

# Práticas de gestão de uma empresa de hotelaria: o caso do La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*

Relatório de Estágio

Pedro Miguel Garcia Medeiros

Mestrado em

**Ciências Económicas e Empresariais**



# Práticas de gestão de uma empresa de hotelaria: o caso do La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*

Relatório de Estágio

Pedro Miguel Garcia Medeiros

## Orientador

Prof. Doutor João Carlos Aguiar Teixeira

Relatório de estágio submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças e Contabilidade.



## RESUMO

O presente relatório é o resultado final do estágio realizado no âmbito do mestrado em Ciências Económicas e Empresariais da Universidade dos Açores, que decorreu de 14 de outubro de 2018 a 15 de março de 2019, no La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*, com localização em Puerto del Carmen, na ilha de Lanzarote do arquipélago das Canárias, Espanha. A principal atividade desta instituição é a hotelaria, disponibilizando acomodação, experiência gastronómica e tratamentos de *spa* para os seus hóspedes.

Neste relatório, apresentam-se as atividades desenvolvidas ao longo do estágio, tendo em conta os conceitos teóricos aprendidos ao longo do percurso académico, na licenciatura em Gestão e no mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, tendo-se aplicado alguns destes conceitos durante o estágio.

Primeiramente, apresenta-se uma introdução ao turismo da ilha, uma caracterização do hotel e da sua história, seguindo-se a descrição das atividades desenvolvidas ao longo do estágio e, por último, desenvolve-se uma análise crítica à instituição de acolhimento e às atividades desenvolvidas.

Palavras-chave: Lanzarote, turismo, hotelaria, receção.

## ABSTRACT

This report is the final result of the internship for the master degree in Economics and Business Sciences of the University of the Azores, which ran from October 14<sup>th</sup> 2018 until March 15<sup>th</sup> 2019 at the La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*, based in the island of Lanzarote from the archipelago of the Canary islands, Spain. The main activity of this institution is hospitality, providing accommodation, gastronomic experiences and *spa* treatments for the guests.

This report shows the activities developed during the internship, taking into account the theoretical concepts learned during the undergraduate degree in Management and master degree in Economics and Business Sciences, applying some of these concepts during the internship.

Firstly, there is an introduction to the tourism in the island, a characterization of the hotel and its history, followed by a description of the activities carried out along the curricular stage and, finally, there is a critical analysis of the host institution and the activities.

Keywords: Lanzarote, tourism, hospitality, reception.

## AGRADECIMENTOS

É com uma enorme satisfação que após vários anos de muito esforço e dedicação, sempre apoiado por imensas pessoas do meu círculo pessoal e não só, isto porque sem todos os professores que tive até hoje nunca teria conseguido chegar aqui, que vejo cada vez mais próximo o fim da minha etapa de formação escolar com a obtenção do grau de mestre e o começo de uma nova etapa para a minha vida. É então, para todos estes que me ajudaram de uma ou de outra forma, que dedico esta página de agradecimentos.

Ao meu orientador, o Prof. Doutor João Carlos Aguiar Teixeira, quero agradecer por ter aceite o meu convite para ser seu orientando, por toda a sua disponibilidade, críticas construtivas, conselhos e bem como por todo seu tempo despendido comigo, para a realização do relatório de estágio.

Um agradecimento a todo o grupo empresarial ao qual me inseri, principalmente a todos os trabalhadores do hotel, que me acolheram muito bem. Também faço questão de mencionar a senhora Graça Cavaco do Gabinete de Relações Externas da Universidade dos Açores, pela sua ajuda na obtenção deste estágio.

Por fim, guardando os principais para o fim, um obrigado muito grande aos meus pais e irmãos que sempre me deram todas as condições e educação necessária para poder crescer até este ponto de viragem na minha vida. A todos os restantes membros da minha família, pelo seu apoio. Também um grande obrigado à minha namorada de longa duração que esteve comigo durante grande parte do meu percurso académico e a todos os meus amigos, mais chegados ou não, por todo o contributo que tiveram no meu sucesso escolar e pessoal.

## ÍNDICE

RESUMO .....	i
ABSTRACT .....	ii
AGRADECIMENTOS .....	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE TABELAS .....	vi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vii
CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO .....	1
CAPÍTULO II – A ILHA DE LANZAROTE E O TURISMO.....	3
2.1 Apresentação da ilha de Lanzarote .....	3
2.2 O turismo em Lanzarote .....	4
CAPÍTULO III – LA ISLA Y EL MAR HOTEL BOUTIQUE ***** .....	12
3.1 Grupo Martinez Hermanos .....	12
3.2 História do hotel.....	13
3.3 Caracterização do hotel.....	13
3.4 Caracterização da receção do hotel.....	16
3.5 Missão, visão e objetivos do hotel .....	17
3.6 Estrutura e organograma do hotel.....	19
CAPÍTULO IV – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO.....	21
4.1 Atividades de faturação.....	21
4.1.1 Revisão de faturas do <i>pool bar</i> e do restaurante <i>buffet</i> .....	21
4.1.2 Pagamentos de clientes.....	22
4.1.3 Contagem da caixa .....	23
4.1.4 Cálculo e controlo das comissões.....	23
4.1.5 Cobrança das reservas .....	24
4.2 Atividades de trabalho administrativo .....	24
4.2.1 Informe de produção diário .....	25
4.2.2 Preparação dos <i>check-ins</i> e revisão dos <i>check-outs</i> .....	25
4.2.3 <i>Check-ins</i> do Luxury Marabo Suítes.....	26
4.2.4 Reservas e a sua organização no sistema de gestão .....	27
4.2.5 Registo de incidências.....	29
4.2.6 <i>Rooming list</i> e envio de faturas .....	29
4.2.7 Inventário de objetos perdidos e controlo do <i>stock</i> de bebidas.....	30
4.3 Atividades de atenção ao cliente.....	31

4.3.1 Reservas para o restaurante <i>à la carte</i> .....	31
4.3.2 <i>Room Service</i> .....	32
4.3.3 Respostas a <i>e-mails</i> e telefonemas .....	33
4.3.4 <i>Check-in</i> .....	34
4.3.5 <i>Check-out</i> .....	35
4.3.6 Resolução de problemas dos clientes .....	36
4.3.7 Pedidos dos clientes .....	37
CAPÍTULO V – ANÁLISE CRÍTICA AO ESTÁGIO .....	40
5.1 Análise crítica ao hotel .....	40
5.2 Análise crítica às atividades realizadas.....	47
5.2.1 Análise crítica à atividade de faturação .....	47
5.2.2 Análise crítica à atividade administrativa .....	48
5.2.3 Análise crítica à atividade de atenção ao cliente .....	49
5.3 Aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e o mestrado.....	50
CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO.....	54
REFERÊNCIAS WEB .....	56
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	57

## ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Evolução do número médio de turistas, de camas para alojamento e do número médio de noites em Lanzarote.....	5
Tabela 2. Evolução do preço médio por noite em Lanzarote.....	8
Tabela 3. Número de empregos registados por tipos de atividade em Lanzarote.....	8
Tabela 4. Decomposição dos empregos registados na área de serviços em Lanzarote....	9
Tabela 5. Número de estabelecimentos registados por ano em Lanzarote.....	10

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolução da taxa de desemprego em Lanzarote.....	10
Figura 2. Interior do La Isla y El Mar Hotel Boutique ***** .....	14
Figura 3. Receção do La Isla y El Mar Hotel Boutique ***** .....	16
Figura 4. Organograma oficial do hotel do dia 22 de novembro de 2018.....	20

## CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

Este relatório é reflexo da realização de um estágio curricular integrado no mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças e Contabilidade, lecionado na Universidade dos Açores, tendo como objetivo apresentar a ilha de Lanzarote e o seu setor de turismo, dar a conhecer o grupo Martinez Hermanos, descrever a instituição de acolhimento, relatar as atividades desempenhadas ao longo do estágio e desenvolver uma análise crítica à instituição e às atividades realizadas.

O estágio realizou-se no La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*, sediado em Puerto del Carmen, na ilha de Lanzarote, em Espanha, no âmbito do programa ERASMUS+, entre 14 de outubro de 2018 e 15 de março de 2019, sob a orientação de Ana Yare, responsável pelo departamento de Recursos Humanos, Qualidade e Meio Ambiente do hotel e pelo Prof. Doutor João Teixeira, orientador da Universidade dos Açores.

O estágio teve como principal objetivo o desenvolvimento de competências no departamento de receção e atenção ao cliente, aplicando conceitos teóricos e práticos estudados ao longo da licenciatura em Gestão e do mestrado em Ciências Económicas e Empresariais com especialização em Finanças e Contabilidade, ambos da Universidade dos Açores.

O presente relatório está dividido em seis capítulos. Para além do capítulo de introdução, segue-se o segundo capítulo, com uma apresentação da ilha de Lanzarote e do setor de atividade sobre qual se insere a maioria dos serviços realizados pelo grupo empresarial onde foi realizado o estágio, o turismo.

No terceiro capítulo, apresenta-se o Grupo Martinez, a história do hotel, a sua caracterização, a descrição do departamento de receção, a missão, visão e objetivos do hotel, a sua estrutura e organograma.

O quarto capítulo contempla a descrição das atividades desenvolvidas ao longo de todo o estágio, elencando as tarefas em três grupos principais, o de trabalho relacionado com faturação, de trabalho administrativo e o de atenção ao cliente.

No quinto capítulo, relatam-se as atividades realizadas, desenvolve-se uma análise crítica ao estágio, ao hotel e às tarefas desenvolvidas e apresenta-se a relação do estágio com os conteúdos lecionados na licenciatura e no mestrado.

Por fim, no sexto capítulo, discutem-se as conclusões do relatório.

## CAPÍTULO II – A ILHA DE LANZAROTE E O TURISMO

Neste capítulo, elabora-se uma pequena introdução a Lanzarote, com a demonstração da evolução do turismo na mesma e o seu reflexo em alguns indicadores, que foram afetados de uma forma positiva devido ao crescimento do turismo na ilha.

### 2.1 Apresentação da ilha de Lanzarote

Lanzarote é uma das sete ilhas do arquipélago das Canárias, que pertencem a Espanha. Segundo informações retiradas do portal *viagallica*, o seu nome provém do seu descobridor, Lanceloto Malocello, que descobriu a ilha no início do século XIII. Lanzarote é a ilha mais a ocidente do arquipélago das Canárias, a 140 quilómetros do ponto mais próximo da costa africana, Cabo Juby, na costa de Marrocos. É composta pela ilha principal com cerca de 807 quilómetros quadrados, com aproximadamente 58 quilómetros de comprimento e também pelo arquipélago Chinijo, composto por um conjunto de ilhas pequenas (ilhas La Graciosa, Montaña Clara, Alegranza e os Roques del Oeste e Este), sendo a maior delas *La Graciosa*, com 27 quilómetros quadrados e a única que é habitada. No seu total, a ilha de Lanzarote e o arquipélago de pequenas ilhas que lhe pertencem têm um total de 846 quilómetros quadrados, sendo assim um pouco maior que a ilha de São Miguel, contando, em 2018, com uma população total de 149 183 habitantes. O seu ponto mais alto é a montanha Peñas del Chache com 670 metros acima do nível do mar.

Tal como as restantes ilhas do arquipélago canário, Lanzarote é de origem vulcânica, característica que atrai um grande número de turistas que procuram descobrir a sua história vulcânica e as suas paisagens totalmente diferentes das que normalmente as

peças estão habituadas. As últimas erupções na ilha remontam ao século XIX, especificamente a 1824.

Devido ao seu posicionamento geográfico, situada numa zona de clima subtropical onde a ocorrência de precipitação é quase inexistente, o clima de Lanzarote é diferente do das outras ilhas das Canárias, exceção de Fuerteventura que tem o mesmo tipo de clima. Além da diferente localização, as restantes ilhas têm montanhas altas que formam uma barreira para a passagem dos ventos alísios, provenientes da linha do Equador, formando o chamado "mar de nuvens", criando condições para a chuva. Lanzarote, por outro lado, não possui tais barreiras naturais e, portanto, o "mar de nuvens" não chega a ser produzido. Todo este conjunto de circunstâncias faz com que a temperatura da ilha seja agradável durante todo o ano, com a temperatura média no inverno a não baixar dos 16 graus.

## **2.2 O turismo em Lanzarote**

De acordo com Lemes (2005), antes da total dependência da ilha do setor de turismo, a sua economia era baseada principalmente na pesca, na criação de animais e no cultivo de alguns produtos agrícolas. Até à década dos anos sessenta a ilha encontrava-se estagnada, com pouca população, com uma baixa formação, sendo a maior parte pertencente a uma classe social mais elevada, pouco empreendedora.

Tudo isto foi mudando pouco a pouco, com a implementação do setor turístico de modo a colocar Lanzarote entre os destinos de férias dos europeus. O turismo acabou por se converter no motor principal da atividade económica, alterando por completo as perspectivas futuras da ilha e da sua economia.

Como era objetivo, o número de visitantes anuais tem vindo a aumentar com o aumento da aposta no turismo de Lanzarote para mercado de destinos turísticos, como se pode verificar na Tabela 1. O número de turistas tem vindo sempre a crescer de uma forma geral, sendo que em 1967 registava apenas 9 565 visitantes, valor que foi aumentando gradualmente com a aposta da ilha neste setor. Na década de setenta houve um grande aumento no número de visitantes, passando de 25 235 em 1970 para 174 709 no ano de 1980, o que representa um aumento de 149 474 visitantes, aproximadamente sete vezes mais.

**Tabela 1. Evolução do número médio de turistas, de camas para alojamento e do número médio de noites em Lanzarote**

Ano	Número de turistas	Número de camas para alojamento	Número médio de noites
1967	9 565	-	-
1970	25 235	-	-
1980	174 709	-	-
1990	877 118	35 080	-
2000	1 801 201	58 132	11,35
2003	1 946 775	64 811	10,19
2006	1 780 161	65 293	9,34
2009	1 367 483	63 421	8,51
2012	2 114 664	74 789	8,86
2015	2 640 862	71 466	8,99
2016	2 915 727	72 376	9,15
2017	3 146 177	72 527	8,76
2018	3 063 108	72 193	-

Fonte: Anuário estatístico de 1986, 2005, 2006, 2009 de Lanzarote e documento referente a *Entradas de turistas a Lanzarote según país de residencia. Evolución (2010-18)*.

Durante a década de oitenta até à década de noventa, o turismo tem uma grande ascensão, passando o número de visitantes de 174 709 para 877 118, o que representa um aumento de 702 409 no número de turistas que visitaram a ilha, sensivelmente 5 vezes

mais. Em 1990, o número de camas disponibilizadas para alojamento turístico era de 35 080.

Entre os anos de 1990 e de 2000 ocorre uma evolução no número de visitantes, passando de 877 118 em 1990 para 1 801 201 em 2000. Este incremento representa um pouco mais do que o dobro de visitantes registados em 1990, num aumento total no número de visitantes de 924 083. Relativamente ao número de camas disponibilizadas, passou de 35 080 para 58 132, no espaço temporal de dez anos, o que representa um acréscimo de 23 052 camas. Igualmente, em 2000, o número médio de noites que o visitante passava na ilha era de 11,35 noites.

Desde o ano de 2000 até ao ano de 2003 o setor turístico da ilha regista uma pequena evolução, seguida de uma grande diminuição da afluência de turistas, chegando a reduzir um pouco mais de meio milhão de visitantes até ao ano de 2009. Relativamente ao número de camas, houve um incremento de 5 289 e o número médio de noites que um turista passava na ilha desceu de 11,35 para 8,51 noites, o que representa uma diminuição de 2,84 noites.

Desde 2009 até ao ano de 2017, o setor turístico tem vindo a aumentar, mais do que duplicando o número de visitantes. Alcançou, inclusive, o maior número de turistas que alguma vez teve, no ano de 2017, num total de 3 146 177 visitantes. Em relação ao número de camas disponibilizadas para alojamento, houve um aumento no valor de 9 106, passando de 63 421 em 2009 para 72 527 em 2017. Por sua vez, o número médio de noites aumentou em 0,25 noites.

Conforme se pode verificar no último ano presente na Tabela 1, 2018, houve um decréscimo de 83 069 visitantes e, segundo uma entrevista a Héctor Fernandez, atual

delegado e conselheiro da Sociedade de Promoção Exterior de Lanzarote, ao jornal *Lancelot de Lanzarote* do dia 19 de janeiro de 2019, a previsão futura é também para continuar a decrescer porque o aumento enorme da procura que a ilha teve nos últimos anos esteve relacionado com a falta de segurança da zona central da Europa, sendo que tem havido a inserção de novos destinos turísticos com preços muito agressivos, nomeadamente na Turquia, de modo a afastar os fantasmas da falta de segurança. Todavia, e conforme afirma Héctor Fernandez, pode-se fazer um balanço muito positivo de 2018, traduzindo-se numa conclusão muito clara de que a ilha é um destino turístico totalmente consolidado, seguro e estável.

Em relação ao *Brexit*, o atual delegado e conselheiro da Sociedade de Promoção Exterior de Lanzarote, realça que, para já, não houve qualquer influência nefasta, uma vez que não houve alterações nas ligações aéreas. Porém, na eventualidade de haver modificações com cortes nas ligações aéreas, representaria um desastre para a ilha, dado que a maioria dos turistas em Lanzarote são provenientes do Reino Unido, mas que para já não há nada a apontar para tal desfecho. Deixa também aberta uma porta a uma nova atração turística, os festivais de música.

Em relação ao número médio de noites de estadia, é um indicador que tem vindo a diminuir, baixou de uma média de 11,35 noites para 8,76 noites, o que pode indicar que o tipo de turismo tem vindo a mudar ao longo dos anos. Com toda a atenção e promoção turística que a ilha tem vindo a ter, assiste-se a um incremento do turismo de massas, com visitantes que na sua maioria passam poucos dias na ilha, apenas os necessários para se conhecer Lanzarote. Uma outra possibilidade é a de que os turistas estejam simplesmente a passar menos tempo na ilha devido à grande competitividade de destinos turísticos que

estão cada vez mais acessíveis com as transportadoras aéreas de baixo custo, com cada vez mais destinos turísticos a preços reduzidos.

Um outro indicador que afeta a diminuição do número médio de noites que o turista passa na ilha é o aumento do preço médio do custo de uma noite, que de 2011 para 2018 aumentou de 34,81€ para 78,55€, mais do que duplicando, como se pode verificar na Tabela 2, com dados retirados do anuário estatístico de 2017 de Lanzarote. Estes valores apresentam o valor médio das opções de alojamento da ilha, desde hotéis, a apartamentos, alojamentos locais, entre outras opções.

**Tabela 2. Evolução do preço médio por noite em Lanzarote**

Ano	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Tarifa média diária	34,81 €	33,45 €	37,18 €	46,46 €	63,58 €	67,28 €	76,36 €	78,55 €

Fonte: Anuário estatístico de 2017 e 2018 de Lanzarote.

O turismo em Lanzarote tem vindo a aumentar de tal forma que a maioria dos trabalhos registados em Lanzarote são relacionados com este setor, que lidera a economia de toda esta ilha. Analisando a Tabela 3 em conjugação com a Tabela 4, com dados retirados do anuário estatístico de 2017 de Lanzarote, percebe-se bem a importância da hotelaria no número de empregos registados em serviços.

**Tabela 3. Número de empregos registados por tipos de atividade em Lanzarote**

Tipo de atividade	Empregos registados
Agricultura e pesca	568
Indústria	1 877
Construção	3 492
Serviços	50 615
Total	56 552

Fonte: Anuário estatístico de 2017 de Lanzarote.

A Tabela 3 refere-se ao número de empregos registados em 4 setores, nomeadamente as atividades relacionadas com a agricultura e pesca com 568 empregos, as atividades na

área da indústria com 1 877 empregos, as atividades referentes ao setor da construção com 3 492 empregos e, por fim, o setor dos serviços com 50 615 empregos.

Com uma posterior decomposição do total de empregos registados na área de serviços, 17 369 dizem respeito a hotelaria, como se pode observar na Tabela 4, o que representa aproximadamente 34% do total de serviços. Relativamente ao total de empregos registados, representa 30,7%.

**Tabela 4. Decomposição dos empregos registados na área de serviços em Lanzarote**

Serviços	Total registado
Hotelaria	17 369
Comércio	10 043
Administração Pública	4 039
Transportes	3 280
Outros Serviços	15 884
Total	50 615

Fonte: Anuário estatístico de 2017 de Lanzarote.

De referir que o elevado número de postos de trabalho em comércio deve-se muito às lojas que operam nas zonas turísticas, que se distendem por vários quilómetros, expondo e vendendo lembranças e/ou pequenos artigos descartáveis.

No total de empregos registados como de Outros Serviços, colocou-se uma grande variedade de empregos dentro da classe, de forma a reduzir o tamanho da tabela, sendo os principais relacionados com a educação, atividades artísticas e de entretenimento, atividades imobiliárias, atividades financeiras, atividades de serviços sociais, informações e comunicações, atividades científicas, seguradoras, entre outros empregos.

A par do crescimento turístico, tem-se assistido também a um aumento do número de estabelecimentos destinados a restauração e a cafés/bares, como se pode analisar na Tabela 5.

No ano de 2000 havia apenas 641 restaurantes e 931 bares e cafés na ilha de Lanzarote, número que tem vindo a crescer de ano para ano, tendo no ano de 2018 o número de restaurantes mais do que duplicado, em comparação com o ano de 2000, num incremento de 964 novos espaços de restauração. No que diz respeito ao número de cafés e bares têm também vindo sempre a aumentar, registando-se em 2018 mais 393 estabelecimentos do que em 2000.

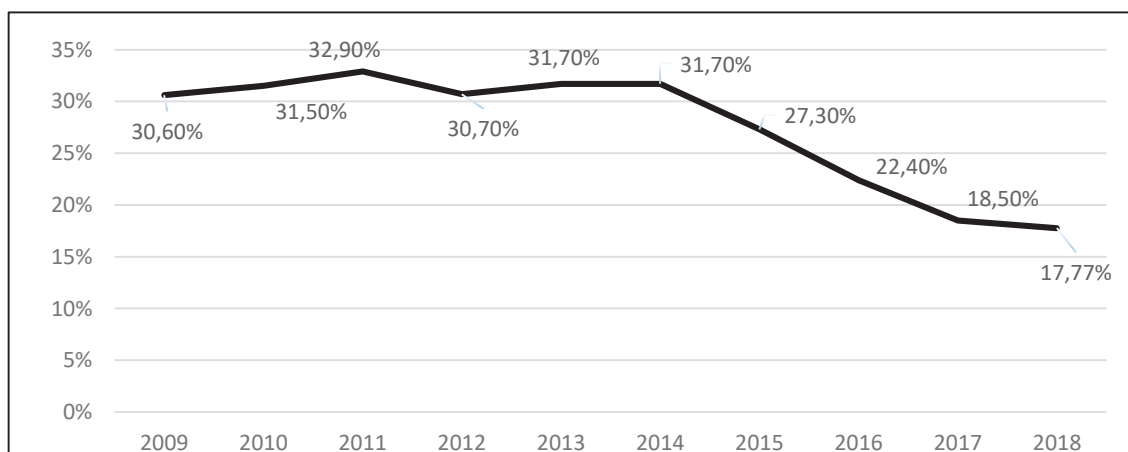
**Tabela 5. Número de estabelecimentos registados por ano em Lanzarote**

Ano	Bar / Café	Restaurantes	Total
2000	931	641	1 572
2005	1 261	863	2 124
2010	1 474	972	2 446
2015	1 764	982	2 746
2016	1 793	992	2 785
2017	1 851	1 012	2 863
2018	1 895	1 034	2 929

Fonte: Anuário estatístico de 2017 e 2018 de Lanzarote.

Um outro indicador que tem tido uma reação positiva ao crescimento do turismo durante os últimos anos é a taxa de desemprego na ilha, tal como se pode ver na Figura 1, com dados retirados do documento elaborado pela Câmara de Lanzarote para o debate sobre o estado da ilha em 2018.

**Figura 1. Evolução da taxa de desemprego em Lanzarote**



Fonte: Documento do debate sobre o estado da ilha de Lanzarote em 2018 e *Tasas de actividad, empleo y paro en Lanzarote (2018). Comparación con el resto de islas de Canarias.*

Desde 2009 até ao ano de 2018 houve uma grande diminuição do desemprego, apesar de nos primeiros anos ter existido pequenas oscilações e de a taxa de desemprego ser muito alta. Durante estes 9 anos, a ilha passou de uma taxa de desemprego de 30,6% para uma taxa de 17,77%, o que representa uma grande diminuição, sendo principalmente notória desde o ano de 2014 até à atualidade, com maiores aumentos na empregabilidade dos habitantes. Este efeito deve-se muito aos anos históricos que a ilha tem vindo a ter em relação ao número de turistas que visita a ilha, com consecutivos aumentos percentuais de visitantes desde 2014 até 2017, atingindo o valor máximo em 2017, com mais de 3 milhões de visitantes, representando nos últimos anos um aumento em cerca de 500 000 visitantes, como se verificou na Tabela 1.

Em suma, Lanzarote é umas das sete ilhas vulcânicas do arquipélago das Canárias que tem vindo a ter ao longo dos anos um crescimento da sua visibilidade como destino turístico, tendo obtido nos últimos anos um grande aumento do número de turistas, com a devida resposta do aumento da sua oferta de estabelecimentos destinados a turismo, com o incremento do número de pessoas cuja atividade profissional está relacionada com o turismo, com a consequente redução da taxa de desemprego da ilha.

## **CAPÍTULO III – LA ISLA Y EL MAR HOTEL BOUTIQUE \*\*\*\*\***

Neste capítulo, apresenta-se o grupo detentor do hotel onde decorreu o estágio, denominado de Martinez Hermanos. Desenvolve-se também a história do hotel, a sua caracterização, a caracterização da receção do hotel, a missão, a visão e os objetivos do hotel, bem como a sua estrutura e organograma oficial.

### **3.1 Grupo Martinez Hermanos**

Segundo dados retirados do portal do grupo Martinez Hermanos, a organização empresarial foi fundada no ano de 1940, na Guiné Equatorial, onde dois irmãos decidiram abrir uma empresa com o intuito de aproveitar o mercado de importação e exportação de produtos locais para Valência, em Espanha. Ao longo dos anos a empresa foi crescendo, tornando-se numa das maiores empresas importadoras de produtos como o café e o cacau para Valência, passando de geração em geração na família e expandindo-se cada vez mais, fortalecendo a sua posição no mercado alimentar, bem como entrando para o mercado imobiliário, de móveis e de ferro.

A empresa descobriu o potencial de Lanzarote em 1968, quando comprou o seu primeiro terreno na ilha. Pouco tempo depois, viria a iniciar o seu primeiro projeto, que foi precisamente o complexo de apartamentos Balcon del Mar, hoje La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*.

Atualmente, é um grupo com mais de quarenta anos de experiência no setor turístico e como organização de desenvolvimento imobiliário em Lanzarote, estando fortemente implementado na ilha. Em relação aos estabelecimentos em que houve atividades a

desenvolver durante a realização do estágio, o grupo é o detentor dos dois, sendo estes os apartamentos de férias Luxury Marabo Suítes e o La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*.

### **3.2 História do hotel**

Como foi descrito acima, em 1968 o grupo Martinez Hermanos adquiriu o seu primeiro terreno na ilha, onde mais tarde iniciou a construção dos apartamentos Balcón del Mar, que durante muitos anos funcionaram como apartamentos para férias com categoria de duas chaves, custando em média a noite 20 euros, conforme informações obtidas através de diálogo com os funcionários que se mantêm em serviço desde a abertura dos apartamentos.

Do mesmo modo, segundo os funcionários, em inícios de outubro de 2015 inaugurou-se o La Isla y El Mar Hotel Boutique de quatro estrelas, um hotel que foi reformulado segundo o plano de renovação e modernização que Lanzarote está a por em marcha de modo a elevar a qualidade da oferta e da procura turística.

No dia 19 de dezembro de 2018, enquanto decorria o estágio no La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\* , o hotel recebeu a sua quinta estrela, alcançando o mais alto nível de qualidade hoteleira. Ao receber a sua quinta estrela tornou-se o primeiro hotel de cinco estrelas de Puerto del Carmen e o décimo de Lanzarote.

### **3.3 Caracterização do hotel**

O La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\* fica situado no principal centro turístico de Lanzarote, Puerto del Carmen, na rua Reina Sofia com o número 23, numa zona perto de uma grande variedade de bares, restaurantes, do centro comercial e das praias mais conhecidas da zona, estando a mais próxima a cerca de 400 metros.

É um hotel com um *design* moderno, com muitos tons de prateado e muitos elementos naturais, com uma arquitetura diferente do usual, com especial destaque para as rochas inseridas na arquitetura, pelos seus jardins característicos da ilha e pela predominância da pedra vulcânica, como se pode observar na Figura 2 e 3.

**Figura 2. Interior do La Isla y El Mar Hotel Boutique.**



Fonte: Foto publicada pelo hotel no portal *Booking*.

Relativamente ao número de quartos, o hotel conta com 81 habitações, todas elas denominadas de suítes, algumas no rés do chão e outras no primeiro andar. As 81 suítes, por sua vez, estão repartidas em *Classic Suítes*, *Junior Pool Suítes*, *Excellence Suítes*, *Suítes Deluxe* e *Premium Suíte*, ordenadas, respetivamente, por ordem crescente de categoria e custo.

As *Classic Suítes* são as suítes mais básicas. Existem 56 suítes deste tipo e situam-se todas no rés do chão, algumas delas com capacidade até 3 pessoas e as restantes até 2 pessoas, tendo estas vista parcial para o mar.

As *Junior Pool* Suítes possuem o mesmo tamanho e composição da *Classic* Suíte, com a diferença que a vista é para a piscina do hotel. Existem 8 suítes desta categoria.

As *Excellence* Suítes, que estão situadas no primeiro piso, com vista total para o mar e totalizam 11 suítes. A penúltima categoria de suítes são as Suítes *Deluxe*, 4 delas situam-se no primeiro piso, com uma varanda que tem vista total para o mar e com um jacuzzi privado. A outra *Deluxe* Suíte situa-se no rés do chão mas também tem vista total para o mar. São suítes com dois dormitórios, com uma capacidade máxima para 4 pessoas.

Por fim, existe apenas 1 *Premium* Suíte, com capacidade para apenas 2 pessoas com um jacuzzi privado e vista parcial para o mar. É totalmente diferente dos outros quartos devido ao seu *layout* que é totalmente aberto entre quarto, zona de estar e sala. É também a maior suíte do hotel, logo seguido pelas Suítes *Deluxe* e as restantes categorias, com 75 metros quadrados, 64 metros quadrados e 50 metros quadrados, respetivamente.

Todas as suítes estão equipadas com equipamento moderno, como por exemplo televisões de grandes dimensões com acesso a canais internacionais, máquina de café, ar condicionado, cofre, minibar, entre outros dispositivos. Dispõe ainda de designação de qualidade máxima no que diz respeito à sua rede de *internet wi-fi*.

No que respeita às demais áreas do hotel, existe o *hall* de entrada com sofás, a zona *chill out*, com espreguiçadeiras e sofás ao sol, o *pool bar*, o ginásio, o restaurante *buffet*, com serviço de pequenos almoços e de jantar, o restaurante *a la carte*, com serviço de almoços e de jantar, e o *spa*, para tratamentos corporais e massagens.

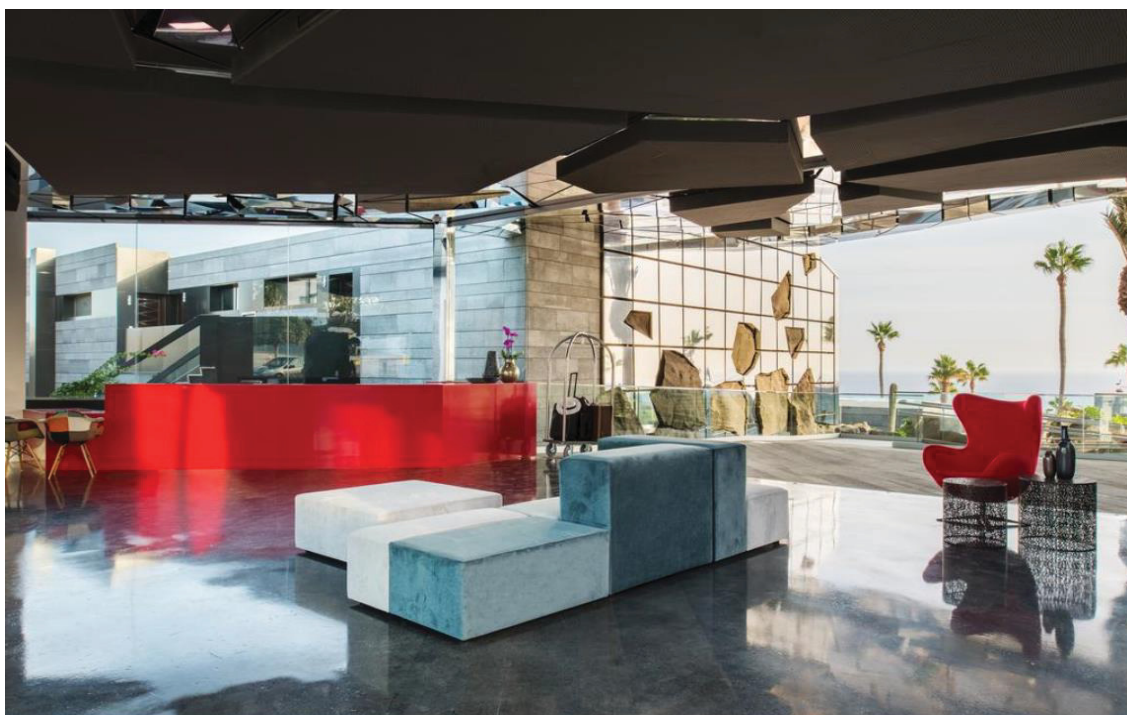
O hotel está totalmente preparado e acessível para pessoas com deficiências, todo ele baseado em caminhos e rampas, possuindo igualmente elevadores adaptados para as cadeiras de rodas. Têm, inclusive, algumas suítes totalmente adaptadas a pessoas com necessidades especiais, com todos os suportes e funcionalidades requeridas.

Por fim, o hotel está equipado com ferramentas tecnológicas para conseguir alcançar uma gestão eficiente dos recursos hídricos, visto que durante a obra do hotel foi construído um poço com 80 metros para extrair água do mar que se canaliza por tubos que fazem parte do processo de funcionamento do ar condicionado. Em relação ao aquecimento da água da piscina, a caldeira responsável pelo seu aquecimento é fornecida através de painéis solares.

### 3.4 Caracterização da recepção do hotel

A recepção desde hotel é de um conceito moderno, com uma recepção aberta e ampla, com vistas sobre o mar e a ilha de Fuerteventura, como se pode observar na Figura 2. Na Figura 3, pode-se observar o aspeto físico da recepção.

**Figura 3. Recepção do La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\***



Fonte: Foto publicada pelo hotel no portal *Booking*.

O departamento de recepção é composto pela chefe principal de departamento, pela subchefe de departamento, por três rececionistas diários, um rececionista noturno e pelos

dois estagiários. Os turnos variam consoante as necessidades de pessoal para alturas de *check-ins* e *check-outs*, havendo 4 tipos de turnos, 1 variável e 3 fixos. O turno da manhã que começa às 7h e termina às 15h, o turno da tarde entre as 15h e as 23h, o turno noturno entre as 23h e as 7h e, por último, o turno variável, que se pode chamar de intermédio, que varia consoante a necessidade de pessoal para as horas em que haja mais *check-ins* e/ou *check-outs*.

### 3.5 Missão, visão e objetivos do hotel

A missão do La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*, segundo o manual do trabalhador de 2018, centra-se na “satisfação do cliente, oferecendo uma experiência única com a máxima qualidade, um serviço requintado num ambiente relaxado que contribui para a sustentabilidade, entregando ao segmento de mercado de pessoas que procuram tranquilidade, um sítio diferente, não massificado e um serviço de mimo, de atenção detalhada. Também têm como missão consciencializar ao máximo os clientes, empregados e colaboradores sobre as boas práticas para a minimização e correta gestão dos resíduos”.

Relativamente à visão, a empresa procura ser uma “referência em excelência hoteleira na ilha de Lanzarote, orientada para um público alvo *premium*, oferecendo um produto de valor diferenciado, cujos principais indicadores são os seguintes:

- Conservação do património e identidade de Lanzarote;
- Energia geotérmica e fotovoltaica;
- Iluminação LED em todo o edifício;
- Classificação Energética "A";
- Compromisso na melhoria do destino turístico;

➤ Aposta no desenvolvimento económico local, através do uso de produtos agrícolas e pecuários da ilha”.

Os principais objetivos, segundo o mesmo documento interno, a serem atingidos a médio e longo prazo estão divididos em cinco grupos, nomeadamente a rentabilidade, a responsabilidade social, a sustentabilidade, a qualidade e a marca. Em termos de rentabilidade, pretende-se “alcançar marcas de ocupação ótimas, aumentado sempre que possível as reservas entre 20% a 30% relativamente ao ano anterior, aumentar as vendas diretas em 40%, aumentar a participação de mercado e aumentar a faturação dos serviços internos em 30%”.

Relativamente à responsabilidade social, pretende-se “manter ou aumentar a força de trabalho e promover a formação do pessoal”.

No que diz respeito à sustentabilidade, a empresa pretende “aumentar a eficiência energética, reduzir a pegada de carbono e manter a liderança no setor de turismo como referência em sustentabilidade. Para além disso, pretende manter-se como estabelecimento sustentável por excelência, que permita ter uma vantagem de valor sobre os concorrentes atuais e ser uma barreira sobre os potenciais, mostrando lealdade aos clientes através de campanhas de marketing *online*, aumentando a conscientização e expondo os seus esforços para serem sustentáveis, também aumentando a credibilidade *offline* do alojamento com ações sustentáveis”.

No que se refere à qualidade, “realizar os possíveis para superar as expectativas dos clientes com um serviço de excelência a todos os níveis, contribuir para o desenvolvimento do destino, manter padrões de qualidade e aprimorá-los, aumentando anualmente o índice de satisfação do cliente”.

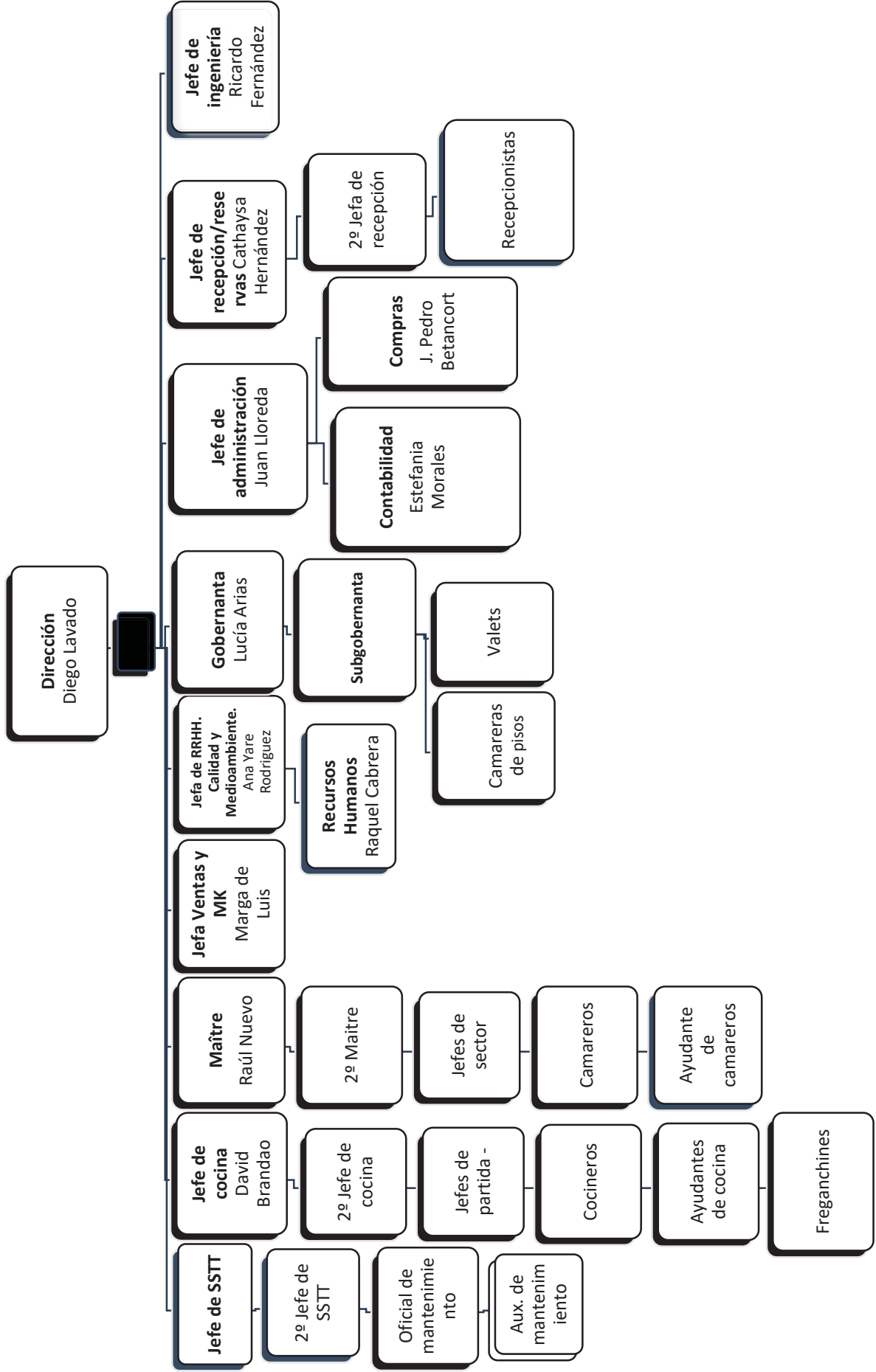
Por fim, no grupo que diz respeito à marca, “ser um sinal de excelência, prestígio e seriedade na mente do consumidor para haver distinção da concorrência. Manutenção do grupo *loyalty*”, exclusivo para os clientes que voltam ao hotel pela segunda ou mais vezes, que obtêm um conjunto de vantagens e descontos.

### **3.6 Estrutura e organograma do hotel**

A estrutura do hotel é composta por vários grupos hierárquicos, sendo a sua administração composta por três pessoas, o diretor do hotel, Diego Lavado, a chefe de vendas e responsável de marketing, Marga de Luís, e a chefe de recursos humanos, da qualidade e meio ambiente, Ana Yare. Sobre a supervisão destas pessoas estão os departamentos, nomeadamente os de manutenção, de cozinha, de limpeza, de *maître*, de recepção/reservas, de administração e de engenharia, como se pode observar na Figura 4.

Em síntese, o grupo Martinez Hermanos foi fundado em 1940, adquiriu o seu primeiro terreno na ilha de Lanzarote em 1968, onde construiu o complexo de apartamentos Balcón del Mar, que em 2015 foi convertido no La Isla y El Mar Hotel Boutique de quatro estrelas, recebendo a sua quinta estrela no dia 19 de dezembro de 2018. É um hotel moderno, com 81 suítes divididas em cinco categorias, com uma missão, visão e objetivos que se centram principalmente na máxima satisfação do cliente.

Figura 4. Organograma oficial do hotel do dia 22 de novembro de 2018



Fonte: Organograma oficial do hotel, do dia 22 de novembro de 2018, cedido pela administração.

## **CAPÍTULO IV – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO**

Neste capítulo, são descritas as atividades realizadas durante o estágio, repartidas em três grupos principais, designados por atividades de faturação, atividades de trabalho administrativo e atividades de atenção ao cliente. Apenas se referem as atividades que mais vezes foram desempenhadas, não se mencionando atividades que tenham sido realizadas uma ou duas vezes, consideradas situações extraordinárias que não fazem parte da função desempenhada durante o estágio.

### **4.1 Atividades de faturação**

Neste subcapítulo, descreve-se as atividades realizadas durante o estágio, relacionadas com trabalho de faturação. Especificamente, a revisão de faturas do *pool bar* e do restaurante *buffet*, os pagamentos de clientes, a contagem de caixa, o cálculo e controlo das comissões e a cobrança das reservas.

#### **4.1.1 Revisão de faturas do *pool bar* e do restaurante *buffet***

Diariamente, após o encerramento do *pool bar* e/ou do restaurante *buffet*, é realizado o fecho de caixa de cada zona, isto é, a recolha de todas as faturas e recibos do dia.

Ambos os encarregados de zona são responsáveis por entregar na receção todas as faturas e recibos do dia, juntamente com a sua caixa, em numerário. De seguida, deve-se aceder ao sistema de gestão do hotel e imprimir o sumário de todos os registos realizados pela atividade comercial em relação a consumo presencial ou a consumo pedido via *room service* para se realizar uma comparação entre as faturas e recibos impressos do sistema e os entregues pelo funcionário.

Procede-se então à verificação dos recibos pagos em numerário ou em cartão, verificando-se os seus totais e o seu número de identificação, tendo depois o responsável que entregar em dinheiro o montante total, referente à soma de todas as transações realizadas em numerário no dia. Em relação às faturas que foram adicionadas às contas dos clientes, após a conferência dos seus totais e número de identificação, procede-se ao seu arquivamento na pasta individual dos hóspedes em questão.

Para justificar o montante recebido em numerário, entregue pelo funcionário, deve-se recorrer ao sistema de gestão para imprimir a fatura diária do estabelecimento em questão, colocando depois na caixa da receção o dinheiro recebido, devidamente justificado com a fatura impressa e os recibos.

#### **4.1.2 Pagamentos de clientes**

Na receção, são realizados diariamente vários tipos de pagamentos. No momento do *check-out*, os clientes têm como obrigação saldar a sua conta de cliente, podendo também realizar este pagamento de forma faseada, em qualquer momento da sua estadia, sendo possível efetuar o pagamento da sua conta, em numerário ou em cartão.

Um outro tipo de pagamentos realizados pelos clientes na zona da receção são os pagamentos relacionados com excursões, em que o cliente é obrigado a pagar um depósito prévio para a reserva de uma excursão. Do mesmo modo, podem ser liquidados pagamentos de extras, como por exemplo uma saída tardia no último dia, com o custo de 60 euros ou *upgrades* pedidos pelos clientes na categoria da sua suíte.

Adicionalmente, existem pagamentos relacionados com pedidos dos clientes, antes da sua chegada ao hotel, de modo a que sejam recebidos com um tratamento especial, como por exemplo uma garrafa de champanhe, de vinho e/ou um presente para o seu par

colocados na sua suíte. Estes pagamentos têm que ser realizados antes da chegada do cliente, de forma a que se possa preparar com antecedência.

Seja qual for o tipo de pagamento o procedimento é muito semelhante. Imprime-se do programa de gestão o tipo de fatura em questão, questiona-se o cliente sobre o método que prefere realizar o pagamento, caso seja necessário, o tipo de moeda a cobrar e efetua-se o pagamento. Após a liquidação, entrega-se ao cliente o comprovativo do pagamento devidamente envolto em um envelope.

#### **4.1.3 Contagem da caixa**

No fim de cada turno, procede-se ao controlo de caixa, contando-se todas as moedas e notas da caixa da receção, adicionando-se todas as entradas e saídas de dinheiro do turno, quer seja em numerário ou em cartão. Este processo é registado num ficheiro *Excel*, com uma fórmula, que contabiliza também o dinheiro de uma segunda caixa da receção que se encontra no *back office* e o seu total tem que ser zero, de forma a não faltar nem sobrar dinheiro.

#### **4.1.4 Cálculo e controlo das comissões**

Todos os meses é recebido via *e-mail* uma lista resumo com todos as reservas efetuadas no hotel, através das operadoras turísticas com as quais têm parceria, de modo a justificar a sua comissão. Procede-se então à localização das faturas dos clientes em questão, tendo em conta apenas a tarifa de alojamento no hotel, para se calcular as devidas comissões para cada operador. Após impressão de todas as faturas e o cálculo de todas as comissões, soma-se e verifica-se se os montantes exigidos pelas agências são os mesmos que os calculados pelo departamento de receção.

#### 4.1.5 Cobrança das reservas

Quando há a entrada de uma reserva nova para o hotel, consoante o método escolhido pelo cliente, deve-se proceder à cobrança do montante devido. O cliente pode escolher a tarifa *standard*, que implica o pagamento de 25% no imediato e o restante a quando do *check-in*, ou a tarifa não reembolsável, que implica o pagamento total de forma imediata. A diferença entre as tarifas é o preço, sendo a não reembolsável mais barata.

Nos casos em que o cartão é recusado ou tem um limite máximo diário, há que entrar em contacto com os clientes de forma a regularizar a situação.

Para os apartamentos Luxury Marabo Suítes, o procedimento é semelhante, no momento da entrada de novas reservas, o montante exigido de pagamento imediato é de 50% e o restante do valor no dia do *check-in*. Procede-se então à cobrança para os montantes devidos pelos clientes, nos momentos corretos.

### 4.2 Atividades de trabalho administrativo

Neste subcapítulo, narram-se as tarefas desempenhadas ao longo do estágio associadas ao trabalho administrativo, nomeadamente o informe de produção diário, a preparação dos *check-ins* e revisão dos *check-outs*, os *check-ins* do Luxury Marabo Suítes, as reservas e a sua organização no sistema de gestão, o registo de incidências, o *rooming list* e o envio de faturas e, por último, o inventário de objetos perdidos e o controlo do *stock* de bebidas.

#### 4.2.1 Informe de produção diário

Todos os dias, no turno da manhã, envia-se à administração do hotel o informe de produção diário do dia anterior. Este documento é uma síntese, em forma de tabela, de toda a produção realizada no dia anterior, ou seja, de toda a faturação realizada. São consideradas para a produção as receitas provenientes da estadia dos clientes, dos seus consumos, como por exemplo a utilização do minibar, do *spa*, do restaurante *à la carte*, dos regimes de alimentação, do *pool bar*, dos pedidos de *room service* e todos os restantes extras que o cliente possa pedir durante a sua estadia.

No sistema de gestão do hotel, imprime-se a folha resumo de toda a produção do dia anterior e calculam-se os totais de cada departamento, inserindo-se depois num ficheiro *Excel* os resumos do mês e as previsões futuras de reservas. Procede-se então à atualização das previsões, com a modificação da quantidade de reservas, adicionando-se as novas reservas que deram entrada no dia anterior. Após estes passos, deve-se enviar via *e-mail* para os membros da administração.

#### 4.2.2 Preparação dos *check-ins* e revisão dos *check-outs*

No turno da noite, uma das tarefas do rececionista é imprimir os cartões de boas vindas para os clientes que estão previstos chegar no dia seguinte, bem como de adicionar os cartões impressos nas devidas reservas físicas.

No turno da manhã, deve-se rever no sistema de gestão todos os *check-ins* que irão dar entrada no dia, ordenando por ordem prevista de chegada e reconfirmando todos os dados dos clientes que foram colocados nos cartões de boas vindas, de modo a evitar erros, como por exemplo o número de dias que vai ficar hospedado, o número de pessoas que estão previstas, a categoria da suíte atribuída, entre outros detalhes. Para além disso,

deve-se verificar nos dados da reserva digital se o cliente vem para o hotel celebrar alguma ocasião especial, designadamente um aniversário ou alguma data especial para o casal, entre outras ocasiões e proceder ao envio de informação ao departamento indicado.

Do mesmo modo, no turno da noite, o rececionista é responsável pela organização dos *check-outs* do dia, devendo retirar das capas de cada cliente todas as faturas que estão por pagar e imprimir do sistema de gestão o resumo da conta a pagar por cliente.

No turno da manhã, procede-se à revisão de todas as faturas pendentes do cliente, somando-se uma a uma para verificar se o total a pagar é igual ao total contabilizado pelo sistema de gestão. Quando é identificada uma diferença á que descobrir o erro e corrigir a situação de modo a entregar ao cliente todas as faturas dos seus consumos.

#### **4.2.3 *Check-ins* do Luxury Marabo Suítes**

Para os apartamentos Luxury Marabo Suítes, o processo de *check-in* realiza-se de forma distinta do que para o hotel. O procedimento para os apartamentos realiza-se com um dia de avanço, ou seja, no dia anterior verifica-se as entradas para o dia seguinte. Sendo assim, todos os dias verifica-se no sistema de gestão as entradas para o dia seguinte e qual o número do apartamento que foi atribuído ao cliente, para se poder proceder ao envio da informação.

Envia-se via *e-mail* ou pelo portal do *Expedia* ou do *Booking* um texto padrão com as informações sobre a localização do edifício, como lá chegar, o número para o parque de estacionamento e os códigos necessários para aceder ao edifício e ao apartamento. Realiza-se desta forma porque nos apartamentos não existe uma receção física e todas as portas são de acesso digital, com a introdução de códigos.

#### 4.2.4 Reservas e a sua organização no sistema de gestão

As reservas para o hotel podem ser automáticas ou manuais. Por automáticas entendem-se as reservas que são colocadas diretamente no sistema de gestão do hotel pelas agências turísticas. Neste caso, procede-se apenas à verificação dos dados de toda a reserva, comparando com o documento que enviam via *e-mail* a avisar da nova reserva. As reservas manuais são as que não se inserem automaticamente no sistema de gestão, cabendo ao rececionista a função de as inserir manualmente.

Para ambos os tipos de reservas, após este primeiro passo, envia-se um texto padrão ao cliente a agradecer a sua reserva, a pedir informações sobre a sua hora de chegada ao hotel e a solicitar os horários dos voos, de forma a facilitar o *check-in*. De igual modo, questiona-se o cliente se pretende transporte do aeroporto para o hotel e por fim, se tem alguma petição especial para a sua chegada ou durante a sua estadia.

Para as reservas relacionadas com os apartamentos Luxury Marabo Suítes, o processo é o mesmo do hotel, adicionando-se apenas a necessidade de recolher mais informação sobre os clientes, de acordo com a lei espanhola, por serem apartamentos de férias num edifício público, é necessário pedir vários dados aos clientes. É imprescindível enviar a todos os clientes um *e-mail* a solicitar os dados, como por exemplo o nome completo do cliente, a sua data de nascimento, o seu número do passaporte, o país de residência, entre outros detalhes.

Para ambos os estabelecimentos, após este processo de reserva, volta-se a verificar todos os dados e retira-se um ficheiro *extranet* consoante o meio em que foi realizado a reserva. Este ficheiro é uma folha resumo da reserva com vários dados privados, como por exemplo os detalhes do cartão para se fazer o pagamento, as condições da reserva,

entre outras informações, que se usará como reserva física. Por fim, deve-se arquivar a reserva física na sua devida capa, ordenada por mês e dia.

Ocasionalmente, de forma a manter o sistema de gestão simples e organizado, verifica-se desde o dia atual a uma data futura, as reservas já confirmadas, com o intuito de selecionar a informação relevante para o hotel.

No sistema, nos campos das informações enviadas pelo cliente e das informações criadas internamente, organiza-se da forma mais simples possível, recorrendo a várias abreviaturas elaboradas pelo hotel, como por exemplo para cama de matrimónio (cm), cama separadas (cs), suíte tranquila e privada (trq + priv) e, elimina-se todas as informações adicionais que não são necessárias.

Para além dessa limpeza e organização, nas reservas em que ainda não exista informação relativa à hora de chegada dos clientes, deve-se reenviar o *e-mail* a pedir as horas previstas de chegada do cliente no dia do *check-in*. A obtenção das horas previstas de chegada é muito importante porque permite ao departamento da receção organizar os *check-ins* diários, a atribuir as suítes conforme as disponibilidades do hotel e as horas estimadas de chegada dos clientes, possibilitando também *check-outs* tardios a hóspedes que necessitem ficar mais tempo do que a hora limite do *check-out*. Visa também organizar os horários dos rececionistas com vista a um maior reforço de pessoal nas horas com mais movimentação.

Nas horas com menos movimento, deve-se voltar a verificar as reservas que estão confirmadas para os meses seguintes, comparando-se com as reservas físicas já arquivadas, de modo a revisar se está tudo igual.

#### 4.2.5 Registo de incidências

Em todos os turnos, o rececionista mantém um registo de todas as incidências ocorridas no hotel, dando maior relevo a problemas relacionados com clientes e situações que necessitem intervenções urgentes.

Descreve-se também o trabalho desenvolvido durante o turno, com menções a todas as comunicações realizadas com os demais departamentos para haver um registo de todos os procedimentos que se tenha realizado para a resolução de problemas.

Mantém-se, um registo de todos os pedidos dos clientes, em relação a extras, pedidos de verificações de disponibilidades em restaurantes, carros de aluguer, no *spa*, excursões, entre outras solicitações. Regista-se de igual modo as situações mais importantes, relacionadas com atenção ao cliente, que necessitem ser efetuadas em dias seguintes ou em turnos seguintes, num livro de *Excel*, devidamente mencionado no turno e dia em que seja necessário proceder-se à resolução do pedido.

No fim do turno, envia-se via *e-mail* à administração do hotel todas as ocorrências do turno e trabalho desenvolvido.

#### 4.2.6 *Rooming list* e envio de faturas

As agências com quem o hotel trabalha enviam de tempos em tempos uma lista com as reservas que têm para um futuro próximo, com o intuito de que se realize uma confirmação da existência das reservas no sistema de gestão do hotel e da verificação dos seus detalhes. Através do sistema de gestão, imprime-se a lista de reservas que a determinada agência tem, comparando-se com a lista previamente enviada pela agência, em busca de erros ou omissões nas reservas ou mesmo da própria reserva.

Por vezes, são enviados também, via *e-mail*, modificações de reservas realizadas pelo próprio cliente, sendo indispensável que se proceda à modificação das reservas no sistema do hotel, de modo a que tudo fique certo e de acordo com a nova reserva enviada pela agência.

Relativamente ao envio de faturas, no caso dos hóspedes que fizeram reservas através de agências, o envio da fatura é realizado no dia do seu *check-out*, para as agências. De semana a semana, averigua-se se o envio das faturas foi bem executado. Esta verificação realiza-se, com a impressão de todos os *check-outs* semanais, identificando-se de forma individual o número de fatura de cada cliente, apurando-se depois se a devida fatura foi enviada com sucesso ou não. Na eventualidade de haver alguma que não tivesse sido enviada ou recebida, repete-se o processo de envio.

Se o cliente em causa realizou a reserva de forma particular ou através do *Booking* ou *Expedia*, o recibo referente à estadia no hotel é entregue, presencialmente, ao cliente no momento do pagamento ou da chegada ao estabelecimento hoteleiro.

#### **4.2.7 Inventário de objetos perdidos e controlo do *stock* de bebidas**

Durante a realização do estágio, foi solicitado a elaboração de um ficheiro *Excel* com o inventário de todos os objetos perdidos ou esquecidos pelos clientes, que estivessem em posse do hotel. Após a elaboração da lista, estabelece-se contacto com os clientes que tivessem manifestado alguma perda, de forma a devolver o objeto perdido, caso assim o desejassem, ficando os custos por sua conta. Ao longo dos 5 meses a lista foi mantida atualizada.

Para efetuar-se a devolução do objeto, entra-se em contacto com as empresas que realizam as remessas, recolhe-se os preços das várias opções e questiona-se o cliente

sobre a sua preferência de expedição. Após isto, com autorização dos superiores ausentarse do posto de trabalho com destino aos postos dos correios ou empresa de envios, consoante a decisão do cliente.

Relativamente ao controlo de *stock* de bebidas, no turno da manhã uma das funções do departamento de receção é o controlo do número de bebidas para oferecer aos clientes na sua chegada, como forma de cortesia. É-lhes oferecido a possibilidade de consumir uma porção de água natural, água com frutas, sumo de laranja ou *cava*, um tipo de champanhe espanhol. Consoante o número de garrafas em *stock* na receção, elabora-se um pedido de reposição diário, tendo em conta o número de pessoas que vão dar entrada no hotel e o número de pessoas que estão atualmente acomodadas.

Para além deste pedido, deve-se manter a zona das bebidas constantemente limpa, organizada, com o máximo de copos e com os níveis das bebidas sempre elevados, com reposições em curtos espaços de tempos.

### **4.3 Atividades de atenção ao cliente**

Neste subcapítulo, referem-se as funções exercidas no decurso do estágio, integradas no trabalho de atenção ao cliente. Concretamente, as reservas para o restaurante *à la carte*, o *room service*, as respostas a contactos via *e-mail* e telefonemas, o *check-in*, o *check-out*, a resolução de problemas dos clientes e os pedidos dos clientes.

#### **4.3.1 Reservas para o restaurante *à la carte***

O hotel disponibiliza aos seus hóspedes dois tipos de restaurante. Um de tipo *buffet* que funciona integrado no regime de pensão do hotel e um outro restaurante do tipo *à la carte*, estando este último sujeito a reserva prévia. Designado por Kentia Gourmet Club,

funciona no perímetro do hotel, com uma utilização semelhante a um restaurante normal, sendo possível o acesso a qualquer pessoa que tenha reserva.

A marcação da reserva, pelos hóspedes, é realizada presencialmente na receção ou via *e-mail*. Para marcar a reserva para o hóspede é necessário obter uma série de dados sobre o cliente de forma a proporcionar uma boa experiência para o mesmo. Após a verificação de disponibilidade para a hora que o cliente quer, pergunta-se se é a sua primeira vez no restaurante, se tem alguma alergia a algum tipo de ingrediente, se tem alguma intolerância alimentar, se vai celebrar alguma data ou ocasião especial e, por fim, se tem algum pedido especial, como por exemplo se tem preferência de uma mesa junto à janela, de uma mesa mais central ou de uma mesa com mais privacidade. Via *e-mail*, com um texto padrão, envia-se ao cliente as mesmas perguntas, ficando a reserva apenas provisional enquanto não houver resposta.

Para todas as reservas que existam para o dia atual, deve-se entrar em contacto com o cliente, questionando-o se deseja confirmar a sua reserva para o dia e confirmando se os dados recolhidos anteriormente estão corretos.

#### **4.3.2 *Room Service***

O *room service* é efetuado via telefónica, através de uma abordagem do cliente. Deve-se apontar o que o cliente solicitou, tentando-se sempre sugerir mais algum produto ao hóspede e no fim confirmando-se novamente o seu pedido, de modo a evitar erros.

Como política do hotel, os pedidos de *room service* são confeccionados pelo *pool bar* até à hora do seu encerramento, às 17h. Após este horário, os pedidos são realizados pelo departamento da cozinha, no restaurante *buffet*, até ao fecho do *room service*, às 22h.

Conforme a hora a que o pedido fosse realizado, entra-se em contacto com o departamento que o irá confeccionar e informa-se do pedido, verificando-se uma vez mais o pedido. De seguida, entra-se em contacto com o departamento de cozinha e alerta-se para o facto de ser necessário um funcionário para entregar o pedido após a sua preparação.

### 4.3.3 Respostas a *e-mails* e telefonemas

Todos os dias, sem exceção, o hotel recebe vários *e-mails*, telefonemas e mensagens de vários portais a requisitar informações sobre o hotel, sobre os seus preços, as suas disponibilidades, entre outras perguntas. Para além disso, recebe também, via *tablet* mensagens dos clientes já hospedados, requisitando pedidos e/ou informações.

Com total prioridade para os hóspedes, tenta-se sempre responder o mais rápido possível, de forma a reduzir o tempo de espera do cliente ao máximo, sempre com um trato educado, amigável e disposto a ajudar. Neste processo, fazer os possíveis para que o rececionista que comece por responder a um cliente termine a conversação, evitando passar de rececionista em rececionista, de modo a que não haja confusões.

Para os restantes casos, via *e-mail*, do portal do *Booking*, do *Expedia* ou via telefónica, procurar responder de forma clara aos clientes, educada e o mais célere possível. Tal como é realizado para os atuais hóspedes, deve-se tentar que seja sempre o mesmo rececionista a falar com o cliente e a lidar com a sua situação.

De igual modo, procede-se aos reencaminhamentos de *e-mails*, principalmente para a administração e, por vezes, para os restantes departamentos. O mesmo se aplica aos telefonemas, sendo a receção a central telefónica de todo o hotel.

#### 4.3.4 *Check-in*

Um dos momentos mais importantes é o do *check-in*, visto que é a primeira impressão que o cliente tem do hotel. Normalmente, os clientes disponibilizam as horas de chegada, estimativas nem sempre certas, mas que ajudam muito na preparação da sua chegada.

Com o aproximar da hora estimada de chegada, deve-se manter sempre em atenção aos movimentos no exterior do hotel, especialmente às chegadas de autocarros, táxis ou carros privados, de forma a evitar a sua entrada pelo hotel sem a devida receção. Assim que houvesse um potencial cliente, sair da receção, sair do hotel e ir receber o cliente, perguntar de forma cordial se vão para o La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\* e se sim, ajudar com as malas, dar-lhes as boas vindas, acompanhar à porta de entrada, dar-lhes a prioridade, sempre com um sorriso na cara.

Com a chegada ao balcão da receção, solicitam-se os documentos necessários para se iniciar o *check-in*, oferecendo também a sua bebida de cortesia. Durante o processo do *check-in*, estabelece-se uma conversação com o cliente com o intuito de o conhecer melhor, perguntar pelo seu voo, se chegou a horas, se foi um voo agradável, se é a primeira na ilha, entre outras perguntas.

Após o *check-in*, dá-se seguimento ao procedimento com os clientes, preparando as suas malas para o transporte e acompanhar o cliente pelo hotel, até à sua suíte. Durante o percurso da receção até à sua habitação, deve-se interagir com os clientes. Chegando à suíte, mostrar ao cliente como se abre a porta, com um simples passar do seu cartão pela porta, abrir a porta, ceder passagem ao cliente, pedir-lhe que entre, veja a suíte e fique à sua vontade enquanto se carrega as malas para dentro da habitação. Por fim, explica-se todo o quarto, desde o local para colocar o cartão para a eletricidade, ao local onde

estavam as toalhas, o cofre, os roupões, como funcionavam as máquinas de café, as televisões, as torneiras, entre outras informações.

Depois do *check-in*, a primeira vez que o cliente volte ao *hall* de entrada da receção, deve-se perguntar se estava tudo bem na suíte e se estão satisfeitos.

#### 4.3.5 *Check-out*

No dia do *check-out*, o cliente tem até à hora do meio dia para sair do seu quarto e efetuar o pagamento da sua conta. Com a aproximação do cliente, deve-se criar uma conversação com o cliente, perguntando pela sua estadia, pelo que mais gostou, pelo que menos gostou, entre outras perguntas. Enquanto decorre a conversação, imprime-se a lista de cargos pendentes por parte do cliente, mostrando-lhe de seguida a fatura. Após revisão e explicação de algum dos cargos, caso assim o cliente o entenda, procede-se, com a autorização do cliente, ao pagamento que pode ser realizado via cartão ou em numerário. Quando a opção escolhida for de cartão, nos casos em que os clientes são de países em que a moeda é diferente do euro, questiona-se sempre em que moeda pretende efetuar o pagamento.

De seguida, imprime-se o recibo dos seus encargos e entrega-se ao cliente, dentro de um envelope personalizado do hotel, com o cartão do *tripadvisor* e o cartão de negócios do hotel.

Muitos dos clientes realizavam o pagamento no dia anterior, ficando livres de qualquer obrigação no dia seguinte, entregado apenas os cartões de acesso à habitação.

Aos clientes que continuam nos quartos, com o aproximar da hora *de check-out*, deve-se ligar para a sua suíte a perguntar se esta tudo e bem e se necessitam ajuda com as malas, sendo uma forma mais educada de pedir que se dirijam à receção.

Para além disso, sempre que o cliente peça, ajuda-se com as malas desde a sua suíte até à receção. Para os clientes que após o *check-out*, preferissem passar as suas últimas horas na ilha dentro do estabelecimento hoteleiro, entregam-se toalhas e guardam-se as suas malas, sendo que com o aproximar da hora de se irem embora, tinham acesso a um quarto de banho para duches.

Existe também a possibilidade de haver um *late check-out*, estando sempre sujeito a disponibilidade, pelo que só era dada a certeza no dia anterior ao dia do *check-out*. Para tal, era necessário verificar se a suíte em causa iria ser utilizada para um *check-in* e, caso fosse, consoante a hora prevista de chegada disponibilizar ou não o *late check-out*.

#### **4.3.6 Resolução de problemas dos clientes**

Um das maiores responsabilidades do rececionista é resolver os problemas do cliente, seja em relação à limpeza do quarto ou a problemas técnicos em que fosse necessária reparação, sendo os pedidos feitos ao departamento da receção, via telefone ou pessoalmente.

Estes problemas podem variar muito, entre casos muitos simples, como por exemplo a televisão não funcionar porque o cliente desconfigurou a fonte, problemas relacionados com o ar condicionado porque o cliente não prestou atenção à explicação do mesmo, necessitando de ajuda. Para tal, o procedimento é muito simples, entra-se em contacto com o técnico de manutenção, primeiro via *WhatsApp* e consoante a urgência e gravidade do pedido, via telefónica. A ordem de se mandar primeiro a informação via *WhatsApp* é

da direção de modo a que em caso de problemas, haja provas da comunicação. Para além deste registo, havia também que descrever em um ficheiro todos os problemas ou incidências, já acima referenciados, informando-se também a que elemento do departamento de manutenção foi passada a informação.

O mesmo se aplica à limpeza, por falta de limpeza, por alguma necessidade de última hora para limpeza, entre outros imprevistos, é responsabilidade da receção assegurar ao cliente que se tratará de tudo o mais depressa possível, aplicando-se o mesmo método que o anterior, sendo que agora com o departamento de limpeza.

Em casos extremos, por exemplo em que seja necessário a substituição de alguma peça ou equipamento no quarto, efetua-se a mudança do cliente para outra suíte, oferecendo-se sempre alguma vantagem ao cliente. No geral, recebe-se todo o tipo de reclamações por parte do cliente, sempre com boa vontade e com expressões amigáveis, admitindo-se o erro se necessário e pedindo-se desculpas também, de forma a acalmar o descontentamento do cliente e proporcionar-lhe soluções.

#### **4.3.7 Pedidos dos clientes**

Uma das principais funções do rececionista é atender os pedidos dos clientes, que podem ser desde perguntas simples, a pedidos que necessitem alguma ação extra, como por exemplo pedidos de informações sobre excursões com os quais o hotel não tenha parcerias, tendo o rececionista que recorrer a uma pesquisa de modo a proporcionar a informação ao cliente num futuro breve.

São também solicitas recomendações sobre a ilha, como por exemplo sobre quais as melhores praias para se visitar, os melhores monumentos para se ver, as melhores

excursões para se fazer, entre outros. De uma forma geral, ajudar o cliente a planejar as suas férias, o que visitar consoante a sua disponibilidade em termos de tempo e recursos.

Do mesmo modo, os clientes costumam pedir indicações sobre quais melhores restaurantes para os vários tipos de comida, quais os melhores bares para se frequentar, informações sobre a disponibilidade de carros de aluguer, horários de autocarros, os preços dos táxis para vários destinos, entre todo o tipo de informações que necessitam. Para além disso, realizam-se a pedido do cliente o seu *check-in* na companhia aérea e imprimem-se as suas passagens.

Deve-se responder sempre de forma segura e correta, realizando pesquisa primeiro se necessário, abordando o cliente na próxima oportunidade ou então fazer chegar a informação à sua suíte.

Aproximando-se do fim da sua estadia, aumentam os pedidos dos clientes sobre informações da disponibilidade do hotel e os preços para datas futuras. Ainda para mais sabendo que na repetição de estadia no hotel, têm direito a descontos e vantagens do grupo *Loyalty*. A estes clientes, é oferecido um desconto de 20%, o transporte do aeroporto para o hotel e do hotel para o aeroporto no caso de ficarem mais de 5 dias, uma receção com tratamento especial, oferecendo uma garrafa de champagne, chocolates, uma t-shirt personalizada do hotel por hóspede, um leque personalizado e uma bolsa personalizada.

Em suma, foram realizadas diversas atividades, agrupadas em três grupos, de tarefas relacionadas com faturação, trabalho administrativo e de atenção ao cliente. No grupo das tarefas que dizem respeito à faturação, foram desenvolvidas atividades como revisão de faturas, pagamentos de clientes, contagem de caixa, cálculo e controlo das comissões e cobrança de reservas. No grupo de tarefas administrativas, foram efetuadas várias

atividades, sendo as mais importantes o informe de produção diário, a preparação dos *check-ins* e *check-outs*, as atividades relacionadas com as reservas, o registo das incidências e o controlo do *stock* de bebidas. Por fim, nas atividades de atenção ao cliente, foram realizadas tarefas consoante os pedidos dos clientes, a execução do processo do *check-in*, de *check-out* e a resolução dos problemas dos hóspedes.

## CAPÍTULO V – ANÁLISE CRÍTICA AO ESTÁGIO

Neste capítulo, desenvolve-se uma análise crítica ao hotel e às atividades realizadas, assim como se relata a aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e o mestrado nas tarefas realizadas.

### 5.1 Análise crítica ao hotel

Este estágio, realizado no La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*, foi de uma certa forma muito bom para mim, tanto a nível pessoal como profissional. Permitiu-me uma primeira interação com o mercado de trabalho estrangeiro e o primeiro contacto com trabalho relacionado com a hotelaria.

O grupo Martinez Hermanos, em Lanzarote, encontra-se muito bem consolidado, com vários projetos diversificados. Do que eu tenho conhecimento, possuem o Hotel La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*, os apartamentos Luxury Marabo Suítes, a vila Villamare, o restaurante *à la carte* Kentia Gourmet Club, o clube Magma Lounge e têm presença no sector da construção, isto ao nível da ilha de Lanzarote.

Destes projetos, meus conhecidos, pode-se verificar que o grupo soube diversificar a sua aposta no mercado turístico em Lanzarote. No setor da hotelaria tem o seu principal projeto, o hotel, como referência de mercado para o nicho que decidiram fazer de segmento alvo, com resultados muito bons. Para além disso, com os apartamentos Luxury Marabo Suítes, conseguem alcançar um outro tipo de clientes que não têm um poder de compra tão elevado, ou simplesmente, que procurem apartamentos ao invés de um hotel. Para férias familiares, possuem a Villamare, indicado para clientes que procurem mais privacidade e férias em conjunto com a sua família. No setor da hotelaria, com estes três

estabelecimentos, conseguem alcançar vários tipos de clientes, o que demonstra bem a sua diversificação dentro do setor.

Com a entrada num outro ramo de atividade, destaca-se a abertura do restaurante Kentia Gourmet Club, exemplo da aposta do grupo na diversificação para outro ramo de atividade, aproveitando também os seus estabelecimentos como meios de publicidade para o restaurante, com a introdução de campanhas e promoções para os clientes dos restantes estabelecimentos do grupo.

Mais recentemente, inaugurou-se o clube Magma Lounge com três pisos para diferentes tipos de atividades. O primeiro piso dispõe um espaço para restauração, serviço de bar e vários postos para trabalho informal ou temporário por parte dos interessados. O segundo piso conta com escritórios para estabelecimentos de negócios de forma temporal ou a definitivo, com duas salas de reuniões e, por vezes, com realização de cursos, formações, eventos de diversas temáticas e um programa de ajuda, por parte do grupo Martinez Hermanos, a projetos de jovens empreendedores da ilha de Lanzarote. Por sua vez, o terceiro piso tem uma sala digital para reuniões mais tecnológicas e um terraço que permite um ambiente mais relaxado e privado, com possibilidade de eventos corporativos. Isto demonstra bem que o grupo soube evoluir de forma diversificada, sendo este último projeto o expoente máximo que permitirá à empresa adquirir muitas mais parcerias em empresas já existentes e que venham a existir, com a ajuda do programa lançado para jovens empreendedores.

Em relação ao hotel, encontra-se atualmente numa posição muito favorável, sendo um dos líderes de mercado de hotelaria na ilha. Posiciona-se de forma distinta da maioria dos restantes competidores, com uma abordagem sustentável e com um alvo de clientes

que possa vir a fidelizar, privilegiando estes em relação aos turistas de massas. O hotel criou a sua vantagem competitiva em relação aos demais competidores, tirando proveito do facto de terem sido os primeiros a adaptar-se à nova transformação do mercado, com os turistas a darem cada vez mais importância na seleção do seu estabelecimento, considerando fatores relacionados com o valor percebível e qualidade do serviço, a sustentabilidade e as novas tecnologias implementadas no hotel.

Note-se que foi o primeiro hotel de cinco estrelas na cidade de Puerto del Carmen, onde se centra a grande maioria do turismo, o que demonstra a sua capacidade de inovação e adaptação aos novos tempos, percebendo o caminho que o destino turístico atualmente leva, de modernização e aumento da qualidade da sua oferta. Principalmente, devido ao elevado número de competidores e à facilidade de acesso a informação, os consumidores são cada vez mais exigentes e procuram serviços de maior qualidade.

O seu segmento alvo foi também muito bem escolhido, com a intenção de atrair um nicho de mercado, nomeadamente o segmento da sociedade com um poder de compra médio para alto, de idade adulta, que procurem um estabelecimento hoteleiro não massificado, com tranquilidade e onde seja possível relaxar. É o ideal para casais que procurem férias sem crianças ou jovens, visto que o preço para os bebés ou crianças é o mesmo do que para um adulto e, sendo os bebés com menos de dois anos apenas aceites em algumas circunstâncias.

O desenho das instalações, a qualidade apresentada do serviço, o nível de conforto, tranquilidade e modernização oferecido aos hóspedes são os principais atrativos do hotel, segundo as várias críticas que detém nos mais variados sistemas de avaliação nos portais

*online*. Demonstra que o hotel, soube de facto, construir toda a sua oferta consoante as tendências atuais, adaptando-se ao estilo de vida atual do público alvo.

Por fim, o comprometimento do hotel com a sustentabilidade traduz-se em mais uma vantagem competitiva. Destacar, de igual modo, que após quatro meses da abertura do hotel, obteve reconhecimento público, com condecoração do melhor projeto sustentável e de reabilitação hoteleira em Espanha pelo seu contributo na tentativa de mudança do paradigma do setor de hotelaria com intenção de tornar um setor suportado em bases cada vez mais sustentáveis.

O modelo de fidelização dos clientes é muito bom, com uma elevada percentagem de clientes repetidores. Durante o estágio houve vários clientes que voltaram ao hotel, para uma segunda, terceira ou quarta vez, chegando a haver situações de clientes que voltavam pela sétima e/ou oitava vez. Incluso, houve clientes que estiveram no hotel pela sua primeira e no fim da sua estadia, marcaram datas futuras de modo a garantir disponibilidades para as datas pretendidas. Isto deve-se ao valor que o hotel entrega ao cliente, com o seu serviço de excelência e as suas características invulgares, de hotel não massificado. Para além do mais, existe o excelente grupo de condições especiais que oferecem aos clientes que voltam ao hotel, como já foi referido anteriormente, principalmente pelo desconto de vinte por cento sobre a tarifa e a oferta das deslocações de e para o aeroporto.

Relativamente aos recursos humanos do hotel e aos seus departamentos, resume-se de um modo geral a um bom funcionamento, que poderia ser melhor no caso de haver mais força de trabalho.

A falta de pessoal é sem dúvida um dos grandes problemas, principalmente no departamento de limpeza, manutenção e recepção. A escassez de recursos humanos leva a problemas que se podiam evitar, como por exemplo, em termos de limpeza, as senhoras pela manhã limpam o hotel e as suítes havendo muitas vezes clientes insatisfeitos pelas horas tardias da limpeza, porque havendo *check-ins*, as senhoras têm que dar prioridade aos quartos que serão novamente entregues, o que implica deixar a limpeza dos quartos já ocupados para mais tarde, um problema que apenas surge devido à falta de pessoal. A partir das três da tarde, com a mudança de turno, existe apenas uma senhora de limpeza, que tem de responder a todas as suas funções fixas, que é finalizar a limpeza dos quartos todos, estando sempre sujeita a problemas de última hora e a pedidos de clientes. Isto implicou que durante o estágio, muitas vezes para fazer face aos pedidos dos clientes, fosse o estagiário a sair da sua zona de trabalho para entregar os pedidos aos quartos, como por exemplo levar à suíte um cobertor extra, água, entre outros pedidos dos clientes.

Um outro exemplo da falta de pessoal é o facto de só haver uma pessoa a trabalhar por turno, no departamento de manutenção. Isto implica que o tempo de resolução dos problemas, por mais simples que sejam, se torne elevado porque o cliente tem de esperar que o técnico termine de resolver uma situação antes de ir solucionar a outra. Mais uma vez, implicou que fosse o estagiário a ir tentar resolver problemas mais básicos às suítes, mas, quando é um problema que o estagiário não sabe resolver, a situação torna-se um pouco desagradável porque o cliente acaba por perder o seu tempo e a situação não se resolve enquanto não houver a intervenção do técnico de manutenção.

Ao problema de falta de pessoal acrescenta-se ainda o facto de o hotel ter imensos estagiários. Isso reduz, em muito, a excelência do serviço que o cliente espera receber em um estabelecimento de cinco estrelas. Para além disso, muitos deles, provêm de países

cuja língua é muito diferente do espanhol, impossibilitando a comunicação com o cliente espanhol e dificultando as tarefas mais simples, induzidos em erro pela comunicação mal realizada. A maioria dos estagiários estão no departamento da cozinha e do *buffet*, que implica servir às mesas, atender os clientes e levar-lhes os *room service* aos quartos. Esta situação, origina dois problemas, sendo o primeiro a duração dos estágios, normalmente de três meses, o que implica que se irá perder tempo a ensinar os possíveis para que o estagiário realize o seu trabalho de uma forma aceitável, para depois no final do seu estágio, ter que se voltar a repetir o processo todo de novo com um outro estagiário. O segundo problema é que em três meses, pessoas que não falem a língua comum em Espanha e sem experiência na área, jamais irão saber desempenhar a sua função de forma a representar um serviço de cinco estrelas. É uma situação, no meu entender, muito má para um hotel que pretende oferecer um serviço de cinco estrelas.

Relativamente às tarefas desenvolvidas, os primeiros tempos no hotel foram muito difíceis, por ser uma área onde não tinha qualquer experiência, inserido num contexto totalmente diferente da minha zona de conforto e principalmente pela língua. A formação dada pela instituição foi muito reduzida, de má qualidade e só com o passar do tempo, através da realização e prática do dia a dia fui aprendendo como trabalhar. Isto deve-se, na minha opinião, por ser o primeiro estagiário que tiveram na receção, o que implica estar numa situação em que, apesar da boa vontade, não há experiência para ensinar a quem não sabe. Mas, apesar disto, notou-se uma grande evolução da abordagem na formação, com a chegada de mais estagiários para a receção, aprendendo com os erros cometidos na minha fase de aprendizagem.

Um outro ponto negativo foi o facto de que no segundo dia de trabalho, já ter sido pedido para atender clientes e responder ao telefone, o que levou claro a muitos erros e

confusões. É um processo de aprendizagem que no mínimo levaria um mês para se familiarizar com todo o contexto dos trabalhadores, do hotel, dos seus arredores, da ilha e principalmente do idioma. Isto deve-se, na minha opinião, à falta de pessoal na recepção o que obriga ao estagiário assumir um papel muito mais difícil ao que realmente está preparado para desempenhar.

Igualmente mau, é a inexistência de um departamento de reservas, estando esse trabalho incumbido ao departamento de recepção. Todas as reservas, seja do hotel ou dos apartamentos, são enviadas, revistas e finalizadas pelo pessoal da recepção, o que subcarrega os trabalhadores deste departamento, impossibilitando a excelência no serviço de atenção ao cliente.

A inexistência de comunicação entre os departamentos é um outro ponto negativo que necessito de realçar. Todos os problemas do hotel, fosse de que departamento fosse, passam pela recepção. Por exemplo, se existe um problema com um exaustor na cozinha, o departamento liga para a recepção para posterior contacto com o departamento de manutenção. O mesmo se aplica a todos os problemas, não existindo comunicação direta entre os restantes departamentos, sendo a recepção a central telefónica de todo o hotel. Este simples fato penaliza imenso o departamento da recepção. Imagine-se então, estar a atender um cliente e o telefone a tocar, sem parar. Para além de perturbar o cliente, faz-se com que o rececionista esteja a pensar já em atender o telefone, o que prejudica na atenção ao cliente. Um problema tão simples que uma lista de extensões colocada em cada departamento solucionaria tudo.

Penso que a maioria dos pontos negativos do hotel seria eliminada de uma forma simples. O fato de haver estes problemas, é consequência de este hotel não pertencer a

uma cadeia de hotéis, onde existe um procedimento padrão da gestão, proporcionando aos trabalhadores procedimentos internos já testados e ajustados com experiências passadas, dispensando assim grande parte da curva de aprendizagem.

## **5.2 Análise crítica às atividades realizadas**

Neste subcapítulo, desenvolve-se uma análise crítica às atividades desempenhadas em função da atividade de faturação, da atividade administrativa e da atividade de atenção ao cliente.

### **5.2.1 Análise crítica à atividade de faturação**

Especificamente em relação ao trabalho de faturação, foram tarefas que me foram sendo atribuídas ao longo do estágio, sendo que começou com o acompanhamento do outro rececionista que se encontrava no turno, passando a ser realizado por mim a partir do momento em que houvesse experiência para tal. São tarefas que requerem um alto nível de responsabilidade que no seu conjunto interferem bastante no informe de produção diário e nas suas previsões futuras. A revisão das faturas do *pool bar* e do restaurante *buffet*, a realização dos pagamentos dos clientes, a contagem de caixa, o cálculo e controlo das comissões e a cobrança das reservas são igualmente importantes porque permitem à administração do hotel manter um controlo apertado sobre a sua gestão diária e fluxos monetários. São atividades desenvolvidas que se enquadram muito bem no que foi proposto no âmbito da realização do estágio. De acrescentar que havendo um departamento de reservas, este seria mais indicado para a realização das atividades relacionadas com o cálculo e controlo das comissões e a cobrança das reservas.

### 5.2.2 Análise crítica à atividade administrativa

Designadamente sobre as tarefas de trabalho administrativo, realizou-se diversas atividades, algumas relacionadas com a função desempenhada, outras já nem tanto.

As tarefas realizadas, como por exemplo a preparação dos *check-ins* do hotel e dos apartamentos, a revisão dos *check-outs* e registo de incidências, são atividades que se enquadram na função de um rececionista. Devido à política do hotel e à falta de pessoal em alguns departamentos, havia a necessidade de ser o rececionista a desempenhar atividades menos relevantes ou fora do seu âmbito, como a organização do sistema de reservas, o envio de faturas, a elaboração do informe diário de produção, a verificação do *rooming list*, o inventário de objetos perdidos e o controlo de *stock* de bebidas. Na minha opinião, estas são tarefas que deviam ser realizadas por outros departamentos, como as referentes às reservas deveriam ser desenvolvidas por um departamento de reservas e as restantes, nomeadamente o inventário de objetos perdidos, controlo e reposição das bebidas pelo departamento de limpeza e de *buffet*, respetivamente.

Em termos de conclusão sobre o trabalho administrativo, existe uma sobrecarga de trabalho administrativo, que impossibilita fornecer o melhor serviço de atenção ao cliente, quer seja pessoalmente, via *e-mail* ou via telefone. Para além da sobrecarga de trabalho administrativo, há também o atendimento do telefone, que retira muito tempo ao departamento de receção.

### 5.2.3 Análise crítica à atividade de atenção ao cliente

Relativamente ao trabalho de atenção ao cliente, foram desenvolvidas as mais variadas funções, consoante os pedidos dos clientes. São, sem sombra de dúvidas, as tarefas mais importantes neste ramo de atividade.

O diretor do hotel ensinou-me que quem trabalha na receção tem que receber os clientes como se fossem visitas especiais na nossa casa, oferecendo o melhor sorriso ao abrir a porta, a melhor comida, a melhor cama, o melhor tratamento para que um dia possa voltar à nossa casa.

Todas as tarefas desempenhadas nesta secção foram realizadas em prol do cliente, sendo a maioria das funções a ser realizadas pelo rececionista. Relativamente ao *check-in* e *check-out*, respostas a *e-mails*, telefonemas de clientes e ao atendimento presencial são todas tarefas bem atribuídas, apesar de que volto a referir que os telefonemas são uma função que seria melhor enquadrada num outro departamento de modo a evitar a sobrecarga e impossibilidade de melhorar o serviço de atenção ao cliente.

Por outro lado, o *room service* é um serviço que deveria ser realizado pelo departamento de cozinha ou *buffet*, visto que para além de retirar tempo aos rececionistas por vezes há perguntas dos clientes sobre as comidas, as bebidas e os seus métodos de preparação que obviamente é muito mais fácil para um funcionário que trabalhe nessa área responder. Para além disso, evitar-se-ia em dois passos o procedimento, nomeadamente o de ter que ligar ao departamento que vai confeccionar e o de ter que ligar ao departamento que vai entregar, além de que eliminava de vez possíveis erros internos na comunicação realizada entre os departamentos.

Uma outra função que não se adequa ao trabalho de um rececionista é a receção do cliente, a ajuda com as malas, o acompanhamento aos quartos e a explicação dos quartos. Este procedimento, sendo desempenhado pela receção, obriga ao rececionista a ausentar-se da sua zona de trabalho, em média entre dez a vinte minutos por *check-in*, deixando o outro trabalhador sozinho, podendo apenas atender um cliente. Imagine-se agora, a chegada de dois *check-ins* com dez minutos de diferença, um hóspede do hotel a vir solicitar algum pedido à receção e um telefonema, cria-se uma situação muito desagradável, que seria resolvida com a contratação de um departamento de porteiros.

O único ponto positivo neste procedimento é a aproximação entre o rececionista e o cliente no momento do *check-in*, o que permite desempenhar uma atenção ao cliente personalizada. À parte deste momento, a atenção ao cliente não é tão eficaz como deveria devido à falta de pessoal.

### **5.3 Aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e o mestrado**

Ao longo do estágio foram aplicados alguns conhecimentos e alguns conceitos teórico-práticos obtidos durante a licenciatura em Gestão e durante o primeiro ano de mestrado em Ciências Económicas e Empresariais na Universidade dos Açores.

A unidade curricular de Recursos Humanos ajudou imenso, devido ao facto de o departamento de receção ser considerado o ponto central do hotel, por onde passa toda a comunicação. Muitas vezes foi necessário recorrer a ensinamentos desta unidade curricular, relacionados com os temas estudados de A Gestão de Recursos Humanos, visto que quase todos os dias ocorriam situações que necessitavam medidas por parte da receção implicando serviços através de outros departamentos.

Foram aplicados conceitos de Introdução à Gestão relacionados com o capítulo de Liderança, Decisão, Comunicação e Motivação. Todos os dias, havia que tomar várias decisões que afetam todo o hotel ao comprometer-se com o cliente sobre algum assunto, ficando dependente dos restantes departamentos, que após comunicação realizada através dos procedimentos mais corretos realizariam o seu trabalho de forma motivada. Assumir a liderança, comunicar, motivar e gestionar os departamentos de limpeza, manutenção e *buffet*, de forma a alocar os seus recursos humanos às necessidades dos hóspedes atuais e dos clientes que irão dar entrada no dia, de forma a que haja uma entrega de valor ao nível que é pretendido.

Do mesmo modo, foram aprendidos vários conceitos em Gestão Estratégica, sempre devidamente fundamentados em casos reais sobre hotéis na ilha de São Miguel, especialmente sobre o Grand Hotel Açores Atlântico, da forma como readaptaram a sua oferta em função da alteração da procura do mercado turístico, também com a inclusão dos voos da Delta Airlines para a nossa ilha, adaptando o seu serviço ao cliente americano. Estes conceitos permitiram-me perceber que, não podendo adaptar o hotel aos clientes individualmente, pode-se sempre adaptar o serviço de atenção do cliente, entregando um serviço personalizado em função do tipo de cliente, abordando os clientes, consoante as suas várias formas de ser e estar.

A unidade curricular de Comportamento Organizacional, de igual modo introduziu conceitos que me possibilitaram atuar da melhor forma possível em resolução de conflitos e negociação, quer seja em situações internas ou externas, referindo neste último caso aos clientes. Conceitos estes lecionados no capítulo de Conflito e Negociação, bem como as várias noções do capítulo referente a Personalidade, Emoções e Tomada de Decisão e do

capítulo de Comunicação, permitindo-me resolver todos conflitos do dia a dia no hotel, com uma melhor noção de que a base para a melhor solução é a comunicação.

As unidades curriculares optativas que possibilitam aos alunos adaptar a licenciatura às suas necessidades pessoais, ao seu desenvolvimento consoante a sua escolha para o futuro. No meu caso, com a escolha de Espanhol I e Espanhol II que me introduziram ao idioma espanhol, desde o mais básico da língua a alguns conceitos já mais evoluídos, que me permitiram adaptar-me à língua principal do estágio com um à vontade maior. Também, com a escolha de Inglês I, que me permitiu recapitular alguns temas da língua inglesa e aprender novos, que possibilitaram um maior conforto no atendimento ao cliente, visto que a maioria das conversações são em inglês. Por fim, a quarta unidade curricular optativa, Estágio Curricular, que me permitiu ganhar uma experiência extra dentro de uma organização e o desenvolvimento de um relatório posterior a descrever o estágio, que serviu como ensaio para este estágio e relatório de maior dimensão.

Todos os trabalhos desenvolvidos e apresentações para a turma contribuíram muito para o meu processo de exposição ao público. Apesar de ser uma das maiores preocupações da maioria dos alunos durante o curso, apresentação após apresentação vamos evoluindo e ganhando confiança em nós mesmos para este momento. Especialmente, no mestrado, com a grande quantidade de apresentações na disciplina de Mercado de Capitais e Estudos de Mercado e o desenvolvimento de vários trabalhos em todas as unidades curriculares.

Também, a exigência de alguns trabalhos, como por exemplo os de Matemática Aplicada, de Finanças Empresariais I, Avaliação de Projetos, Estudos de Mercado, Mercado de Capitais, entre outras unidades curriculares, que proporcionam uma grande variedade de recursos informáticos a nível de *Excel*.

Em suma, neste capítulo efetuou-se uma análise crítica à instituição de acolhimento e às tarefas desenvolvidas. De igual modo, procedeu-se uma análise crítica às atividades desenvolvidas no estágio relacionando conhecimentos obtidos na licenciatura e mestrado com as atividades realizadas.

## CAPÍTULO VI – CONCLUSÃO

O estágio realizado no La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\* e a elaboração do presente relatório possibilitaram-me uma primeira introdução no mercado de trabalho estrangeiro, permitindo o crescimento pessoal e profissional, colocando em prática os conhecimentos que me foram passados ao longo da licenciatura em Gestão e do Mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, ambos na Universidade dos Açores.

Na redação deste relatório, começou-se por uma pequena introdução à ilha de Lanzarote, pertencente ao arquipélago das Canárias. De seguida, desenvolveu-se uma breve análise à evolução do turismo em Lanzarote, com a demonstração do impacto que tem vindo a ter sobre alguns indicadores da ilha.

No terceiro capítulo, caracterizou-se o grupo Martinez Hermanos, verificando que este se dedica especialmente a negócios relacionados com o turismo em Lanzarote. Realizou-se, também, uma breve descrição da evolução do hotel onde foi realizado o estágio, a sua caracterização, a sua missão, valores, objetivos e a sua estrutura organizacional. Observou-se que o grupo tem vindo a evoluir e a adaptar o hotel consoante as necessidades do seu segmento alvo, com a mudança da procura por uma oferta de maior valor e com maior qualidade. Para além disso, nota-se que o hotel tem uma preocupação com a sustentabilidade e o seu impacto no meio ambiente envolvente, o que fornece ao hotel uma vantagem competitiva em relação aos demais competidores, na busca pelo reconhecimento de ser um estabelecimento hoteleiro de referência em gestão sustentável.

No quarto capítulo, descreveram-se as atividades desenvolvidas durante a realização do estágio. O capítulo foi dividido em três grupos, consoante o tipo de trabalho em causa,

nomeadamente as funções desenvolvidas relacionadas com o trabalho de faturação, de trabalho administrativo e o de trabalho de atenção ao cliente.

No quinto capítulo, efetuou-se uma análise crítica à instituição de acolhimento, onde foram expostos, os pontos positivos e negativos por ordem sequencial consoante a construção do relatório. Por último, relacionaram-se alguns conhecimentos adquiridos na licenciatura e no mestrado, especificamente conhecimentos aprendidos nas unidades curriculares de Recursos Humanos, Introdução à Gestão, Gestão Estratégica, Comportamento Organizacional, Espanhol I, Espanhol II, Inglês I, Estágio em Gestão e todas as disciplinas em que se realizaram trabalhos que requeressem apresentações em público e/ou tratamento de dados em *Excel*.

Em suma, o trabalho desenvolvido durante o estágio correspondeu ao que foi proposto inicialmente, obtendo o rendimento pretendido a quando da concretização da inscrição para a realização deste relatório de estágio, com o intuito da obtenção do grau de Mestre, segundo as orientações do Prof. Doutor João Teixeira, visando atingir os objetivos propostos pelo orientador.

## REFERÊNCIAS WEB

Entradas de turistas a Lanzarote según país de residencia. Evolución (2010-18):  
<http://www.datosdelanzarote.com/itemDetalles.asp?idFamilia=26&idItem=7312>.

Entrevista ao Lancelot Digital:

<https://www.lancelotdigital.com/lanzarote/las-amenazas-del-turismo-en-2019>.

Portal do Booking:

<https://www.booking.com/hotel/es/la-isla-y-el-mar-hotel-boutique>.

Portal do La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\*:

<https://www.laislayelmar.com/en/index>.

Portal do grupo Martinez Hermanos:

<http://www.martinezhermanos.com>.

Portal do Viagallica:

[https://viagallica.com/canaries/lang\\_pt/ile\\_lanzarote.htm](https://viagallica.com/canaries/lang_pt/ile_lanzarote.htm).

Tasas de actividad, empleo y paro en Lanzarote (2018). Comparación con el resto de islas de Canarias:

<http://www.datosdelanzarote.com/itemDetalles.asp?idFamilia=16&idItem=7465>.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabildo de Lanzarote Anuario Estadístico de Lanzarote 1986.

Cabildo de Lanzarote Anuario Estadístico de Lanzarote 2005.

Cabildo de Lanzarote Anuario Estadístico de Lanzarote 2009.

Cabildo de Lanzarote Anuario Estadístico de Lanzarote 2017.

Cabildo de Lanzarote Anuario Estadístico de Lanzarote 2018.

Cabildo de Lanzarote Debate sobre el estado de la isla Lanzarote 2018.

Lemes, Pedro Calero (2005) Evolución e impactos del desarrollo turístico en Lanzarote. U.N.E.D.; Talkit Spanish research team.

Manual do trabalhador do hotel La Isla y El Mar Hotel Boutique \*\*\*\*\* de 2018.

**UNIVERSIDADE DOS AÇORES**  
**Faculdade de Economia e Gestão**

Rua da Mãe de Deus  
9500-321 Ponta Delgada  
Açores, Portugal