Guervós
Directora Geral



¿Cómo le fue
en su visita?

Cuando llegue a casa, le
agradeceríamos que nos
calificara en TripAdvisor.

www.tripadvisor.es/tucritica

Gracias por sus amables comentarios.



Con más de 25 millones de críticas y opiniones de viajeros,
TripAdvisor es la página web que ayuda a más de 15 millones de
viajeros cada semana a planificar un viaje perfecto.

Guest On Line (GOL)

Fecha: 09/06/2013

Clientes: SRES.

Habitación:

Titular de reserva:

Entrada: 04/06/2013

Salida: 14/06/2013

- Incidencia
- Los señores vienen a GSA comentando ---
-

Solución: Le pido disculpas por estos detalles....
Se le sube A la habitación.

Firma de la persona que lo ha escrito

POLITICA DE MEDIOAMBIENTE

Conscientes de la importancia de mantener un desarrollo turístico sostenible, y asumidos los principios adoptados específicamente en la Carta Mundial del Turismo Sostenible, el **HOTEL MELIA SALINAS** se compromete a llevar a cabo una gestión sostenible de sus actividades, mediante la adopción de compromisos orientados a prevenir, eliminar o reducir el impacto de nuestras instalaciones y actividades, tanto internas como externas, así como optimizar la sostenibilidad del establecimiento mejorando su comportamiento con el entorno.

Así mismo, nos comprometemos a motivar y formar a nuestro personal con acciones formativas y de concienciación sobre los principios del Turismo Responsable, a promover las buenas prácticas medioambientales en el entorno y participar en actividades externas, y a informar tanto interna como externamente sobre los avances y actuaciones medioambientales de la empresa.

Uno de nuestros principales objetivos es perfeccionar la gestión sostenible, asumiendo los compromisos de mejora continua en todos los ámbitos de la sostenibilidad: social, económico y ambiental, así como en la satisfacción del cliente. Para ello, se someterán los proyectos de futuras ampliaciones de las instalaciones o actividades a criterios de sostenibilidad y eficiencia en el uso de recursos.

Esta Política de Turismo Responsable se actualizará siempre que las circunstancias lo requieran, adoptando y publicando en ambos casos nuevos objetivos de sostenibilidad.

Lanzarote a 15 de Febrero de 2013

Sandra Guervós Gullón
Director General

MELIÀ

SALINAS

LANZAROTE

INFORME DE

TRAVELIFE



En Lanzarote el 14 de Mayo de 2013

1. POLITICA DE MEDIOAMBIENTE

Conscientes de la importancia de mantener un desarrollo turístico sostenible, y asumidos los principios adoptados específicamente en la Carta Mundial del Turismo Sostenible, el **HOTEL MELIA SALINAS** se compromete a llevar a cabo una gestión sostenible de sus actividades, mediante la adopción de compromisos orientados a prevenir, eliminar o reducir el impacto de nuestras instalaciones y actividades, tanto internas como externas, así como optimizar la sostenibilidad del establecimiento mejorando su comportamiento con el entorno.

Así mismo, nos comprometemos a motivar y formar a nuestro personal con acciones formativas y de concienciación sobre los principios del Turismo Responsable, a promover las buenas prácticas medioambientales en el entorno y participar en actividades externas, y a informar tanto interna como externamente sobre los avances y actuaciones medioambientales de la empresa.

Uno de nuestros principales objetivos es perfeccionar la gestión sostenible, asumiendo los compromisos de mejora continua en todos los ámbitos de la sostenibilidad: social, económico y ambiental, así como en la satisfacción del cliente. Para ello, se someterán los proyectos de futuras ampliaciones de las instalaciones o actividades a criterios de sostenibilidad y eficiencia en el uso de recursos.

Esta Política de Turismo Responsable se actualizará siempre que las circunstancias lo requieran, adoptando y publicando en ambos casos nuevos objetivos de sostenibilidad.

2. NUESTRO NEGOCIO

El Hotel Meliá Salinas & Garden Villas, hotel vacacional con categoría 5*GL, y perteneciente a la cadena hotelera Meliá Hotels International, lleva a cabo desde hace 37 años la actividad turística ofreciendo a sus clientes servicios de alojamiento, gastronomía y ocio.

Meliá Hotels International cuenta con una cartera de más de 350 hoteles repartidos en todo el mundo, y bajo el nombre de diferentes marcas. El Hotel cuenta con 270 unidades de alojamiento distribuidas en 4 plantas y una zona exclusiva en la que se ubican las Garden Villas.

Dispone de 3 restaurantes con diferentes tipos de oferta gastronómica, 3 bares, y un centro de convenciones con 5 salones. Para completar su oferta y dar un servicio propio a su categoría dispone de dos piscinas de agua salada, tiendas, gimnasio, campo de práctica de golf, centro de salud y belleza, peluquería y otras zonas de ocio.

En el Hotel Meliá Salinas & Garden Villas trabajan actualmente una media de 131 empleados, cantidad que varía dependiendo de la ocupación. Atendiendo al mes del año en que nos encontremos la tasa de ocupación, así como los ingresos pueden variar.

En meses de alta ocupación, como son julio o agosto se generan ingresos de hasta 1.000.000€ y en temporada baja los ingresos oscilan entre los 400.000€ y los 500.000€.

¿Cómo estamos llevando a cabo nuestro compromiso sostenible?

-Hemos diseñado una política de medioambiente y hemos informado a los empleados, a organizaciones del entorno turístico y a los clientes. Esta información la recibirán a través de posters, en un tablón destinado exclusivamente en el comedor de personal para temas de Sostenibilidad y a través de conferencias. Los clientes conocerán nuestra iniciativa a través del Handbook que se encuentra a su disposición en el lobby de Recepción y a los demás por vía e-mail. **(Ver Handbook y Política medioambiental)**

-Concienciamos a los empleados de la importancia de llevar a cabo acciones sociales y medioambientales tratando de que colaboren con estas acciones. **(Ver posters)**

-Registramos todas las acciones referentes al ámbito sostenible que se realicen. **(Ver acciones sociales)**

-Llevar un control de los consumos y hacer comparativas para ver la evolución.

(Ver consumos energéticos)

-En la medida de lo posible participamos en foros relacionados con el medioambiente.



MINIMIZAR EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL

Somos conscientes de que, como resultado de nuestra actividad, generamos un gran impacto negativo en el medioambiente y por eso creemos en la necesidad de tomar medidas para reducir este impacto y trabajar de manera sostenible. Trataremos de aplicar en la medida de lo posible las 3R: Reducir, reciclar y reusar.

-Implantamos y llevamos a cabo las Buenas Prácticas propias de cada Departamento para implantar las 3 R. **(Ver buenas prácticas)**

-Gestionamos de manera eficiente los residuos peligrosos y comenzamos con el proceso de reciclaje. Cumplimos con los requisitos que se piden para realizar estos actos de manera legal y registramos todos los datos de recogida para poder llevar a cabo un control y un seguimiento. **(Ver Punto Sostenible, cuarto de residuos peligrosos)**

-Controlamos el consumo de energía: el personal debe aplicar las buenas prácticas diseñadas para cada Departamento, sensibilizamos a los clientes e invertimos en luminarias de bajo consumo.

-Minimizamos el consumo de agua: Aplicamos las buenas prácticas e informamos a los clientes de cómo pueden colaborar. En nuestro hotel contamos con una desalinizadora por lo que el consumo de agua es mínimo. **(Ver tarjeta cambio de sábanas y toallas)**

-Reducir la cantidad de residuos: Aplicar las buenas prácticas diseñadas para cada Departamento.

-Estamos sustituyendo refrigerantes que contienen clorofluocarbonos por otros más ecológicos.

-Colaboramos en el ámbito social, cultural y económico: Donamos comida, dinero y hacemos contribuciones para ayudar con el desarrollo de actividades que estén relacionadas con la sostenibilidad. Las donaciones que hacemos

son de carácter económico, patrocinios e intercambios de alojamiento (**Ver colaboraciones, ver acciones sociales**)

PERSONAS INVOLUCRADAS

La responsabilidad social también forma parte de la sostenibilidad, por ello debemos colaborar en la medida de lo posible con todos aquellos grupos de interés que se ven afectados o influenciados por el desarrollo de nuestro negocio, ya sea de manera positiva o negativa.

EMPLEADOS: Generamos empleo, existe una legalidad contractual, ofrecemos formación continua, salarios basados en el convenio de hostelería, existencia de representantes de los trabajadores, se llevan a cabo medidas de seguridad y salud, pago de horas extras, transportes, lavado de uniformes y los empleados son libres de continuar o no prestando sus servicios a la empresa.

CLIENTES: Informar sobre el destino, cultura local, ofrecemos actividades y servicios relacionados con el medioambiente. A través de nuestro compromiso y nuestra política medioambiental, les informamos de cómo pueden colaborar a minimizar el impacto medioambiental.

PROVEEDORES: Seleccionamos a aquellos proveedores homologados para la retirada de residuos peligrosos y de los residuos urbanos. Tratamos en la medida de lo posible realizar compra a los proveedores locales aunque muchos nos vienen estipulados desde Central.

LA DIRECCION: La Dirección del hotel es la responsable de facilitarnos los medios necesarios para llevar a cabo todas estas acciones y actividades, y es la principal interesada en informar a nuestros clientes, empleados y proveedores del compromiso que tenemos como empresa.

Todos los grupos de interés que participan directa o indirectamente en el desarrollo de nuestra actividad, son clave para el buen funcionamiento de un entorno sostenible y sensible con el medioambiente.

No olvidemos la frase de nuestro presidente el Sr. Escarrer, dónde se deja muy claro la intención de nuestra empresa.... "Sin Sostenibilidad no habrá turismo"

Compromiso con el cambio climático y el medioambiente Ongoing Efforts for Climate and Environment

En el hotel Meliá Salinas trabajamos para desarrollar nuestra actividad de manera eficiente y pensando en el cuidado del medioambiente. Nuestro compromiso en el ámbito sostenible se basa en nuestro deseo de proteger, perseverar y mejorar el mundo natural del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.

In the Meliá Salinas Hotel we work to develop our activity in a way that we respect and conserve the environment. Our commitment to the environment is based on our interest in protecting, preserving, and improve the natural world of the present without compromising the ability of future generations

CONSUMO DE ENERGÍA ENERGY CONSUMPTION

Tratamos de minimizar en la medida de lo posible el consumo de electricidad sin alterar su confort.
We reduce electricity consumption as much as possible without compromising your comfort.

CONSUMO DE AGUA WATER CONSUMPTION

Minimizamos el consumo de agua en la medida de lo posible a través de la desalinización del agua del mar.
We minimize water consumption as much as possible. Fresh water is produced by desalination of sea water.

GESTIÓN DE RESIDUOS WASTE MANAGEMENT

Adoptamos una serie de acciones que permiten **Reducir** (evitando embalajes innecesarios) y **Reciclar (a través de la separación selectiva)** los materiales que componen los productos que adquirimos.

*Our waste is **Reduced** (by avoiding unnecessary packaging) and **Recycled** (through waste separating).*

GESTIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS DANGEROUS WASTE MANAGEMENT

Disponemos de un cuarto destinado al correcto depósito de los residuos peligrosos, tales como: pilas, baterías, tóner, aerosoles, trapos impregnados de disolventes, restos de pintura, envases metálicos o plásticos que hayan contenido residuos peligrosos, etc.)

We have a room available for us to separate and deposit our dangerous waste such as batteries, toner, aerosols, clothes steeped in solvent, paint remains, metal or plastic containers that used to have dangerous products, etc.

USTED TAMBIEN PUEDE COLABORAR YOU CAN ALSO CONTRIBUTE

Apague las luces cuando no sea necesario tenerlas encendidas

Turn off lights when you do not need them

Utilice el aire acondicionado sólo cuando sea necesario

Use air condition only when necessary

Deposite la basura en los recipientes de reciclaje

Deposit your waste in the recycling bins

Trate de reducir la cantidad de residuos producidos

Try to reduce the quantity of waste produced

No dejar correr el agua del grifo si no se usa

Never leave the water tap running

Utilice las toallas más de una vez

Use your towels more than once

GRACIAS POR COLABORAR A LA MEJORA DEL MEDIOAMBIENTE!

THANK YOU FOR CARING THE ENVIRONMENT!

[illegible]