

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar



***Implementação de um sistema de sustentabilidade
no VILA VITA Parc Resort & SPA***

Diana Gentil Tomás Perdigão

2015

Instituto Politécnico de Leiria

Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar



***Implementação de um sistema de sustentabilidade no VILA
VITA Parc Resort & SPA***

Diana Gentil Tomás Perdigão

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em Gestão e Direção Hoteleira

Projeto de Mestrado realizado sob a orientação do Doutor Mário Carvalho

Setembro de 2015

Implementação de uma Política de Sustentabilidade aplicado ao VILA VITA Parc Resort & SPA

Copyright Diana Gentil Tomás Perdigão / Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e Instituto Politécnico de Leiria.

A Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar e o Instituto Politécnico de Leiria têm o direito, perpétuo e sem limites geográficos, de arquivar e publicar este relatório de estágio através de exemplares impressos reproduzidos em papel ou de forma digital, ou por qualquer outro meio conhecido ou que venha a ser inventado, e de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição com objetivos educacionais ou de investigação, não comerciais, desde que seja dado crédito ao autor e editor.

Agradecimentos

Este espaço, dedicado aos agradecimentos, torna-se limitado para mencionar todos a quem devo uma palavra de reconhecimento ao longo deste Mestrado em Gestão e Direção Hoteleira.

Fui para um local novo de forma a encontrar um dos locais que me poderiam proporcionar a melhor experiência, esse local encontrei no Algarve, o VILA VITA Parc Resort & SPA. Obrigada a todos os que me ajudaram a cumprir os meus objetivos ao longo deste estágio e posterior desafio e a realizar mais esta etapa da minha formação académica.

Quero agradecer a todos os docentes que direta ou indiretamente, influenciaram a minha prestação ao longo do meu percurso. Agradeço particularmente ao coordenador de Mestrado de Gestão e Direção Hoteleira, Professor Doutor Mário Carvalho que também na qualidade de meu orientador de estágio, sempre foi exigente e interessado no desenvolvimento do desafio.

A execução deste projeto apenas foi possível graças à disponibilidade de muitas pessoas que me apoiaram em tudo o que necessitava, que se preocuparam e se demonstraram sempre disponíveis. A elas o meu profundo e sincero agradecimento.

A todas as pessoas com quem tive o privilégio de aprender no VILA VITA Parc, um muito obrigada pelos conhecimentos transmitidos bem como todo o carinho e apoio. Não posso deixar prestar um especial agradecimento a André Matos, Diretor de Qualidade e Ambiente que me acompanhou em todo o processo de estágio e posterior desafio, acreditou nos meus projetos e muitos conhecimentos me transmitiu.

A todos meus Amigos: aos de antes e aos de depois do estágio, um sincero obrigada pelo apoio incondicional nesta aventura, com um especial agradecimento a Carlotta e Vera, dois suportes em dois pontos distintos.

Ao meu namorado, João, obrigada por todo o apoio, compreensão e amor durante este percurso.

Por último, mas não menos importante quero agradecer à minha família todo o carinho e apoio incondicional. Não posso deixar de mencionar os meus pais, que foram e são fonte de motivação para atingir os meus objetivos, obrigada por acreditarem em mim.

Obrigada a todos, porque sem vocês não era possível concluir esta etapa da minha vida.

Resumo

Atualmente os clientes estão mais evoluídos, informados e exigentes. Os processos de seleção dos fornecedores alteraram-se profundamente, o consumo dos produtos/serviços acontece de forma antecipada e obedece a múltiplas variáveis com particular destaque para as imagens reproduzidas na mente dos consumidores. A seleção dos produtos passa por isso, a ser feita sem o recurso a intermediários alterando o paradigma da promoção e distribuição.

No seguimento do primeiro ano de estudos teóricos em Gestão e Direção Hoteleira, o segundo ano baseou-se numa experiência de estágio com duração de nove meses, realizado no VILA VITA Parc Resort & SPA no Algarve, cujo principal objetivo foi desenvolver o conhecimento teórico adquirido ao longo do percurso académico e ainda as reforçar competências adquiridas previamente. Neste sentido, o estágio decorreu por diversos departamentos, tais como: *Sales & Marketing*, Financeiro, Alojamentos, Recursos Humanos, *Food & Beverage*, Qualidade e Ambiente e Assistente de Direção Geral.

Na sequência do referido anteriormente, é também objetivo o desenvolvimento de um desafio, que se baseou na identificação de uma janela de oportunidade para uma intervenção na área da operação, e desenvolvimento da mesma.

A diferenciação ambiental é um dos fatores cada vez mais procurados por quem procura um hotel. Caso o mesmo consiga a junção entre o luxo e conforto e a redução de desperdício de energia e recursos é um fator de diferenciação exponencial.

No decorrer do estágio, o tema para o desafio desenvolveu-se e deu origem à ideia de implementar um sistema de sustentabilidade no *resort*. Os objetivos inerentes à aplicação do referido anteriormente estão relacionados com o posicionamento do *resort* no mercado, a formação ambiental dos colaboradores e com sistemas de reciclagem de resíduos: Velas, cartão e papel, plástico e metal, vidro, rolhas, óleos alimentares usados e tinteiros e toneres.

Este método de sustentabilidade teve a duração prática de seis meses (Janeiro a Junho 2015) e através do mesmo foram obtidos resultados bastantes satisfatórios no que diz respeito às vantagens económicas associadas (€5959.57) e à preservação do meio-ambiente.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Ambiente, Turismo e Hotelaria, Redução de Custos.

Abstract

Nowadays, customers are growing more and more demanding as they become more informed.

Furthermore, selection processes adopted by suppliers have been changed drastically. Besides, consumption of both products and services are often anticipated as these obey to a multitude of variables, in particular, perceptions formed in consumers' minds, which will eventually prove greatly influential in decision-making processes. Thus, product selection is oftentimes achieved with no resort to intermediaries, bringing about a significant change in the "promotion and distribution" paradigm.

As a follow-up of year one of my curriculum whereby theoretical studies in Management and Hospitality, Year two comprised a nine-month period of probationary working experience undertaken at the Vila Vita Parc Resort & Spa, situated in Algarve, south of Portugal.

Aimed at further developing previously acquired theoretical knowledge, this experience has been subdivided in a number of phases, allowing me to gain valuable insights in several in-house departments such as: Sales & Marketing, Finance, Bookings and accommodation, Human Resources, Food&Beverage, General management assistant, quality and environment management.

Further to the abovementioned, this adventure provided the basis for identifying a window of opportunity to intervene in the operation area, and its inherent development.

As environmental differentiation assumes major influence in the decision-making processes by customers, it is paramount to obtain an optimal combination of luxury, comfort and sustainable modus operandi that reduces energy consumption and this way constitutes a differentiation factor during the working experience, the challenging task developed and gave rise to a concept that consists in the implementation of a sustainability system in the resort.

Goals related to the applicability of the above mentioned are related with and somewhat conditioned by the resort's market position as well the environmental education of the collaborators on the project.

recycling system of candles, cardboard, paper, plastic and metal, glass, corks, cooking oils and used cartridges, during the practical duration of six months of such sustainability methods (running from January to June of 2015) , diverse uplifting outcomes were obtained, among which, economic benefits and those pertaining to the preservation of the environment.

Keywords: Hospitality, Recycling, Sustainability, Environment, Resources.

Índice	
Resumo	v
Abstract	vii
Índice	ix
Índice de figuras	xi
Índice de gráficos	xiii
Siglas e abreviaturas	xv
Introdução	1
Justificação do tema	5
Objetivos do desafio	7
Capítulo 1 - Turismo e Hotelaria	9
1.1. Impactos do turismo na economia nacional	10
1.2. Sustentabilidade	14
1.3. Turismo/Hotelaria Sustentável	15
Capítulo 2 - VVP Caracterização e Estágio	21
2.1 Caracterização do VVP	22
2.1.1 Localização e Clima	24
2.1.2 História e Enquadramento	25
2.1.3 Serviços	27
2.1.4 Regime de Funcionamento e Número de Colaboradores	28
2.1.5 Leading Hotels of the World	28
2.1.6 Alojamento	28
2.1.7 F&B	29
2.1.8 Salas de Eventos	31
2.1.9 Herdade dos Grous	31
2.1.10 Prémios ano 2015	32
2.2. Estágio.....	34
Capítulo 3 – Desafio: Implementação de um sistema de reciclagem no VVP	45
3.1. Enquadramento do desafio	46
3.1.1 Principais Objetivos.....	47
3.2. Certificação ECO-HOTEL – TÜV Rheinland	48
3.3. Ação de Sensibilização.....	53
3.4. Dia Mundial do Ambiente.....	56
3.5. Reciclagem.....	60
3.5.1 Tinteiros e Toneres	62
3.5.2 Rolhas	63
3.5.3 Velas	63
3.5.4 Plástico e metal, Vidro.....	65
3.5.5 Papel e Cartão	66

3.5.6 Latas Claus Porto.....	68
3.5.7 Óleo Alimentar Usado	69
3.5.8 Resíduos Verdes	71
3.6 Outras Ações / Curiosidades	71
Conclusões	76
Recomendações Futuras	78
Referências Bibliográficas	82
Apêndices.....	86
Anexos.....	100

Índice de figuras

Figura 3.1: Logótipo VVP	22
Figura 3.2: Mapa do resort	24
Figura 3.3: Localização do VVP no mapa da Península Ibérica	25
Figura 3.4: Vista aérea do VVP.....	26
Figura 3.5: Logótipo <i>Leading Hotels of the World</i>	28
Figura 3.6: Entrega do Prémio “Portugal's Leading Green Hotel” 2015, pela diretora Comercial do VVP (ao centro), Katya Bauval	33
Figura 3.7: Tratamento de aniversário ao hóspede, realizado a pedido do Hospitality..	40
Figura 3.8: Participação no evento Fine Wines&Food Fair 2015	41
Figura 3.9: Fertilizante 100% natural produzido na ALGAR, disponibilizado a todos os participantes na AS.....	54
Figura 3.10: Participantes na AS prática na ALGAR.....	55
Figura 4.11: Imagem para o cartão e folha da planta do DMA	56
Figura 3.12: Participação dos hóspedes no DMA	57
Figura 3.13: Entrega do certificado ECO-HOTE da TÜV Rheinland.....	58
Figura 3.14: Cravo francês plantado no DMA, dois meses depois	60
Figura 3.15: Material necessário para a realização do DMA (colaboradores)	60
Figura 3.16: Caixotes dos RSU	61
Figura 3.17: Recipiente para rolhas de cortiça	63
Figura 3.18: Exemplo de recipiente para as velhas com a devida instrução	65
Figura 3.19: Instrução colocada nos contentores amarelo e verde (Restaurante Bela Vita).....	65
Figura 3.20: Compactadora de cartão e fardos já compactados	67
Figura 3.21: Latas de <i>amenities</i> Claus Porto	68
Figura 3.22: Recipiente destinado às latas de <i>amenities</i> Claus Porto	68
Figura 3.23: Bidons destinados ao armazenamento de OAU	70
Figura 3.24: Libertação do falcão.....	73
Figura 4.25: Papeleira para os escritórios.....	80

Índice de tabelas

Tabela 0.1: Estrutura do Relatório.....	5
Tabela 0.2: Esquema representativo dos objetivos do desafio	8
Tabela 1.3: Dados referentes aos resultados da Hotelaria em 2014 – Portugal e Algarve (em milhões).....	13
Tabela 1.4: Estádios de estratégias de sustentabilidade	19
Tabela 3.5: Tipologias de empreendimentos turísticos	23
Tabela 3.6 - Constituição do Grupo VILA VITA	26
Tabela 3.7: Bares e Restaurantes VVP	30
Tabela 4.8: Mapa de distribuição do estágio	35
Tabela 4.9 - Organigrama de Funções do VVP.....	36
Tabela 3.10: Deficiências e soluções de sustentabilidade aplicada ao VVP	48
Tabela 4.11: Quantidades recicladas e benefícios monetários correspondentes	76
Tabela 4.12: Quantidade de RSU recolhidos	77

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Índice de gráficos

Gráfico 1.1: Evolução das Receitas do Turismo (2011-2015)	13
Gráfico 3.2: Dormidas por país de origem no VVP (2014)	49

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Siglas e abreviaturas

AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal

APA – Agência Portuguesa do Ambiente

AS – Ação de Sensibilização

AV – Agência de Viagens

BEO – Banqueting Event Order

BME – Boletim Mensal de Estatísticas

CEN – Comité Europeu de Normalização

CNUMAD – Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento

DL – Decreto-Lei

F&B – Food and Beverage

GAR – Guia de Acompanhamento de Resíduos

HdG – Herdade dos Grous

HORECA – Hotelaria e Restauração

INE – Instituto Nacional de Estatística

LER – Lista Europeia de Resíduos

LHW – Leading Hotels of the World

MIRR – Mapa Integrado de Registo de Resíduos

NIF – Número de Identificação Fiscal

OAU – Óleo Alimentar Usado

OMT – Organização Mundial do Turismo

PIB – Produto Interno Bruto

REEE – Resíduos Equi Elétricos e Eletrónicos

RSU – Resíduos Sólidos Urbanos

SILiAmb – Sistema Integrado de Licenciamento do Ambiente

SPV – Sociedade Ponto Verde

TO – Tour Operador

UE – União Europeia

UNEP – United Nations Environment Programme

UNWTO – United Nations of World Tourism Organization

VVP – VILA VITA Parc

WTO – World Tourism Organization

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Introdução

Introdução

Após um ano de estudos teóricos no Mestrado em Gestão e Direção Hoteleira, o segundo ano tem como opções o estágio, a tese ou projeto. A opção selecionada foi o estágio, pois acreditei que pudesse ser uma mais-valia tanto a nível pessoal como a nível profissional. Poderia assim não só colocar em prática os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do mestrado como contactar com a realidade laboral atual desenvolvendo técnicas e competências adquiridas ao longo do percurso académico.

O estágio decorreu no VILA VITA Parc Resort & SPA no Algarve e teve a duração de nove meses com prática nos seguintes departamentos:

- Departamento Comercial e Marketing (dois meses);
- Departamento de Alojamentos - *Housekeeping*, *Receção*, *Hospitality* (dois meses);
- Departamento de F&B - Direção de F&B, Restaurantes, Bares, Eventos (dois meses);
- Departamento Financeiro - Contabilidade, Controlo de Custos (um mês e meio);
- Direção de Qualidade e Ambiente (três semanas);
- Assistente de Direção Geral (três semanas).

A realização do estágio pressupõe que encontremos uma janela de oportunidade, desenvolvendo um desafio que possa conter benefícios para a empresa. Como tal, no decorrer do estágio surgiu a ideia, que posteriormente foi apresentada aos diretores, de desenvolver e implementar um sistema de sustentabilidade no *resort*.

A importância de diferenciação e unicidade na prestação de um serviço como a hotelaria é imprescindível. A globalização¹ veio tornar a informação acessível a todos através, principalmente, da evolução das vias de comunicação e tecnologias da informação (Campos & Canavezes, 2007), o que veio também contribuir para a evolução do turismo (Knowles, Diamantis, & El-Mourhabi, 2004).

¹ O termo Globalização é normalmente utilizado a propósito de um conjunto de transformações socioeconómicas que vêm atravessando as sociedades contemporâneas em todos os cantos do mundo (Campos & Canavezes, 2007).

Quando os hóspedes consideram um local pernoitar, fazem a sua pesquisa tanto do destino, como do hotel para onde pondera ir, analisam *sites* de avaliação, de forma a perceber experiências de outrem, prévias à sua que influenciam a decisão de escolha.

Como tal, no mundo onde vivemos o cliente é cada vez mais informado e evoluído no processo de escolha, gradativamente exigente, tendo ideias concebidas do que deseja e ainda do que espera na altura do consumo do produto ou serviço.

Contudo os pontos anteriormente mencionados não são os únicos fatores influenciadores á decisão.

Quando um cliente escolhe um hotel, dado que está informado e tem preocupações ambientais, ainda que valorize as questões relacionadas com o preço, localização e facilidades entre outras, não deixará no entanto de valorizar as dinâmicas relacionadas com a sustentabilidade.

Podemos reconhecer que evolução nem sempre é positiva e, quando tal acontece, não existe concordância com a classificação de sustentabilidade. Tal como mencionado por Jauhari (2014), a sustentabilidade no contexto atual não é apenas uma necessidade mas sim um fator crítico que merece especial atenção pela indústria, governo e sociedade. É um precursor para um mundo com condições para a vida humana.

Assim sendo, pelo referido a cima, devemos tentar reduzir os impactos da nossa atividade no meio-ambiente e o turismo e a hotelaria não são exceções, pois se medidas não forem tomadas será possível testemunhar os enormes desafios que podem sair de controlo se não agirmos a tempo (Príncipe de Gales, 2011).

Na indústria hoteleira, tanto as grandes cadeias como as unidades de dimensão mais reduzida, reconhecem que existem benefícios tangíveis em praticar medidas sustentáveis, incluindo ganhos na melhoria da eficiência e numa crescente reputação da companhia (Chen, Sloan, & Legrand, 2013).

Com relação ao que foi referido anteriormente, o desafio teve como objetivos melhorar as ações a nível ambiental já existentes e implementar outras que pudessem ser benéficas, tanto para a instituição e para os hóspedes, bem como para o meio-ambiente.

Este relatório de estágio está estruturado essencialmente em cinco partes. A primeira parte é a Introdução em que é feito um enquadramento geral, mencionando os principais objetivos do relatório.

A segunda parte refere-se ao Capítulo 1, onde é feita uma abordagem ao tema do Turismo, Hotelaria e Sustentabilidade e referência aos respetivos conceitos, bem como benefícios e ameaças da atividade turística na economia e meio-ambiente.

A terceira parte, diz respeito ao Capítulo 2 onde será feita a referência ao *resort*, com descrição da localização, funcionamento, organização e caracterização da unidade e tarefas realizadas durante o estágio.

A quarta parte é o Capítulo 3, onde irá ser apresentado o desafio realizado durante o estágio, estratégias de implementação de sistema de sustentabilidade.

A quinta, e última, parte diz respeito à Conclusão. Neste capítulo serão retiradas as conclusões finais e algumas considerações para projetos futuros.

Na tabela que se segue, podemos observar a estrutura do relatório, desde a introdução até às conclusões finais.

Tabela 0.1: Estrutura do Relatório.



Fonte: Própria

Justificação do tema

A escolha do tema deve-se essencialmente à necessidade de melhorar a forma de como o tema da sustentabilidade é abordado na indústria hoteleira, em particular no local foi desenvolvido o estágio (VVP), apelando à preservação dos recursos naturais.

Desde a altura em que foi ponderada a hipótese de desenvolver o tema da sustentabilidade iniciaram-se as pesquisas sobre o mesmo e uma das declarações que, de certa forma, influenciaram na decisão final foi enunciada na CNUMAD no ano de 1992, no Rio de Janeiro: “A humanidade encontra-se em um momento de definição histórica. Defrontamo-nos com a perpetuação das disparidades existentes entre as nações (...), bem como com a deterioração contínua dos ecossistemas de que depende o nosso bem-estar. Não obstante, caso se integrem as preocupações, relativas ao meio ambiente e desenvolvimento e a elas se dedique mais atenção, será possível satisfazer as necessidades básicas, elevar o nível da vida de todos, obter ecossistemas melhor protegidos e administrados e construir um futuro mais próspero e seguro. São metas que nação alguma pode atingir sozinha; juntos, porém, podemos (...)” (CNUMAD, 1992).

O turismo e a hotelaria têm, como não poderia deixar de ser, uma responsabilidade ativa na utilização racional dos recursos e na preservação do ambiente (Chen, Sloan, &

Legrand, 2013). O turismo deve por isso sensibilizar os autóctones, os visitantes e os turistas para a importância do património natural e o papel que cabe a cada um na defesa e preservação daquele.

Neste sentido o desafio selecionado para o estágio passou por encontrar um modelo de sustentabilidade no VVP, criando para o efeito um sistema de reciclagem de resíduos e métodos de sensibilização ambiental.

O Mundo modificou-se e o modo de produção tornou-se mais mecanizado e estandardizado (Edwards, 2005) substituindo a mão-de-obra humana, o que tornou possível uma produção em série, ou seja, uma produção em maiores quantidades em menos espaço de tempo, que conseqüentemente implicou uma maior necessidade de matérias-primas e recursos num curto espaço de tempo. As emissões de gases poluentes começou a acentuar-se nessa época e chega até aos dias de hoje, sendo apontada como um dos principais causadores da degradação do meio ambiente (Vallero, 2014), no entanto tendem ser cada vez mais controlados, situação que não acontecia anteriormente.

O crescimento à custa do ambiente pode ter graves ramificações. Tal é visível através de calamidades e catástrofes naturais como as cheias, deslizamento de terras, secas, carência de água potável. (Jauhari, 2014). A Terra está ameaçada, não consegue suportar todas as exigências que lhe fazemos, e o desequilíbrio existente é provocado por nós Ser Humano (Príncipe de Gales, 2011), pois exploramos ao máximo os recursos naturais, que são findáveis. Com a destruição de florestas estamos também a destruir habitats, destruir espécies, a danificar ecossistemas.

A natureza está na génese da nossa existência e sem árvores não há produção de oxigénio, o que conseqüentemente não nos permite viver. A contaminação das águas, do ar e do solo deterioram a saúde do Ser Humano, consequência do mau aproveitamento dos recursos por parte do mesmo. As necessidades de alimento, tal como todas as necessidades humanas, são apontadas como um fator de desequilíbrio dos ecossistemas (Shrivastava, 2004).

A evolução e o crescimento deve ter em conta a sustentabilidade, se não houver esse cuidado o crescimento deixa de fazer sentido.

Objetivos do desafio

O principal objetivo do desafio foi numa primeira fase identificar as insuficiências relativamente à sustentabilidade no VVP. Após o diagnóstico e pesquisa em diferentes meios foram encontradas distintas ferramentas que depois de ensaiadas se verificaram apropriadas como oportunidades de intervenção.

Neste sentido integraram-se diferentes medidas corretivas e preventivas de reciclagem, com particular destaque para a formação dos colaboradores do VVP, cujo benefício é equipolente: por um lado a proteção do ambiente e por outro a redução de custos da estrutura.

Para a prossecução dos objetivos antecipadamente identificados é necessário observar um conjunto de metas constituintes dos mencionados, tais como:

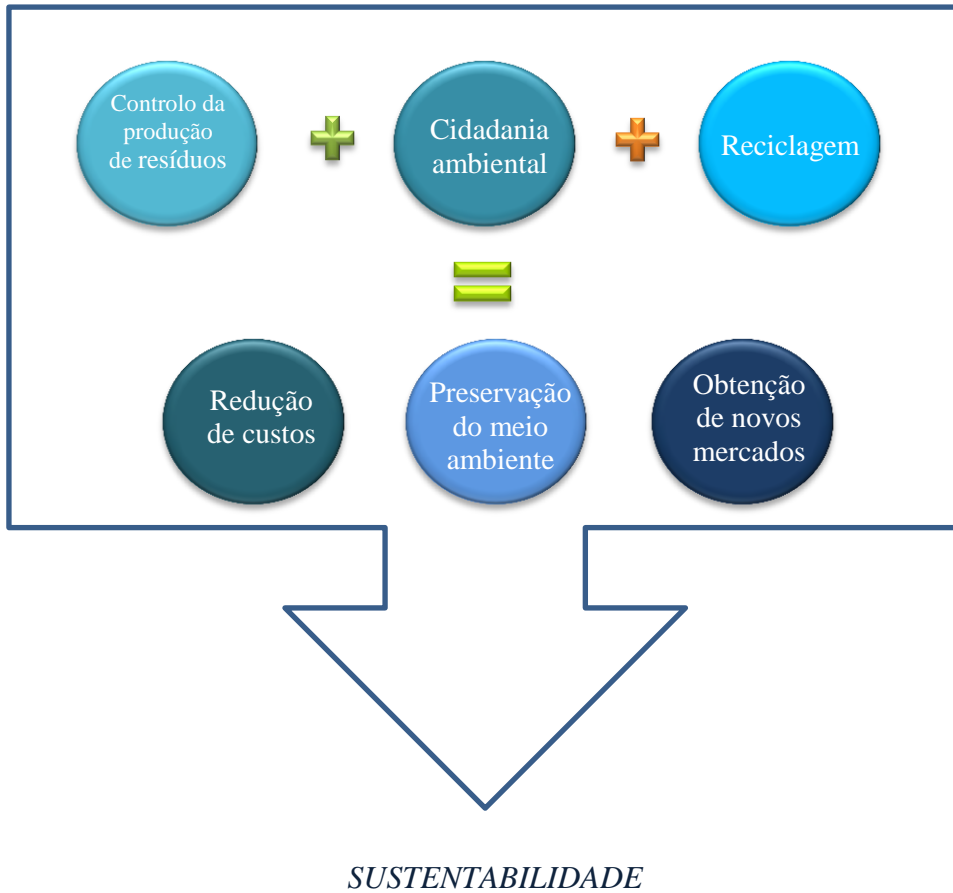
- Perceber a relevância da sustentabilidade para a hotelaria (no caso específico do VVP) e vice-versa²;
- Identificação de as limitações relativas à sustentabilidade no VVP;
- Controlo da produção de resíduos;
- Preservação dos recursos naturais;
- Responsabilidade ambiental – Cidadania Ambiental (incutir hábitos de reciclagem nos colaboradores);
- Redução de custos;
- Posicionamento no mercado;
- Elaboração de proposta de um plano de sustentabilidade que possam ajudar a colmatar algumas deficiências;

² A sustentabilidade tem grande importância para a hotelaria atraindo novos mercados e reduzindo custos com os resíduos, bem como a hotelaria pode contribuir para a preservação do meio-ambiente devido à importância do referido para a indústria.

- Desenvolver um plano com ações a serem desenvolvidas e postas em prática no futuro.

Em suma, e de forma a facilitar a interpretação dos principais objetivos, apresentamos na tabela 0.2, um esquema que retrata os objetivos.

Tabela 0.2: Esquema representativo dos objetivos do desafio



Fonte: Própria

Capítulo 1 - Turismo e Hotelaria

1.1. Impactos do turismo na economia nacional

O turismo cria empregos e gera oportunidades de comércio (Declaração do Rio, 2012); aproxima comunidades, promove o respeito pelas diferenças, dá a conhecer a diversidade cultural, fomenta a construção de vias de comunicação e a melhoria do território.

Entre outros exemplos podemos mencionar as construções que albergam turistas, a requalificação urbana, desenvolvimento de espaços verdes e de lazer, comércio que serve de apoio ao alojamento, serviços. Segundo o UNTWO (2015 a)), nos últimos sessenta anos o turismo tem vindo a observar um contínuo crescimento e desenvolvimento até se tornar uma dos maiores setores económicos do mundo. Muitos destinos que anteriormente eram vistos como não atrativos começam agora a atingir valores de procura muito elevados.

A hotelaria e o turismo estão cada vez mais agregados (Silva, 2013), são tão inter-relacionados que algumas associações e líderes, consideram a combinação da hotelaria com o turismo uma única indústria (Chon & Sparrowe, 2003).

Portugal mostra-se um país nitidamente vocacionado para o turismo e hotelaria. Este setor é detentor de elevada transversalidade com impacto revelante na área social, cultural e com forte contributo para o desenvolvimento da economia nacional (AICEP, 2014). A confirmação passa pela influência que o setor teve na economia nacional no ano de 2014, com expressão no PIB nacional que correspondeu a 10% e no emprego com uma percentagem de mais de 8%, o que equivale a cerca de 400 mil postos de trabalho, sendo ainda o maior exportador nacional (AICEP, 2014).

A relevância da hotelaria em Portugal denota-se cada vez maior, até ao mês de Junho de 2015 existiam em Portugal cento e trinta mil, novecentas e dezasseis unidades de alojamento³ (Deloltee, 2015), sendo que na totalidade, segundo o JN (2015), serão cinquenta e três os novos empreendimentos até ao final do ano corrente.

³ Por unidades de alojamento entendem-se o número de quartos e/ou de apartamentos.

O turismo, tal como já foi mencionado, pode ser a escapatória para a crise e desenvolvimento do país, criando novos postos de trabalho. Com o decorrer dos anos Portugal tende a ser, continuamente, um destino turístico, por isso devemos apostar na formação e qualificação dos nossos profissionais de turismo e hotelaria, para de mais uma forma nos diferenciarmos do resto do mundo.

Em Portugal podemos observar uma tendência para o investimento em hotéis de luxo, essencialmente com o aumento de hotéis de 5 estrelas que, segundo o INE em 2010 o número era de 60 hotéis de cinco estrelas, em 2013 de 90 e em 2014 de 98. No entanto não são só os hotéis de luxo que apostam na qualidade de serviço, cada vez mais se verifica um aumento do interesse por parte dos gestores hoteleiros e de destinos turísticos com a preocupação de bem-receber. Somos um povo naturalmente hospitaleiro, atributo esse, reconhecido pelo mundo inteiro, que aliada à componente paisagística e cultural, o clima e a paz política atraem cada vez mais os visitantes ao nosso país.

O turismo tem dado a oportunidade a milhões de pessoas de conhecerem partes desconhecidas do mundo, aumentarem os interesses pelas outras culturas e hábitos, levando a que muitos optem até por comprar casa num dos destinos que consideram prediletos (Swarbrooke, 1999), o que acontece muito no território algarvio (onde irá incidir o essencialmente o desafio).

A hotelaria permite que o turista se possa permanecer num local por mais de 24h, disfrutando do destino turístico e consumindo bens e serviços nessa mesma área de influência, gerando receitas e mais riqueza à população autóctone. Quando falamos em receitas no turismo, o alojamento é sem dúvida uma das maiores fontes de receitas. Tal como apresentado pelo INE (2015), no primeiro semestre de 2015 o país teve receitas com o alojamento na ordem dos 994.330 milhões.

Os hotéis desempenham um papel importante na maioria dos países, oferecendo instalações para transações de negócios, reuniões e conferências, recreação e entretenimento. Neste sentido os hotéis são tão importantes à economia e às sociedades

como o transporte adequado, a comunicação e os sistemas de distribuição de vários bens e serviços. Através das suas instalações, os hotéis contribuem para a produção total de bens e serviços, que constituem o bem-estar substancial de nações e comunidades (Medlik & Ingram, 2002).

Apesar ser um país pequeno, Portugal tem uma diversidade de oferta imensa cada vez mais diversificada e qualificada. Somos um país com uma localização geográfica privilegiada, com boas redes de comunicação, a poucas horas de avião, do centro da Europa e por essas e outras razões, Portugal tem visto aumentar a sua notoriedade a nível internacional enquanto destino turístico, sem que a situação económica do país tivesse influenciado o desempenho do sector (AICEP, 2014). No entanto é notória a aplicação da frase desenvolvida pelo Turismo de Portugal “Vá para fora cá dentro”⁴ visto que segundo o INE a proporção dos residentes que efetuaram viagens turísticas (unicamente) em Portugal no ano de 2014, fez um total de 30,7% das dormidas.

O desenvolvimento do turismo e hotelaria em Portugal tem vindo a desenvolver-se, atingindo níveis bastante satisfatórios. No mês de agosto de 2014, segundo o INE (2015) verificou-se uma ocupação máxima de 97,1%, mais 5,8 pontos percentuais do que em mesmo período do ano 2013.

Falando particularmente no setor económico, o turismo, tal como já referido, é um impulsionador do desenvolvimento. Segundo o WTO (2014), Portugal ocupa o 26º lugar no que diz respeito a receitas turística e, de acordo com o Banco de Portugal (2015) as receitas no turismo têm vindo a aumentar ao longo dos últimos anos, sendo que no ano de 2014 atingiu os 10 394 milhões de euros. Ainda em 2014, o saldo da balança turística de Portugal foi de 7,1 mil milhões de euros, tendo aumentado 15,4% face a 2013. Conforme a com a mesma entidade, as receitas do turismo têm vindo a crescer de forma sustentada, atingindo perto de 10.4 mil milhões de euros em 2014⁵, valor que representou cerca de 14,8% do total das exportações portuguesas de bens e

⁴ Campanha criada pelo Turismo de Portugal no ano 2010 de forma a promover o turismo interno.

⁵ Corresponde a um aumento de 12,4% face ao ano anterior

serviços. O peso das receitas do turismo na exportação de serviços aumentou nos últimos anos.

De forma a percebermos a dimensão da importância da hotelaria em Portugal e na região onde irá incidir o desafio (Algarve), observemos a tabela seguinte:

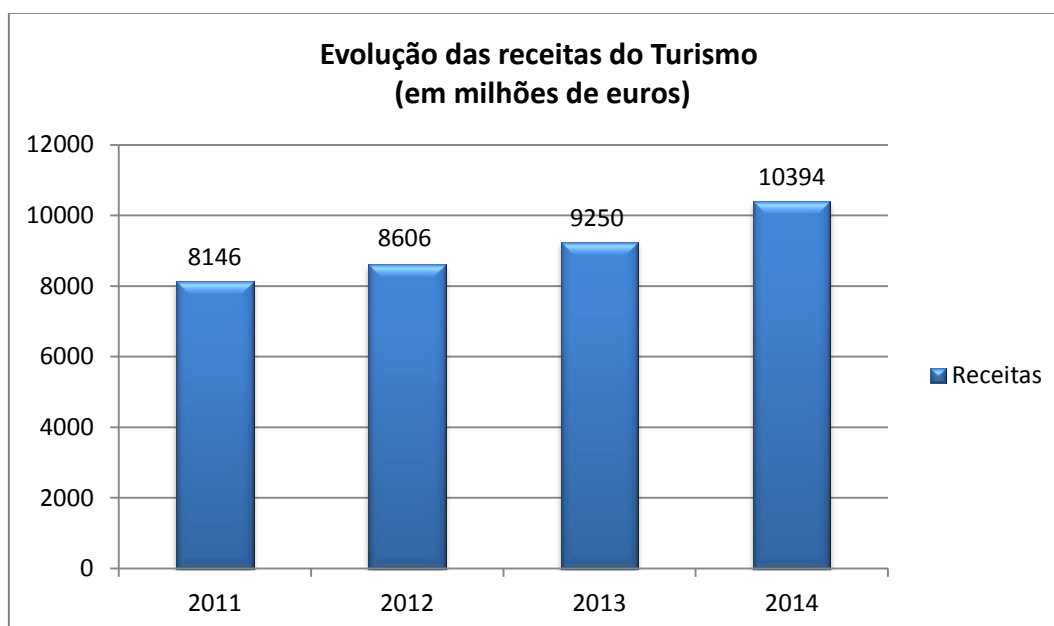
Tabela 1.3: Dados referentes aos resultados da Hotelaria em 2014 – Portugal e Algarve (em milhões)

Destino	Dormidas	Hóspedes	Proveitos
Portugal	247.143 Milhões	7.706 Milhões	994.330 €
Algarve	6.470 Milhões	7.706 Milhões	247.143 €

Adaptado: INE (2015)

A UNWTO (2015 c)) estima que caso a tendência se mantenha, o ano de 2015 será mais um ano de *records* turísticos, pois espera-se que exista um crescimento entre os 3 e 4% em 2015 de chegadas de turistas internacionais e ainda porque entre janeiro e junho o balanço comercial do turismo teve um total de 2817.2 milhões de euros, mais 360.9 milhões de euros do que em igual período de 2014 (Banco de Portugal, 2015). Podemos observar a tendência através do gráfico 1.1.

Gráfico 1.1: Evolução das Receitas do Turismo (2011-2015)



Fonte: Adaptado de Banco de Portugal em *Portugal – Ficha País Janeiro 2013 Abril 2015*

As potencialidades de Portugal como destino turístico são imensuráveis e não se restringem apenas ao litoral mas sim a todo o país que, como já referido anteriormente, e apesar da sua área, consegue oferecer uma imensa diversidade de atratividades o que se repercutiu no número de dormidas em 2014⁶. No entanto o Algarve lidera em termos de dormidas no primeiro semestre de 2015⁷, representando um crescimento de 1% face a 2014. Relativamente às receitas no Algarve, particularmente os hotéis de 5 estrelas detiveram um total de 59 milhões 651 mil e 600 euros (Turismo de Portugal, 2015).

1.2 Sustentabilidade

O meio ambiente, segundo Abramovay (2002), é um sistema formado conjuntamente por todos os seres humanos e subsistemas da ecosfera que estão acoplados a esses ambientes humanos.

O ambiente não é uma moda passageira (Ferrão, 1998). O tema da sustentabilidade está cada vez mais em voga, o que se revela positivo para a humanidade pois continuamos a sobre explorar os recursos condicionando a nossa própria existência. O aumento populacional e melhoria da qualidade de vida dos cidadãos está diretamente associada ao aumento do uso de produtos descartáveis e consequente aumento de resíduos, com implicações graves no ambiente e na saúde.

A área total modificada, cultivada, construída ou degradada tem aumentado significativamente ao longo das últimas décadas (Mouga, Viana, & Santos, 2005), e como tal essas ações abusivas dos recursos disponíveis na Natureza têm consequências nefastas, repercutindo-se sempre, de uma ou outra forma, no meio-ambiente e na funcionalidade dos ecossistemas. Tal como referido por Jacobi (1999), o quadro socio ambiental característico das sociedades atuais revela que o impacto dos humanos sobre o meio ambiente é cada vez maior, tanto quantitativa como qualitativamente.

⁶ Perfez um total de 46.1 milhões de dormidas (Turismo de Portugal, 2015).

⁷ Representa 31,3% do total, que corresponde a 6.469,7 dormidas, sendo que os hotéis de 5 estrelas a representam 680.3 milhares de dormidas do total

Na sequência do já mencionado a cima, o impacto significativo que o Homem causa nos ecossistemas tem consequências, seja desde a extinção de diversas espécies de animais devido a desflorestação, atitudes de pura irresponsabilidade tidas com grande leviandade e, é certo que de uma forma ou de outra tal se acaba por retratar na qualidade do ambiente e consequentemente na qualidade de vida do Ser Humano. Assim, devemos ter em conta formas de minimizar os impactos através da sensibilização, e atribuição de responsabilidades pelas consequências dos seus atos pois a responsabilidade de “cuidadores do ambiente” pertence a todos os habitantes do planeta Terra, respeitando o conceito de desenvolvimento sustentável.

Segundo Jacobi (1999) o termo desenvolvimento sustentável ganhou relevância internacional após a divulgação da publicação “Our Common Future”, em 1987, também designada por “Relatório de Brundtland”, definindo o desenvolvimento sustentável como um sistema que “satisfaz as necessidades presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de suprir as suas próprias necessidades”. A par do que já foi mencionado, para obtermos um desenvolvimento sustentável é ainda necessário suprimir a pobreza, alterar hábitos de consumo e de produção e gerir e proteger os recursos naturais (Declaração do Rio, 2012, p. 3)⁸.

1.3 Turismo/Hotelaria Sustentável

A indústria é apontada como um dos setores que mais polui o ambiente e o setor do turismo não é exceção pois necessita de infraestruturas, alojamento, serviços, entre outras facilidades típicas associadas às necessidades do turista e/ou visitante. Segundo Holden (2000), existem diversos efeitos negativos da atividade turística no ambiente, como são exemplos os diferentes tipos de poluição devido à maior produção de resíduos e consequente emissão de gases CO₂ que está diretamente associada à mobilidade; a construção realizada, por vezes, sem qualquer tipo de organização paisagística

⁸ Conferência do Rio reuniu responsáveis de 178 países, entre os quais cerca de 100 chefes de Estado, mas contou ainda com cerca de 7000 jornalistas e 1500 representantes de organizações não-governamentais, números que indicam claramente o seu impacte mediático.

provocando uma poluição visual e ainda uma pressão excessiva sobre o local ao atingir o limite de carga do destino.

Assim, uma vez tendo as informações e a percepção do quanto o setor turismo pode ter impactos⁹ negativos na qualidade do ambiente, é certo que podemos encontrar formas de as minimizar e até, em alguns casos, eliminá-las defendendo assim o turismo sustentável.

O turismo é um setor de grande relevância onde se pode aplicar a sustentabilidade. A sustentabilidade aplicada ao turismo/hotelaria é um conceito que tem vindo a ser estudado intensivamente por mais de 30 anos. (Lane, 2009), tendo o seu despoletar de forma mais efusiva no início dos anos 90 (Chen, Sloan, & Legrand, 2013). Segundo a UNWTO (2004), turismo sustentável é o tipo de turismo que tem plenamente em conta os impactos económicos, sociais e ambientais tanto no presente, como no futuro, tendo em conta as necessidades dos visitantes, a indústria, o meio-ambiente e as comunidades receptoras.

As principais linhas orientadoras e práticas de gestão do turismo sustentável são aplicáveis a todos os destinos, em todas as formas de turismo, incluindo o turismo de massas e o turismo de nichos. Os princípios da sustentabilidade referem um equilíbrio entre o desenvolvimento económico, sociocultural e o ambiental para que possa existir uma sustentabilidade a longo-termo (Chen, Sloan, & Legrand, 2013).

Segundo a WTO (2005), a sustentabilidade aplicada ao turismo deve:

- Fazer um uso responsável dos recursos naturais que constituem um elemento chave para o desenvolvimento do turismo, mantendo os essenciais processos ecológicos ajudando assim a conservar o património e biodiversidade.

⁹ Um impacto pode-se definir com a diferença do estado ambiental inicial e posterior à realização de alguma atividade humana (Camprubí, Marco, Cabado, & Riera, 1998).

- Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades locais, conservando a sua construção e sua património cultural e valores tradicionais, e contribuir a compreensão e tolerância intercultural.
- Assegurar como viável, as operações económicas a longo termo, fornecendo benefícios socioeconómicos a todos os *stakeholders*¹⁰ que justamente distribuídos, incluindo emprego estável e oportunidades de *incoming-earning* e serviços sociais para as comunidades locais e contribuindo para a riqueza do local.

O desenvolvimento do turismo sustentável requer uma participação informada de todos os *stakeholders*, assim como uma forte liderança política de forma a assegurar uma participação consensual e coesa. Atingir o turismo sustentável é um processo contínuo e requer constante monitorização dos impactos, introduzindo as devidas medidas preventivas e corretivas quando necessário.

Swarbrooke (1999), defende que uma das formas de conciliar o turismo com o ambiente é encorajar as boas práticas em vez de apenas prevenir as más práticas. Refere também que se deve criar uma consciência nos turistas e na própria indústria do turismo pois partes dos danos causados no ambiente são provenientes dos mesmos, mesmo que não seja deliberado. Os recursos naturais são findáveis e não têm capacidade de se regenerar à mesma velocidade a que nós, Ser Humano, os extraímos. Felizmente, cada vez mais existe informação e conhecimento das consequências dos nossos atos, o que nos alerta para as medidas a serem tomadas tanto coletiva como individualmente.

O turismo sustentável não pode existir se protegemos o ambiente mas ignorarmos as necessidades sociais, tanto dos turistas como das comunidades locais. Um melhor conhecimento e consciência das consequências e métodos de prevenção irá ajudar a reduzir impactos no meio-ambiente. Deve ainda manter o alto nível de satisfação do turista e assegurar uma experiência significativa/memorável aos mesmos, acrescentado

¹⁰ Pessoa ou grupo que possui participação, investimento ou ações e que possui interesse em uma determinada empresa ou negócio (Portal da Administração, 2014).

a sua preocupação e percepção a cerca das questões relacionadas com a sustentabilidade, promovendo práticas em torno da temática (WTO & UNEP, 2005).

Começa a aumentar o número de hotéis que começam a adaptar medidas sustentáveis de forma a minimizar os impactos no ambiente (Chen, Sloan, & Legrand, 2013). Tal como referido por Ishwaran (2013), o desenvolvimento do turismo sustentável pode beneficiar em particular, ao encorajar as infraestruturas e construções “verdes”, através de melhorias na eficiência energética, controlo e gestão do consumo de água e produção de resíduos, bem como os próprios materiais de construção. A mudança de mentalidades nos últimos anos tem ajudado para que tal comece a ser possível: cada vez existe mais a preocupação de perceber quais os efeitos dos nossos atos no meio ambiente e o que podemos fazer para diminuir os impactos. O aumento da reciclagem e alteração de hábitos, a implementação de legislação propugnadora do meio ambiente.

A questão da sustentabilidade é tratada e considerada de forma afincada pelos membros participantes do Comité Nacional de Organização da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, tal como podemos observar através da afirmação declarada no relatório RIO+20 (2012): “Reconhecemos a necessidade de apoiar as atividades de turismo sustentável e a devida capacitação, que promove a consciência ambiental, conserva e protege o meio ambiente, respeita a fauna, a flora, a biodiversidade, os ecossistemas e a diversidade cultural, e melhora o bem-estar e o sustento das comunidades locais, apoiando as suas economias locais e o ambiente natural como um todo.”

Relativamente à implementação de estratégias de sustentabilidade, segundo Rego, Cunha & Glória (2013), existem três estádios que a compõem, tal como podemos observar na tabela 1.4.

Tabela 1.4: Estádios de estratégias de sustentabilidade

Três estádios na prossecução de estratégias de sustentabilidade	
1º estágio - Gestão do risco	A ação sustentável é descontínua e os programas de sustentabilidade estão subdesenvolvidos. A sustentabilidade é apenas encarada como uma ferramenta de promoção da organização e não como parte integrante da missão da mesma.
2º estágio - Integração	A sustentabilidade já é inserida no modelo operativo da organização e tida como uma fonte de vantagens competitivas, no entanto ainda não é tida com parte da missão da organização.
3º estágio - Cidadania	Os líderes da organização tentam integrar o tema da sustentabilidade nas responsabilidades e na missão da empresa.

Fonte: Adaptado de Liderança para a sustentabilidade. A voz de quem lidera Portugal (2013)

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Capítulo 2 - VVP Caracterização e Estágio

2.1 Caracterização do VVP

O VVP é o mais completo e luxuoso *resort* de Portugal, considerado pelo Jornal Expresso (2015) e o melhor Hotel de Praia de 2015 pela Trivago¹¹.

Na figura em baixo podemos observar o logótipo do VVP.

Figura 3.1: Logótipo VVP



Fonte: VVP

O VVP encontra-se determinado como *resort* de entre as diferentes tipologias de empreendimentos turísticos (vide em baixo, a tabela 3.4), e como requisitos mínimos para ser tido como um tal, baseando o seguinte no artigo 16º do DL 15/2015 de 23 janeiro de 2014, o mesmo deve possuir, no mínimo, os seguintes equipamentos e infraestruturas:

- Vias de circulação interna que permitam o trânsito de veículos de emergência, com uma largura mínima de 3 metros (via única) ou 5 metros (via dupla), com exceção de quando seja permitido limites mínimos inferiores em Plano Municipal de Ordenamento do Território;
- Áreas de estacionamento de uso comum;
- Espaços e áreas verdes exteriores envolventes para uso comum;
- Portaria;
- Piscina de utilização comum;
- Equipamentos de desporto e lazer.

¹¹ Trivago é um motor de busca e comparador de preço de hotéis, atualmente o maior do mundo.

Em suma, tendo como base o artigo anteriormente referido, são considerados *resorts* “...os empreendimentos turísticos constituídos por núcleos de instalações funcionalmente interdependentes, situados em espaços com continuidade territorial, (...) destinados a proporcionar alojamento e serviços complementares de apoio a turistas, sujeitos a uma administração comum de serviços partilhados e de equipamentos turísticos (...) sendo um deles um estabelecimento hoteleiro...”. Na tabela apresentada de seguida podemos encontrar as tipologias existentes de empreendimentos turísticos, em Portugal.

Tabela 3.5: Tipologias de empreendimentos turísticos

Tipologias de empreendimentos turísticos
Estabelecimentos Hoteleiros
Aldeamentos Turísticos
Apartamentos Turísticos
Conjuntos Turísticos (<i>resorts</i>)
Empreendimentos de turismo de habitação
Empreendimentos de turismo no espaço rural
Parques de campismo e caravanismo

Fonte: Adaptado do artigo 4º do DL 15/2014 de 23 de Janeiro

O VVP conta com uma área total de vinte e dois hectares em que 70% de área corresponde a espaços verdes e os restantes 30% a espaço edificado, tal como podemos observar na figura que se segue, relativa ao mapa do *resort*.

Figura 3.2: Mapa do resort



Fonte: VVP (2015)

2.1.1 Localização e Clima

O VVP localiza-se no sul de Portugal, no Algarve. Encontra-se em Alporchinhos, freguesia de Porches, concelho de Lagoa e distrito de Faro. Está localizado numa zona turística balnear de grande qualidade. O clima mediterrâneo está entre as maiores atrações do Algarve, com mais de 300 dias de sol anuais e um clima ameno todo o ano, o que o torna um destino apetecível e apreciado por muitos. Na figura seguinte podemos perceber de forma mais perceptível a localização do VVP no mapa da Península Ibérica.

Figura 3.3: Localização do VVP no mapa da Península Ibérica



Fonte: VVP

2.1.2 História e Enquadramento

A história do VVP começa em 1986 quando numa visita ao Algarve um casal reparou na construção de um pequeno aldeamento perto de sua casa, que decidiram comprar. A 26 de Abril de 1992 foi inaugurada a primeira fase do VVP, denominada hoje por Oásis Parc (número 3), bem como uma zona de Restaurantes e Bares nomeada de Club House (número 5). Em 1993 foram construídos a Residência (número 2) e o Hotel (número 1), sendo concluído em Agosto de 1999 com a inauguração do spa, Vila Vita Vital.

Ocupa uma vasta área de 22 hectares, onde se pode encontrar uma diversa oferta que vai desde ao alojamento até à restauração, passando pelo lazer.

Na figura 3.4 podemos observar a vista aérea sobre o *resort*, de forma a percebermos mais objetivamente a envolvente do VVP.

Figura 3.4: Vista aérea do VVP



Fonte: VVP (2014)

O VVP faz parte do grupo hoteleiro VILA VITA, com sede na Alemanha, fundado por Reihnfred Pohl e Anneliese Pohl. Na tabela que se segue são apresentados as unidades de alojamento pertencentes ao grupo, localização, bem como ano de abertura e classificação.

Tabela 3.6 - Constituição do Grupo VILA VITA

Grupo VILA VITA

Unidade Hoteleira	Localização	Ano de abertura	Categoria
VILA VITA Burghotel	Dinklage, Alemanha	1990	★★★★★
VILA VITA Parc	Algarve, Portugal	1992	★★★★★★
Herdade dos Grous	Alentejo, Portugal	1997	Turismo Rural
VILA VITA Pannonia	Burgenland, Áustria	1997	★★★★★
VILA VITA Rosenpark	Marburg, Áustria	2000	★★★★★★
VILA VITA Anneliese Pohl Seedorf	Ganzlin, Alemanha	2011	Turismo Rural

Fonte: Própria

No total, o grupo dispõe de mais de 650 quartos, podendo acomodar um total de 1590 hóspedes. Emprega 960 pessoas em Portugal, Áustria e Alemanha. O grupo hoteleiro tem como CEO Andreas Pohl.

2.1.3 Serviços

O VVP tem à disposição serviços básicos e complementares, descritos de seguida:

- 180 quartos
- 9 restaurantes
- 7 bares
- 4 piscinas
- 3 centros de bem-estar e beleza
 - Vital SPA, constituído por uma área de relaxamento, um jacuzzi, duas saunas (uma finlandesa e uma de infra vermelhos), banho a vapor, tepidário, doze salas de massagens e tratamentos e uma cascata.
 - Hypoxi Studio (Tratamento de modelagem do corpo e circulação sanguínea, primeiro na Península Ibérica)
 - Energym
- Putting Green de 18 buracos
- Golfe Driving Range
- Mini-golfe profissional de 18 buracos
- 3 Courts de ténis ao ar livre
- Campo de voleibol e futebol
- 2 miradouros
- Iate
- Serviço de Chouffer (frota)
- Anabela's Kids Park
- Teen's Club
- Natalie's Creche
- Parque de estacionamento com 140 lugares

2.1.4 Regime de Funcionamento e Número de Colaboradores

O VVP funciona durante todo o ano (24h por dia), apresentando uma variação sazonal de clientes sendo que a taxa de ocupação é mais elevada na Primavera e Verão, atingindo o seu expoente máximo nos meses de Julho a Agosto.

O número de colaboradores varia também consoante a necessidade, ou seja, dependendo da taxa de ocupação do *resort*, chegando a atingir os 450 trabalhadores nos meses de Verão.

2.1.5 Leading Hotels of the World

O VVP pertence ao reconhecido grupo *Leading Hotels of the World*, organização direcionada para a hotelaria e Spa que representa mais de 450 dos melhores hotéis, *resorts* e spas de luxo em todo o mundo, distribuídos por mais de 80 países.

Os padrões desta organização são extremamente exigentes e a mesma tem um guia com cerca de 800 *standards*, distribuídos por diversos departamentos e por diferentes alturas da estada, desde o *check-in* até ao *check-out*, sendo estes parâmetros avaliados em visitas anónimas de inspeção.

Figura 3.5: Logótipo *Leading Hotels of the World*



Fonte: Motor de Busca Google Imagens

2.1.6 Alojamento

O VVP é constituído por um total de 180 quartos. Sendo um *resort*, a sua composição distribui-se da seguinte forma:

- Edifício Principal: Composto por 61 quartos *Deluxe* (dos quais, 3 estão adaptados para receber pessoas com mobilidade reduzida), 4 Júnior Suítes, 6 *Grand Suítes* e 2 *Penthouse Suítes*.

- Residência: Constituída por nove quartos *Deluxe* com vista jardim, quinze quartos *Deluxe* com vista mar, duas *Townhouse Suites*, uma *Grand Suite* com vista mar.
- Oásis Parc: Local onde originalmente surgiu o VVP. É constituído por alojamento com características mouriscas, uma referência às origens algarvias, às influências árabes. Com um total de 60 quartos, divide-se em 13 Oasis Suites Premium, 13 Oasis Suites Premium *Rooftop* e 34 Oasis *Family Suites*.
- Vila Vital: Esta tipologia de alojamento encontra-se junto ao SPA e é ideal para quem vem essencialmente para tratamentos. Estas suites são formadas por uma Vital Suite, uma Vital Junior Suite e uma Vital *Grand Suite*.
- Masterpieces (Vilas Privadas): Dentro do *resort* são cinco as vilas exclusivas: Vila Praia, Vila Trevo, Vila Al-Mar, Vila Atlântico I e II. Todas elas têm serviço de *butler*¹² incluído.

Para uma descrição mais detalhada e descrição de alojamentos, consultar o sítio da internet referente: <http://www.vilavitaparc.com/pt/alojamento/resumo.html>.

2.1.7 F&B

O VVP tem na sua totalidade nove restaurantes, cada um com uma variedade culinária diferente, sendo seis deles dentro do *resort*. Desde ao típico português, passando pelo italiano até à Cave de Vinhos e pelo estrelado com duas estrelas Michelin.

No respeito ao bares, o resort é constituído por um total de oito bares, cada um com a sua especificidade desde o tipicamente português ao inspirado nas influências árabes, características da região algarvia.

Poderemos observar a constituição do F&B do VVP na tabela que se segue, de forma a termos uma melhor perceção da dimensão realidade do *resort* no que diz respeito à parte de alimentação.

¹² Mordomo.

Tabela 3.7: Bares e Restaurantes VVP

Constituição do F&B no VVP

Restaurantes	Bares
Ocean**	Café Bica
Adega	Oásis Bar
The Whale	Palm Bar
Atlântico	Pool Bar
Bela Vita	Garden Bar
Aladin Grill	Aladin Bar
Arte Náutica	Delfim Bar
Biergarten	Manzar Terrace

Fonte: Própria

De entre os restaurantes existentes, é de destacar a Cave de Vinhos e o *Ocean Restaurant***, ambos com grande destaque entre os hóspedes e clientes passantes.

A cave de vinhos, construída em 1998 está localizada a nove metros de profundidade (de forma a que se consigam a temperatura e humidade adequadas), de estilo gótico foi construída com tijolos originários do Egipto, Grécia e Áustria, alguns deles com mais de 150 anos. No interior da cave de vinhos podem encontrar-se mais de onze mil garrafas de variados tipos de vinhos provenientes de locais de todo o Mundo.

O restaurante *Ocean*** é de assinatura *fine dining*. Tem duas estrelas Michelin tendo a primeira sido ganha em Novembro de 2009 e a segunda em Novembro de 2011, tornando-se no segundo restaurante em Portugal a ganhar a segunda estrela. Tem como *chef* Hans Neuner, austríaco que ganhou o *chef* do ano em 2009 e 2012. A vista para o oceano é única e complementa a experiência gastronómica. Existem três menus diferentes que variam entre os 95,00€ e os 175,00€ por pessoa.

Para uma descrição mais detalhada dos restaurante, bares e cafés disponíveis no VVP, consultar o sítio da internet referente:

<http://www.vilavitaparc.com/pt/gastonomia/cafes-bares.html>.

2.1.8 Salas de Eventos

O VVP é ainda um destino de eventos, reuniões para diversas como é exemplo, a Porsche, BMW, Ducati, DVAG entre outros de renome. Para conseguir responder à grande procura, essencialmente entre os meses de Setembro – Abril, tem à disposição sete salas de eventos disponíveis, todas elas com ar-condicionado, internet sem fios e luz natural.

Para uma descrição mais detalhada das salas de eventos existentes no VVP, consultar o sítio da internet referente: <http://www.vilavitaparc.com/pt/eventos/reunioes.html>

2.1.9 Herdade dos Grous

A Herdade dos Grous localiza-se em Albernoa – Beja, no Alentejo. Abriu as suas portas aos visitantes no ano de 2000. Tem 730 hectares de vinhas, sobreiros, oliveiras e um lago de 80 hectares. É um refúgio da vida agitada da cidade e complementa a oferta que o VVP tem para os seus hóspedes.

A HG tem à disposição visitas guiadas com degustação de vinhos na cave de vinhos, passeios de bicicleta, passeios a cavalo, passeios de balão, participação nas vindimas, piqueniques junto ao lago com um cabaz de produtos originários da própria herdade onde, caso seja à noite, é possível acender uma fogueira. Quem visita a HdG tem ainda à sua disposição 24 quartos e suites, dois restaurantes, um deles com uma vista panorâmica, duas piscinas, campo de ténis, sauna, sala de fitness.

Os vinhos da HdG são internacionalmente reconhecidos tendo ganho diversos prémios nos últimos anos. Estes vinhos são também vendidos no VVP, onde são bastante apreciados.

É de notar que parte da carne utilizada no VVP para confeccionar refeições para os hóspedes, bem como para a confeção dos enchidos na Salsicharia, provém da criação de gado da HG.

A ligação entre o VVP e a HdG é muito estreita, não só pelo que já foi mencionado anteriormente mas também devido ao cross-selling realizado tanto do VVP para a HdG como vice-versa, sendo que o VVP tem à disposição dos hóspedes visitas guiadas e programas personalizáveis com diversas atividades e diferente duração, ou seja quem desejar conhecer a herdade e disfrutar das facilidades tem essa facilidade.

Para mais informações referentes à HdG, consultar o sítio da internet:
<http://www.herdade-dos-grous.com/>

2.1.10 Prémios ano 2015

O VVP tem aumentado a sua notoriedade tanto a nível nacional como internacional e tal reflete-se no reconhecimento por entidades competentes. De seguida serão apresentados alguns dos prémios e nomeações mais relevantes dos 2014 e 2015.

Prémios e nomeações relativas ao ano de 2015:

- Prémio de “Sustentabilidade - Sociedade Ponto Verde 2015”¹³, em conjunto com o guia Boa Cama, Boa Mesa¹⁴
- Prémio “Portugal’s Leading Green Hotel”
- Prémio “Melhor Hotel Resort de Portugal” pela 12ª edição da Publituris Portugal Travel Awards¹⁵, conhecidos como os “Óscar’s do Turismo Português
- Prémio “Melhor Resort Internacional de 2015” pela Revista Condé Nast Traveler

Nas figuras que se seguem podemos observar a receção do prémio “Portugal's Leading Green Hotel” 2015, por Katya Bauval, diretora Comercial e a receção do Prémio "Melhor Resort de Portugal" – Publituris, pela diretora anteriormente referida e pelo diretor de F&B, Óscar Correia.

¹³ Este prémio distingue restaurantes e hotéis que se destaquem pelo seu trabalho na vertente da sustentabilidade.

¹⁴ Guia dos melhores restaurantes e alojamentos de Portugal.

¹⁵ Entregues a 11 de setembro de 2015, os prémios resultaram da junção dos votos dos assinantes da *newsletter* do jornal Publituris aos votos do júri, constituído por representantes de associações do setor, ex-dirigentes do Turismo, empresários, consultores e jornalistas.

Figura 3.6: Entrega do Prémio “Portugal's Leading Green Hotel” 2015, pela diretora Comercial do VVP (ao centro), Katya Bauval



Fonte: VVP (2015)

Figura 3.2: Receção do Prémio "Melhor Resort de Portugal" – Publituris, pelo diretor de F&B (Óscar Correia) e diretora Comercial (Katya Bauval)



Fonte: VVP

- “Garfo de Ouro”, pelo guia Boa Cama, Boa Mesa com o Ocean Restaurant
- “Chave de Platina”, (melhor hotel de Portugal) pelo guia Boa Cama, Boa Mesa
- TripAdvisor Travellers' Choice 2015: 4ª posição nos “Top 25 Hotéis para Famílias em Portugal”;
- TripAdvisor Travellers' Choice 2015: 15ª posição nos “Top 25 Hotéis de Luxo em Portugal”.

Para acesso a todos os prémios atribuídos ao VVP desde a sua abertura ao público, consultar o sítio da internet: <http://www.vilavitaparc.com/pt/sobre-nos/premios-nomeacoes.html>

2.2 Estágio

Após optar pelo estágio de entre as três opções existentes para terminar o Mestrado em Gestão e Direção Hoteleira (tese, projeto, estágio), foi altura de selecionar uma unidade onde desenvolver o mesmo. Como tal, a minha pesquisa foi direcionada para os mais conceituados e reconhecidos do país e, após o envio de candidatura para alguns, de entrevistas em diversos locais, o VVP foi o selecionado. Este foi o que por um lado me pareceu mais desafiante, pois teria a oportunidade de desenvolver o estágio por diversos departamentos, o que seria uma oportunidade de desempenhar variadas funções, ajudando a ter uma maior e melhor perceção da unidade hoteleira e de todas as funções a compõem e, por outro lado, o que melhores condições disponibilizava.

O estágio teve início a 22 de Setembro de 2015 e o seu término a 21 de Junho de 2015, num total de nove meses de duração. Respeitou um total de 8h diárias, com algumas exceções quando necessário, cinco dias por semana, com dois dias de folga semanais.

Nos nove meses de estágio, tive a oportunidade de passar por diversos departamentos, tal como se pode observar na tabela abaixo e, que passo a mencionar: Departamento Comercial e Marketing (dois meses), Departamento de Alojamentos – *Housekeeping*, Receção, *Hospitality* (dois meses), Departamento de F&B – Direção de F&B, Restaurantes, Bares, Eventos (dois meses), Contabilidade – Financeiro, Controlo de Custos (um mês e meio); Direção de Qualidade e Ambiente (três semanas); Assistente de Direção Geral (três semanas).

De forma a ser mais perceptível a distribuição pelos diversos departamentos e respetivas secções por onde incidiram o estágio, bem como a duração de permanência em cada um deles, segue-se uma tabela com a informação.

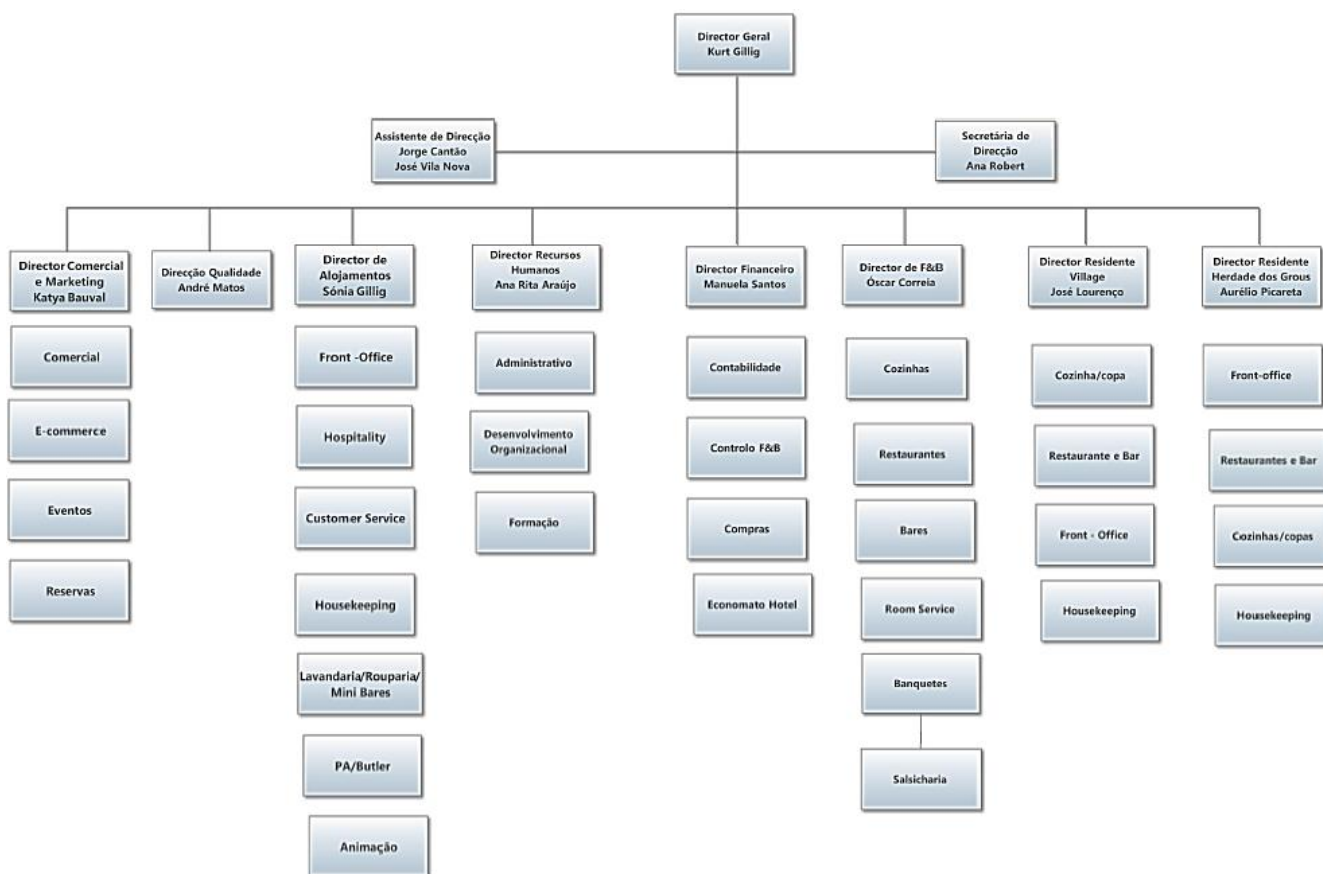
Tabela 4.8: Mapa de distribuição do estágio

Departamento	Secção	Data de Início	Data de Fim
Sales & Marketing	Comercial	22-09-2014	14-11-2014
	Reservas	17-11-2014	21-11-2014
	Revenue Management	18-06-2015	21-06-2015
Alojamento	Housekeeping	24-11-2014	28-11-2014
	Receção	01-12-2014	19-12-2014
	Hospitality/Concierge	22-12-2014	09-01-2015
Financeiro	Cost Control	12-01-2015	06-02-2015
	Contabilidade	01-04-2015	24-04-2015
Recursos Humanos	Recursos Humanos	09-02-2015	13-02-2015
Food & Beverage	Restaurantes	16-02-2015	07-03-2015
	Bares	08-03-2015	24-03-2015
	Banquetes	27-04-2015	01-05-2015
	Direção F&B	04-05-2015	15-05-2015
Direção de Qualidade e Ambiente	Qualidade e Ambiente	18-05-2015	29-05-2015
Direção / Assistentes de Direção	Assistente de Direção	01-06-2015	17-06-2015

Fonte: Adaptado do mapa fornecido pelos RH do VVP

Após apresentado o plano de estágio, segue-se o organigrama do VVP de forma a obtermos uma perspetiva mais clara do funcionamento e organização do *resort*. O organigrama representa a estrutura hierárquica dos colaboradores tendo no topo o Diretor Geral, partindo daí todas as outras funções, cargos e responsabilidades.

Tabela 4.9 - Organigrama de Funções do VVP



Fonte: VVP

Relativamente à descrição de funções durante o decorrer do estágio, serão elucidadas de seguida, mencionando os departamentos pelos quais consistiram o estágio, bem como atividades desenvolvidas ao longo do mesmo.

Departamento Comercial

No departamento comercial houve a oportunidade de conhecer os procedimentos básicos de marketing e comunicação no VVP. As principais funções do departamento comercial passam essencialmente pela promoção do *resort* na sua totalidade e representação do hotel em ações de promoção (feiras, workshops, seminários). De entre as funções desenvolvidas, ao longo de dois meses, no departamento comercial:

- Participação no cocktail de apresentação dos quartos renovados aos Tour Operadores;

- Atualização de dados nos *profiles* de parceiros, TO e AV;
- Inserção de contactos de outros comerciais, colaboradores de TO's e AV's
- Inserção de *e-mails* na plataforma para as newsletters
- Realização de traduções Inglês-Português-Inglês
- Acompanhamento de fotografos pelo *resort* (*Booking*, revistas)
- Participação na organização de eventos, nomeadamente o *Benjafileds 24* (corrida de Bentleys antigos no autódromo do Algarve) e Porsche.
- Elaboração de respostas a pedidos de grupo: Após a receção de pedido para grupo é elaborada uma proposta, tendo em conta se existe ou não concorrência direta, as datas pretendidas, o número de quartos que serão necessário e enviada aos requerentes e, dependendo da data do evento, normalmente volta-se a contactar o mesmo para verificar o feedback da proposta, se já recebeu outros orçamentos e se tem questões adicionais. Para além disso, é também verificado se o requerente do pedido de grupo quer bloquear alguma data, o que normalmente acontece e se querem 1ª ou 2ª opção, dependendo das intenções que têm de realmente escolher o VVP, para no caso de haver outro pedido estar devidamente assinalado quem pediu o orçamento primeiro e/ou quem tem prioridade devido à ligação prévia que tem com o *resort*.
- Realização ainda visitas de inspeção de forma a que o requerente pudesse conhecer o espaço e as facilidades, podendo isso acontecer antes ou depois do envio formal do orçamento.
- Após entendidos os procedimentos relativos à comunicação com a relação com os TO's e AV's é realizada a análise de contratos de TO's baseada na produção dos mesmos da época anterior. Dessa forma conforme a produção é dado um maior ou menor número de quartos para determinado TO ou AV vender, ou ainda caso a produção não seja de todo significativa, os quartos são disponibilizados segundo pedido, ou seja a AV ou TO recebe um pedido para se alojar no VVP e nesse momento é que irão pedir a disponibilidade ao *resort*. Após o acordo entre os mesmos e o VVP em relação ao quartos disponibilizados, após os contratos já assinados são inseridos os dados respetivos no programa Opera indicando os *Negotiated Rates* no *profile*

respetivo, de forma a que todos tenham acesso a essa informação quando uma reserva seja feita por determinado TO ou AV.

- Elaboração de BEO's que corresponde à descrição do evento no Opera, fazendo referência a todos os departamentos intervenientes bem como a necessidade de participação de cada um, horários, pormenores importantes, ou seja tudo o que é afeto ao evento. Após a elaboração da BEO e envio da mesma a todos os intervenientes, ocorreu a BEO meeting em que todos os elementos necessários à realização do evento devem participar para alinhar pormenores e esclarecer dúvidas que possam existir.
- Resposta a pedidos de casamentos, fornecendo disponibilidade e valores;
- Brainstorming para o Fine Wines & Food Fair, angariação de patrocinadores, ideias para *design*, materiais para venda.

Reservas – No departamento de reservas adquiri conhecimentos básicos de como receber, tratar e inserir uma reserva, tendo em conta as exigências dos hóspedes. Os pedidos de reserva podem chegar por telefone, fax, *e-mail* ou através do site de reservas do VVP. Após a receção do pedido há que ter em conta a disponibilidade dos quartos e posteriormente inserir a reserva no sistema Opera. Nesta parte há que atribuir os quartos, preencher todas as informações adequadas, necessidades do hóspede e preferências, bem como a forma como foi realizada a reserva. Após realizados estes passos confirma-se a reserva com o hóspede pelo meio mais adequado para o mesmo. Uma semana antes da chegada do hóspede são verificadas as reservas e seguem então para a receção.

Departamento de Qualidade e Ambiente

Como assistente de Direção de Qualidade e Ambiente tive a oportunidade de participar no processo de certificação ECO-HOTEL¹⁶ e HACCP Food Safety¹⁷ da TÜV

¹⁶ A certificação ECO-HOTEL beneficia do prestígio associado à marca TÜV.

¹⁷ O conceito HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) baseia-se nos requisitos legais existentes para a indústria alimentar. O objetivo da certificação é identificar os fatores potenciais de risco para a saúde dos consumidores, para evitá-los de forma a mostrar aos que a higiene e segurança alimentar é uma prioridade.

Rheinland¹⁸. Durante as 3 semanas que acompanhei o Sr. Diretor de Qualidade e Ambiente – André Matos – tive a oportunidade de conhecer e participar nas atividades inerentes à certificação ECO-HOTEL e Food Safety. Desde o processo de reconhecimento de oportunidades e não conformidades do hotel até à auditoria propriamente dita e consequente certificação. Tive como algumas atividades e missões a construção de fichas técnicas para todos os produtos químicos existentes no VVP, elaboração de caixas de EPI (Equipamentos de Proteção Individual) - desde a pesquisa do que seria necessário até à compra dos mesmos equipamentos e respetiva identificação, reconhecimento de todos os frigoríficos do *resort* com código de identificação e temperatura adequada (vide apêndice 1).

A introdução de dados no SILiAmb¹⁹ (vide anexo 1), onde inserimos as informações relativas aos resíduos encaminhados para os parceiros do VVP no que respeita ao encaminhamento de resíduos (OAU, Velas, Cartão).

Realizei formação aos colaboradores do VVP (vide anexo 2) acerca das certificações ECO-HOTEL e Food Safety, o interesse das mesmas para o VVP e a importância que cada colaborador tinha para o sucesso essencialmente para a certificação ECO-HOTEL. Foram alteradas as configurações de impressão nos computadores, sendo que neste a partir daquele momento as predefinições estavam para a impressão a preto e branco, frente verso. Houve ainda a transmissão de algumas dicas de reaproveitamento de papel nos escritórios (utilizando papel utilizado como folha de rascunho) e ainda um alerta para a importância da reciclagem.

Departamento de Alojamentos

Recepção – Realização de *Check-in/Check-out*, preparação de chegadas, verificação de saídas, arquivo de documentos referentes aos gastos do hóspede, marcação de restaurantes, introdução de pedidos de manutenção e jardins no programa Manugest²⁰.

¹⁸ A TÜV Rheinland Group é uma organização conhecida por praticamente 100% dos alemães e goza de grande confiança entre a restante população europeia.

¹⁹ Ferramenta que permite o licenciamento para as diferentes áreas de competências da APA e inclui o licenciamento dos recursos hídricos e de resíduos (Mapas Integrados de Registos de Resíduos).

Hospitality/Concierge – As tarefas desempenhadas no *Hospitality* consistem essencialmente em acompanhar o hóspede ao quarto após o *check-in* e fazer o respetivo reconhecimento do quarto com explicação das facilidades existentes no quarto, segundo os standards da LHW, realizar tours pelo hotel, incluindo o reconhecimento do mesmo, marcação de refeições tanto nos restaurantes dentro do hotel como fora, marcação de bilhetes de avião, táxi, *transfers*, atividades dentro e fora do resort, planejar atividades; atribuição do tratamento VIP (vide, em baixo, figura 3.7); elaboração da informação diária sobre hóspedes, atividades diárias para uso interno; elaboração do jornal diário com informação relativa à meteorologia, atividades e curiosidades do *resort* e região algarvia.

Na realidade é dar apoio em qualquer que seja a situação ao hóspede, evitando que assim este se tenha de preocupar e possa usufruir ao máximo da experiência proporcionada no VVP.

Figura 3.7: Tratamento de aniversário ao hóspede, realizado a pedido do Hospitality



Fonte: VVP (2015)

Housekeeping – Preparação de quartos (limpeza, preparação de camas, *turndown*). O nível de exigência é muito elevado pois os padrões de qualidade do serviço também o são, no que respeita à limpeza, contribuindo para a boa imagem do hotel e consequente satisfação do cliente.

²⁰ Programa interno onde são colocados pedidos de manutenção.

Governanta – verificação dos quartos, pedidos dos hóspedes (tábuas de passar a ferro, ferros de engomar, toalhas extra, *amenities*, entre outros pedidos que pudessem ser feitos relacionados com o HOK), acompanhamento da distribuição das empregadas por cada área.

Departamento de F&B

Restaurantes – Nos restaurantes as atividades desenvolvidas consistiram numa primeira fase no serviço à mesa em pequenos-almoços, almoços e jantares e função de *hostess*²¹.

Para além do referido, houve a oportunidade de participar no evento Fine Wines & Food Fair durante cinco dias, realizado pelo VVP de dois em dois anos, onde são convidados *chefs* conceituados, com estrelas Michelin de todo o mundo.

Neste evento foi possível perceber todo o processo inerente à confeção de uma refeição *gourmet*, bem como todos os procedimentos associados aos altos níveis de exigência num restaurante com estrelas Michelin.

Figura 3.8: Participação no evento Fine Wines&Food Fair 2015



Fonte: VVP (2015)

Bares: Serviço de bar, com participação na elaboração de *cocktails*, batidos, *smoothies*, sumos naturais e outras bebidas a pedido dos hóspedes, dependendo do bar em questão.

²¹ Receção dos hóspedes e clientes à porta dos restaurantes, encaminhamento para a respetiva mesa e acompanhamento da refeição dos mesmos até à fase final, percebendo o *feedback* da refeição.

Para além do mencionado houve ainda a oportunidade de participação, durante uma semana, no evento de lançamento do Porsche GT4 em Faro.

Departamento de Recursos Humanos

O departamento de recursos humanos tem grande responsabilidade no funcionamento de todo o *resort*, essencialmente na área da operação. Tal deve-se ao facto do referido departamento ser responsável pela seleção e recrutamento de todos os colaboradores. Durante a passagem nos recursos humanos houve a ocasião de participar num evento criado pela direção do departamento, *Side by Side Day*, que consistia num dia aberto a quem estivesse interessado em fazer parte da equipa de trabalho do VVP. Assim, as funções desempenhadas passaram pelo acompanhamento e respetivo encaminhamento dos candidatos, acompanhando-os nos diversos departamentos a que se candidatavam ao longo de todo o dia, registando através de fotos todo o processo.

Para além do referido anteriormente foi ainda possível o acompanhamento da elaboração de um modelo de processos de recrutamento, avaliação da personalidade do candidato previamente à entrevista.

Assistente de Direção Geral

Como assistente de direção geral houve a oportunidade de ter contacto com a realidade das tarefas desempenhadas por um assistente de direção. As atividades executadas foram as seguintes:

- Preparação de listas com os hóspedes VIP a chegar na próxima semana;
- Receção dos hóspedes no *lobby* do hotel quando possível
- Elaboração lista para o Diretor Geral de todos os *VIPs* que visitaram o *resort*, as datas em que visitaram o resort e ainda uma lista dos *repeters* (hóspedes que tenham visitado o VVP mais do que cinco vezes);
- Elaboração os convites para o Management Cocktail e participação no mesmo. Decorreram todas as sextas-feiras às 19h00, destinado a todos os hóspedes, diretores e chefes de departamento e ainda com a participação do Diretor Geral, de forma a contactar de uma forma mais informal com os hóspedes;

- Nos pequenos-almoços, almoços e jantares a passagem por todos os restaurantes e bares tentando perceber se está tudo do agrado dos hóspedes mantendo, quando possível, contacto verbal;
- Gestão e resolução de reclamações, sendo que quando feitas com o hóspede ainda no hotel, tentar resolver o problema assim que possível, encontrando uma forma de compensar o hóspede;
- Perceção se todos os departamentos estavam a funcionar devidamente, sem falhas;
- Dar resposta aos comentários dos hóspedes no TripAdvisor.

Departamento Financeiro

Cost-Control ou Controlo de Custos: As principais tarefas realizadas foram o lançamento de faturas relativas ao F&B de todo o *resort*, para os restaurantes da praia de Armação de Pêra e ainda para a HdG; avaliação dos gastos no departamento de F&B, inventário das comidas e bebidas existentes no economato, bares e caves de vinho dentro do *resort* e ainda na HdG ao fim do mês; criação de fichas técnicas para cocktails e outras bebidas no Micros POS, avaliação das requisições feitas ao economato.

Contabilidade – Pagamento a fornecedores, verificação de todo o dinheiro recebido diariamente dos diversos departamentos, devolução de reembolsos, verificação dos processos em que o pagamento é em *city leisure*, ou seja com o pagamento posterior à estada do hóspede.

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Capítulo 3 – Desafio: Implementação de um sistema de reciclagem no VVP

3.1 Enquadramento do desafio

Tal como mencionado por Barbiroli & Raggi (2009), as questões relacionadas com o ambiente têm sido consideradas por grande parte das empresas como uma ameaça à rentabilidade e à competitividade. No entanto o crescimento da economia e toda a pressão criada sobre os recursos naturais obrigou à procura de medidas corretivas e também preventivas, mais recentemente. Muitas firmas consideraram estas medidas meramente como uma fonte de despesas extra e uma ameaça à competitividade, porém um aumento de controlo ambiental não é necessariamente um entrave à competitividade económica e pode ser criada uma ligação entre a competitividade, mudanças tecnológicas e desenvolvimento sustentável.

Recentemente tem-se vindo a observar um aumento do número de firmas (mesmo as com o pensamento tradicional), que têm concentrado algum foco na eficiência ambiental dos seus produtos e processos (Barbiroli & Raggi, 2009), que segundo Chen, Slogan & Legrand (2013) são impulsionados pelo aumento dos preços das energias não renováveis, escrutínio público e regulamentação, os hotéis de pequena e média dimensão têm apostado em melhorar a sua imagem ao fazer algo de bom para o planeta.

Entre as motivações para tal:

- Melhorar a sua eficiência técnica e económica;
- Obter benefícios no mercado, como por exemplo ganhar um novo mercado, o que traz benefícios nas vendas.
-

Estas empresas perceberam que os assuntos ambientais poderiam ser transformados de uma limitação a uma oportunidade para aumentar os lucros, começando assim a integrar políticas ambientais nas estratégias de gestão (Barbiroli & Raggi, 2009).

Um hotel consome diferentes tipos de recursos para o seu funcionamento, de forma a provider os hóspedes de serviços e produtos de boa qualidade (Chen, Sloan, & Legrand, 2013), e como tal tem como missão tentar reduzir ao máximo o seu impacto.

O VVP é um exemplo de organização que aposta na sustentabilidade, observando as oportunidades de negócio que daí advêm. Para além dos benefícios ambientais o facto

de investir na redução de desperdícios e certificação ambiental, traz benefícios também a nível económico. O retorno que se obtém através dessas medidas é realmente significativo, uma vez que cada vez mais o mercado se direciona para o que é sustentável, podendo assim manter o luxo aliado à sustentabilidade. Pode não ser o motivo de escolha mas pode tornar-se num elemento de decisão entre locais concorrentes.

3.1.1 Principais Objetivos

Tal como referido por Ishwaran (2013), o desenvolvimento do turismo sustentável pode beneficiar em particular, ao encorajar as infraestruturas e construções “verdes”, através de melhorias na eficiência energética, controlo e gestão do consumo de água e produção de resíduos, bem como os próprios materiais de construção.

Cada vez mais se vê o caminho para a sustentabilidade através do envolvimento de todos os *stakeholders*, assim é mais simples atingir o objetivo da sustentabilidade. Ao transmitir a todos os conhecimentos e objetivos serão mais os participantes para atingir o propósito que se pretende alcançar. (Jacobi, 1999)

A sustentabilidade passa pela redução de gastos mas também pelo reaproveitamento, ou seja, reciclagem de materiais. Assim, foram observados alguns aspetos a serem melhorados no VVP. O principal foco foi essencialmente na redução da produção de resíduos e maior e melhor separação do mesmo nos escritórios dos diversos departamentos dentro do Resort e nos locais onde existe produção em maior quantidade:

- Redução de Custos
- Controlo da produção de resíduos
- Hotelaria Sustentável
- Preservação dos recursos naturais
- Responsabilidade Ambiental – Cidadania Ambiental
- Responsabilidade Social (incutir hábitos de reciclagem nos colaboradores).

A obtenção de novos mercados é uma das vantagens de uma política de sustentabilidade bem implementada, pois cada vez mais o turista se mostra interessado nas questões

ambientais e preocupa-se com a redução da sua pegada no ambiente quando visita e/ou permanece num destino, mesmo que sendo num hotel de cinco estrelas (Tourism Australia, 2015).

Para além do VVP ser uma entidade preocupada com o meio-ambiente existiam algumas deficiências que serviram de base ao desafio. As mesmas, bem como as soluções serão apresentadas na tabela que se segue.

Tabela 3.10: Deficiências e soluções de sustentabilidade aplicada ao VVP

Deficiências	Solução
Desconhecimento por parte de muitos colaboradores a importância da reciclagem, como a fazer e consequências da não separação dos resíduos	>Realização de uma ação de sensibilização >Divulgação de informação relativa à reciclagem
Inexistência de Contentores de Reciclagem nos principais locais de produção de resíduos	>Colocação de contentores nos respetivos locais
Não reciclagem de papel tanto nos escritórios como em locais onde é o resíduo mais produzido	>Colocação de caixotes para a reciclagem de papel nos devidos locais

Fonte: Própria

As ações de sustentabilidade desenvolvidas foram diversas, irão ser apresentadas de seguida.

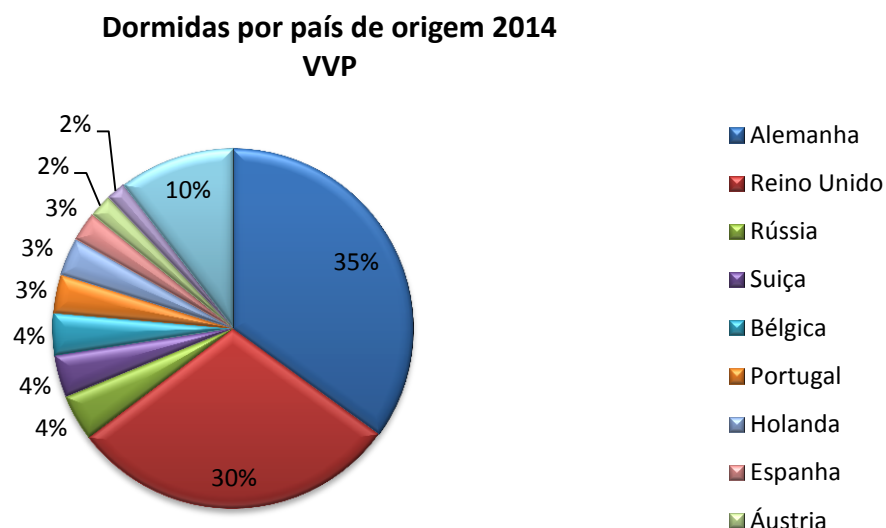
3.2 Certificação ECO-HOTEL²² – TÜV Rheinland

²² A certificação ECO-HOTEL beneficia do prestígio associado à marca TÜV. A TÜV Rheinland Group é uma organização conhecida por praticamente 100% dos alemães e goza de grande confiança entre a restante população europeia.

No caso específico do VVP as políticas atraem também novos mercados e reforçam a permanência de hóspedes que já conhecem o *resort*, uma vez que uma das políticas implementadas foi a certificação ECO-HOTEL, reconhecida essencialmente pelo mercado germânico (principal emissor). A valorização dada à certificação ECO-HOTEL, pelos mercados alemão e inglês são exponencialmente significativos na escola de um hotel, tornando-se mesmo decisivos. No gráfico que se segue é possível observar as dormidas por país de origem no VVP relativas ao ano de 2014.

Podemos constatar que, sendo os mercados alemão e inglês ou que mais pernoitam no VVP, a certificação ECO-HOTEL, é com certeza uma mais-valia.

Gráfico 3.2: Dormidas por país de origem no VVP (2014)



Fonte: Adaptado de dados fornecidos pelo VVP

A satisfação do consumidor é um dos tópicos que as companhias mais procuram perceber. Também os teóricos e os investigadores em marketing ainda não concordaram numa definição global para a satisfação do consumidor. Embora a sua constituição ter vindo a ser explorada, um modelo teórico ainda não foi concebido devido à complexidade do processo que o mesmo envolve na perceção do consumidor, da satisfação ou insatisfação (Lasley, Lynch, & Morrison, 2007).

O Modelo de Kano prova que as necessidades dos hóspedes devem ser percebidas antes da sua chegada adaptando as características da oferta a cada tipo de hóspede. Tendo em

conta os principais mercados emissores de hóspedes para o VVP, maioritariamente Alemanha e Reino Unido, podemos constatar que a implementação de uma certificação ECO-HOTEL é uma mais-valia, sendo que se torna uma ferramenta de marketing.

O Modelo de Kano²³ é um método para o desenvolvimento ou melhoria de produtos baseado na avaliação das necessidades do cliente. Permite ao desenvolvedores de produtos transformar as informações, obtidas previamente através de pesquisas, em melhorias no produto de forma a responder às necessidades do cliente e ainda a superação das expectativas. Segundo Van Vliet (2014), Kano defende que existem 3 tipos de necessidades:

1. Satisfazer as necessidades básicas

Estas correspondem às necessidades que o produtor deve ter em conta quando quer atrair e manter os seus clientes. São atributos básicos, que no caso da hotelaria correspondem, por exemplo, a uma cama confortável com diversos canais e uma boa relação qualidade/preço.

2. Satisfazer as necessidades de desempenho

Em suplemento às necessidades básicas, os clientes podem ser cativados a obter determinado produto ou serviço através de outros itens complementares.

3. Satisfazer as necessidades emocionais

Para complementar as necessidades de desempenho seguem-se as qualidades que despertam emoções. Estas são os atributos que excedem as expectativas do cliente, quando estes não têm a perceção de que necessitam de algo mais, no entanto quando lhes é fornecido um serviço extra, este dá muito valor ao mesmo. No caso da hotelaria, particularmente no VVP o facto de no *turndown*²⁴ serem oferecidos chocolates e um bilhete de boas noites, os hóspedes não esperavam esse extra no entanto dão bastante valor ao mesmo.

²³ Noriaki Kano é um professor e criador do modelo de satisfação do consumidor “Modelo de Kano” nos anos 80.

²⁴ Serviço de preparação do quarto realizado à noite, em que é aberta a cama, preparados os pijamas e os chinelos, é feito a troca de toalhas quando necessário e são deixados chocolates.

Em complemento às necessidades do consumidor, Kano diz ainda que as preferências podem ser dadas em 5 categorias. É possível que se sobreponha às necessidades anteriormente descritas.

- **Qualidades Atrativas**

Quando entregues ao cliente pode desencadear a satisfação do mesmo, mas quando não entregues causam a insatisfação. Na hotelaria podemos equiparar com uma televisão no quarto. O facto de existir uma TV no quarto com canais internacionais e de valor acrescido é quase como adquirido num hotel de 5 estrelas, no entanto caso não exista o hóspede vai com certeza reclamar o facto da não existência da mesma.

- **Qualidades Unidimensionais**

Estas qualidades resultam na satisfação do cliente quando cumpridas. Relativamente ao VVP podemos comparar com o desconto (20%) que os *repeaters* têm no alojamento que é tido com agrado quando aplicado, no entanto se tal não acontecer ou o desconto aplicado for menor do que o habitual o hóspede mostra-se insatisfeito. Estes atributos são tidos como um dos principais para a competitividade com outros concorrentes.

- **Qualidades Obrigatórias**

Os atributos do produto ou serviço são tidos como garantidos pelo consumidor, que é pedido pelo cliente e não causam satisfação ao serem atendidos, no entanto quando não são respondidos causam a insatisfação do cliente. No caso da hotelaria de luxo o facto de o quarto estar limpo é um dado tido como adquirido e se tal não acontecer o hóspede reclama ou deixa de frequentar o hotel.

- **Qualidades Indiferentes**

Estas qualidades não geram satisfação nem insatisfação. Não importa se um produto ou serviço atende ou não às expectativas, pois, da mesma forma, não gera satisfação nem tampouco insatisfação. Num hotel um exemplo poderá ser o ginásio. O facto de existir um ginásio no hotel poderá ser indiferente para os hóspedes.

- **Qualidades Reversas**

Refere-se a uma alta qualidade e performance que nem sempre resulta na satisfação do consumidor, pois um cliente ou hóspede não é igual a um outro: qualidade percebida de um hóspede pode não ser a mesma de um com outras motivações. Por exemplo no hotel ter no seu quarto uma televisão de alta tecnologia, com internet, opções de ligação com o telemóvel, etc., para um hóspede pode ser um ponto com muito valor, no entanto num outro tipo de hóspede pode não ter absolutamente interesse nenhum e até lhe causa dificuldades no manuseamento da televisão.

A certificação ECO-HOTEL vai de encontro às Qualidades emocionais, pois desperta a sensibilização que o hóspede tem no que diz respeito às questões ambientais. Ao escolher um hotel sustentável vai sentir-se menos responsável pela degradação do ambiente.

Tal como já foi mencionado, o VVP já tinha a preocupação com a preservação do ambiente e uma das medidas era a certificação ISO 14001²⁵ mas devido a custos muito elevados e ao quase inexistente reconhecimento desta norma por parte dos *stakeholders* e finalidade da mesma, não era compensatório permanecer com a certificação. Assim, considerou-se que seria uma mais-valia a certificação ECO-HOTEL. Este sistema, para o *resort*, vai de encontro com o defendido por Willing, J. (1995), que refere que “(...) um sistema de gestão ambiental eficiente é mais do que uma forma de cumprimento da legislação, é um método eficaz de aumentar a rendibilidade das organizações industriais.”.

Relativamente ao processo de certificação, a primeira fase consistiu numa pré-auditoria com recurso à *check-list*²⁶ ECO-HOTEL (ver anexo 3), esta ação decorreu nos dias 10 e

²⁵ Certificação ambiental que identifica as empresas com bom comportamento ambiental.

²⁶ Segundo a TÜV Rheinland, a certificação concede-se em função da pontuação obtida pela empresa, com base num questionário desenvolvido especificamente para o sector da indústria hoteleira, em estreita colaboração com os seus profissionais. Este questionário permite uma fácil interpretação dos requisitos para a certificação medindo o desempenho ambiental real da empresa e reduzindo ao mínimo indispensável, as exigências administrativa.

11 de Março e teve lugar no VVP e na HdG, em que foram avaliados os aspetos que no futuro seriam observados no ato da auditoria para a certificação. Esta pré-auditoria teve em conta todos os aspetos positivos e negativos do VVP, em que foram mencionadas formas de melhorar os aspetos menos positivos e os mais positivos também.

Nos dias 14 e 15 realizou-se a auditoria para certificação, sendo que o primeiro dia foi dedicado à HdG e o segundo ao *resort*.

O facto de um hotel ter algum tipo de certificação que comprove as boas práticas ambientais influencia na altura de escolher entre dois hotéis semelhantes, mesmo que não signifique que esta seja a sua principal preocupação.

3.3 Ação de Sensibilização

As ações de sensibilização “(...) procuram dar resposta à urgente necessidade de conduzir as pessoas a uma mudança de atitudes e comportamentos que as levem a participar ativamente na resolução dos problemas ambientais (...)” (D'Azevedo, s.d.).

No seguimento do mencionado anteriormente, as ações de sensibilização e consequente educação ambiental, levam a que exista uma utilização mais responsável e consciente dos recursos naturais e ambientais, para que se possa falar de desenvolvimento sustentável. Assim, em conjunto com André Matos, foi agendada para todos os colaboradores do VVP uma AS²⁷ com data para dia 03 e dia 05 de Março. A divulgação da mesma foi realizada por correio eletrónico para os diretores e chefes de departamento com três semanas de antecedência. Na segunda semana fez-se a divulgação individual por diversos departamentos de forma a angariar o maior número de participantes possível. O objetivo pretendido, que foi ter como participantes pelo menos dois elementos de cada departamento, foi atingido com sucesso.

A primeira fase da AS decorreu no VVP nos dias 02 e 03 de Março com a realização de duas sessões com catorze participantes cada (vide anexo 4), onde foram abordados

²⁷ A formação foi dada pela responsável pelas ações de sensibilização da ALGAR, Sra. Vera Bastardinho, de forma gratuita.

aspectos teóricos a cerca dos resíduos que produzimos, reciclagem e destino final dos resíduos com foco nos resíduos produzidos no hotel e discussão sobre o destino correto a dar aos principais RSU produzidos. Em ambas as sessões os participantes mostraram algum desconhecimento sobre a correta separação dos resíduos e posterior utilização dos mesmos.

No final de cada uma das sessões foram distribuídos folhetos informativos relativos à forma correta de realizar reciclagem (vide anexo 7).

A segunda fase da AS, dia 03 de Março, consistiu na deslocação de vinte e um participantes (vide anexo 5) ao aterro do Barlavento - ALGAR. Nesta ação os colaboradores do VVP tiveram a oportunidade ter contacto com a realidade pois aqui o último destino dos resíduos produzidos, no entanto para além do aterro existe também uma estação de separação de materiais recicláveis e um local onde é realizada a compostagem de verdes.

No final da AS prática que teve a duração de aproximadamente duas horas, a ALGAR disponibilizou a todos os participantes uma amostra do composto 100% natural produzido pela entidade, bem como um conjunto de sacos para todos poderem realizar a reciclagem também nas suas casas.

Figura 3.9: Fertilizante 100% natural produzido na ALGAR, disponibilizado a todos os participantes na AS



Fonte: Própria

Os participantes mostraram-se interessados e foram debatidas diversas questões. Todos os colaboradores do VVP e não só, todas as empresas e população no geral deveriam ter a oportunidade de terem formação teórica e prática. O facto de terem contacto direto com a realidade pode mudar atitudes, é isso que se espera.

O sistema passa-a-palavra é bastante eficaz, ainda mais na população em estudo. Após a AS foram muitos os relatos que ouvidos de pessoas que não participaram na mesma, mas que gostariam de participar caso houvesse outra no futuro. Para além disso, mencionaram ainda aspetos que lhes foram transmitidos por participantes, como por exemplo curiosidades a cerca da reciclagem e destino dos resíduos e colocaram questões a cerca da AS.

Na figura que se segue podemos observar os participantes da AS na ALGAR.

Figura 3.10: Participantes na AS prática na ALGAR



Fonte: Própria

É importante frisar que os elementos abrangidos para a AS incluem pelo menos um elemento de cada departamento e secção: Desde restaurantes, cozinhas, copas, administrativo, todos foram envolvidos neste projeto. Foram distribuídos pelos participantes e por alguns colaboradores que não tiveram oportunidade de participar, folhetos de sensibilização e informativos de como reciclar bem e o que reciclar (disponibilizados pela ALGAR).

O envolvimento de todos na organização é o primeiro passo para uma sustentabilidade.

3.4 Dia Mundial do Ambiente

O DMA realizou-se no dia 05 de Junho de 2015 e de forma a assinalar esta data foi desenvolvida uma atividade para destacar simbolicamente o tema ambiente. Esta comemoração teve uma vertente para o hóspede e para o colaborador. Nada melhor para celebrar o DMA do que realmente estar em contacto com o mesmo.

Vertente do hóspede: O conceito consistiu na elaboração de um convite²⁸ direcionado ao hóspede para plantar uma planta no *resort*. No cartão-convite constava uma frase que informava o hóspede da realização da atividade no *resort*, bem como uma simples abordagem à mesma com a data, hora e local do evento e ainda o slogan “Dê vida ao ambiente”. Para além do cartão-convite havia uma folha que tornou a atividade distinta, sendo que esta folha iria ser plantada (vide apêndice 2).

Figura 4.11: Imagem para o cartão e folha da planta do DMA



Fonte: Própria

²⁸ O convite foi de autoria própria em conjunto com Bruno Mateus, responsável pelo *e-commerce*.

O objetivo foi transmitir uma mensagem importante que fosse única e inovadora, e após pesquisa foi encontrada uma empresa que correspondia aos parâmetros desejáveis. A empresa parceira neste projeto foi a Papel Florescente, com um conceito inovador e sustentável, elabora de forma ecológica folhas, feitas através de papel reciclado, que têm na sua constituição sementes que posteriormente são plantadas e regadas, gerando assim uma flôr.

O conceito descrito anteriormente foi exatamente de encontro à mensagem que se pretendia transmitir: quando utilizamos uma folha de papel, deveremos considerar o destino que lhe iremos dar. De entre as opções possíveis devemos ter em conta a que se torna mais sustentável sendo que ao deitarmos os papéis nos RSU não estamos a dar qualquer tipo de utilidade posterior a esse material; assim o local indicado é o encaminhamento para a reciclagem. Como tal, bem como as folhas que plantámos no VVP outras poderão ter destinos idênticos e úteis, sem que não se perca a totalidade do material. Num sentido figurado a mensagem é dar uma vida por outra vida²⁹.

Figura 3.12: Participação dos hóspedes no DMA



Fonte: Própria

²⁹ O papel é proveniente da árvore e após terminar a sua utilidade como apoio à escrita, pode ser reciclado e com a posterior incorporação de sementes estamos a dar origem a uma nova vida.

Neste dia, foi também entregue o certificado ECO-HOTEL da TÜV, pelo responsável António Silva. A ocasião perfeita para assinalar a data como apresentar as iniciativas que temos.

Figura 3.13: Entrega do certificado ECO-HOTE da TÜV Rheinland



Fonte: Própria

Da esquerda para a direita: Diana Perdigão, Jorge Cantão (Assistente de Direção), José Vila-Nova (Assistente de Direção), António Silva (Diretor TUV Rheinland Portugal), André Matos (Diretor de Qualidade e Ambiente).

Os custos associados à iniciativa foram os seguintes:

365 folhas A6 incorporadas com sementes de *Gypsophila* e Cravo Francês, com impressão. Cada folha teve um valor de €0,55. Ou seja $€0,55 \times 365 \text{ folhas} = €200,75$.

No dia 08 de Junho realizou-se a ação direcionada para os colaboradores. Esta, inicialmente, consistia na prática de uma atividade de sensibilização em contacto com a natureza e ao mesmo tempo a promoção de *teambuilding*. Em conjunto com a Divespot³⁰ foi agendada a realização de uma atividade de caiaque e *paddleboard* com caça ao tesouro, que consistia em: formação de equipas de quatro elementos (dependendo do

³⁰ Empresa de mergulho parceira do VVP.

número de participantes), com partida na Praia dos Beijinhos³¹ com a missão de encontrar uma tartaruga insuflável e uma garrafa com uma mensagem no seu interior. Dentro da garrafa a mensagem seria a folha da “Papel Florescente” (a mesma utilizada na atividade destinada aos hóspedes). Os elementos da equipa vencedora teriam como prémio essa mesma folha que poderiam plantar posteriormente num local definido para o efeito.

No entanto a atividade não foi realizada, pois um dia antes do evento, devido às condições não favoráveis à prática de desportos náuticos. Assim, foi posto em prática o plano “b”: Dê vida ao ambiente, aplicado aos colaboradores. Com as folhas que sobraram do evento realizado com os hóspedes foi apenas necessário juntar vinte e cinco pequenos vasos com terra fertilizada, para posteriormente serem distribuídos por todos os departamentos. A atividade foi realizada individualmente em cada departamento com uma breve introdução da importância e simbolismo do ato de plantar a folha pois a partir daquele momento seriam os cuidadores da mesma.

A admiração no rosto de todos os colaboradores ao perceberem que iam plantar uma folha foi sem dúvida uma das melhores recompensas da atividade, o facto de podermos transmitir um novo olhar sobre uma simples folha de papel é absolutamente gratificante. As plantas foram plantadas em todos os departamentos (vide apêndice 3).

Os custos da atividade destinada aos colaboradores foram apenas relativos aos vasos:
 $€0,75 \times 40\text{vasos} = €30,00$

³¹ Praia junto ao VVP.

Figura 3.14: Cravo francês plantado no DMA, dois meses depois



Fonte: Própria

Figura 3.15: Material necessário para a realização do DMA (colaboradores)



Fonte: Própria

3.5 Reciclagem

Podemos afirmar que a população se preocupa cada vez mais com as questões relativas à preservação do ambiente, refletindo-se na quantidade de materiais reciclados, tal como podemos observar pelos dados fornecidos pela SPV: em 2014 a entidade encaminhou para a reciclagem 419 mil toneladas de embalagens, incluindo origem doméstica,

pequeno comércio e HORECA, o que representa um aumento de 9% relativamente a 2013. De 2006 a 2014 foi o valor mais elevado de embalagens recicladas. Importa referir também que o plástico teve um aumento de 24%, o papel/cartão 16,5% e a madeira 30% (Sociedade Ponto Verde, 2014).

A verificação e recolha realizada pelos cantoneiros têm uma importância fundamental no controlo de resíduos e conseqüente redução de custos. Por cada contentor recolhido (com capacidade para aproximadamente 120kg) são cobrados, pela Câmara Municipal de Lagoa, €10,47 sendo que indo um contentor cheio ou meio o valor cobrado é exatamente o mesmo. Assim, se houver um cuidado na forma de como são enviados os contentores para a recolha poder-se-á reduzir o número de contentores recolhidos o que, conseqüentemente, significa uma redução dos custos considerável com a recolha.

Na figura que se segue podemos observar os caixotes existentes disponibilizados pela Câmara Municipal de Lagoa.

Figura 3.16: Caixotes dos RSU



Fonte: Própria

De forma a controlar, de mais uma forma, a produção de resíduos, foi elaborado um mapa de monitorização de recolha de lixo tanto para controlo de RSU como de plástico/metal e vidro, como método experimental para praticar em todos os *outlets*. Este mapa foi posto em prática do mês de Abril ao mês de Junho em dois locais: cozinha do Bela Vita e cozinha do pessoal (vide apêndice 4).

No fim do mês as folhas são recolhidas e os dados analisados aquando da receção da fatura mensal de RSU. Assim poder-se-á controlar onde e quais os resíduos mais

produzidos e se a separação está a ser feita corretamente, para posteriormente incidir na formação do pessoal onde as quantidades recicladas são inferiores às enviadas para os RSU. Quanto maior quantidade de lixo separado, menos serão os RSU e assim, conseqüentemente, reduzir-se-á o valor da fatura à Câmara Municipal de Lagoa, o que significa: Redução de custos e menos impactos no ambiente.

Tal como podemos observar no apêndice 4, o mapa de monitorização é constituído por:

- Nome do *Outlet*;
- Mês e dia a serem monitorizados;
- Tipo de resíduo recolhido (Indiferenciados, Plástico/Metal e Vidro);
- Número previsto de recolhas;
- Recolhas que realmente foram realizadas.

O número de recolhas é apurado através da marcação no mapa, de cada vez que determinado resíduo é recolhido. De notar que os sacos só são recolhidos após estares completamente cheios.

Relativamente ao encaminhamento de todos os materiais que serão referidos durante o capítulo, é necessário referir que todos necessitam ser acompanhados por uma guia de transporte – GAR (vide anexo 6), onde terá de estar presente a origem do resíduo, quem o transporta e quem o recebe.

3.5.1 Tinteiros e Tonerés

Relativamente aos tinteiros e toneres, o VVP também não é indiferente. Em conjunto com a empresa fornecedora dos tinteiros e toneres – *Konica Minolta* – foi celebrado um contrato que implica a recolha dos mesmos para posterior encaminhamento. Tal é feito desde Março de 2015, e até Junho de 2015 a quantidade recolhida era já de 150kg em tinteiros e toneres usados, o que significa uma poupança nos RSU de €13,09.

3.5.2 Rolhas

Devido à grande quantidade de vinhos vendidos é consequente a produção de rolhas de cortiça também. Assim, surgiu a necessidade de desenvolver reciclagem de rolhas, através do contacto com a empresa RECICLIMPA com a qual foi assinado um contrato e foi disponibilizado ao VVP recipiente adequados para colocar as rolhas para posteriormente serem encaminhadas para a mesma empresa.

Reciclagem de rolhas de cortiça: Após avaliar a possibilidade de algumas empresas que pudessem receber as rolhas de cortiça para posterior encaminhamento, contactámos a RECICLIMPA, já nossa parceira no encaminhamento de outros resíduos, e constatámos que também poderiam fazer a recolha das rolhas. Assim, foram-nos cedidos os frascos pela empresa que fará a recolha das rolhas, quando necessário (ver figura em abaixo). Numa primeira fase não teremos retorno financeiro, no entanto espera-se que no futuro se consiga algum retorno adjacente ao que a empresa que faz a recolha no VVP detiver.

Figura 3.17: Recipiente para rolhas de cortiça



Fonte: Própria

3.5.3 Velas

No VVP a utilização de velas é em grande quantidade, desde restaurantes até ao *lobby* do hotel e na rua, são dezenas as velas que se utilizam diariamente. Todos os dias,

independentemente do estado das velas, são colocadas novas. Assim, todo o desperdício era deixado no caixote dos RSU.

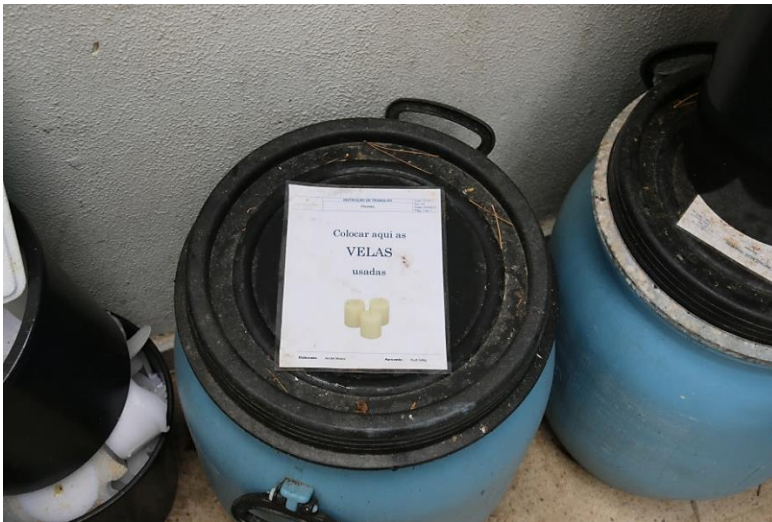
Sendo que as velas têm utilizações posteriores à função principal, apresentei esta deficiência ao Diretor de Qualidade e Ambiente, que imediatamente me apoiou e contactou a empresa que já recolhia os OAU. Após uma semana o contrato estava já assinado por ambas as partes e os recipientes para serem colocadas as velas, recipientes estes disponibilizados pela empresa de recolha, para começarmos a encaminhar as velas usadas. É de salientar que a recolha é feita gratuitamente.

Esta medida, para além de ser sustentável ambientalmente, é também rentável a nível económico a médio-prazo por dois aspetos: o primeiro não vai para o contentor de RSU, reduzindo assim os custos com a recolha, e por outro lado podemos obter retorno financeiro com a venda das velas.

A reciclagem das velas no VVP foi uma iniciativa trazida por mim após conversa com alguns dos floristas, que mencionaram o desperdício em grande quantidade de velas utilizadas. As velas sendo, como já foi dito, em grande quantidade ocupam espaço no contentor dos RSU e repercute-se no valor pago pela recolha dos mesmos. Assim, após expor a ideia de podermos encaminhar as velas usadas, que em grande parte vão ainda em bom estado, ao Diretor de Ambiente e Qualidade contactámos a empresa RECICLIMPA que nos deu um parecer favorável e nos cedeu os bidons para colocarmos as velas. Após recebermos os recipientes, foram lavados, rotulados e colocados na zona dos floristas. Numa primeira fase não temos retorno financeiro direto, mas estima-se que em breve tal possa acontecer. Para além de não termos retorno financeiro direto existe associada uma poupança monetária pois essas velas já não irão para os RSU, são 280kg quilos de velas, que em vez de serem depositados num aterro vão ter outro aproveitamento, por exemplo voltarem a ser novas velas. Como resultados obtivemos uma poupança de 24,43€.

No entanto a questão prende-se não só com a redução de custos mas também com a preservação do ambiente.

Figura 3.18: Exemplo de recipiente para as velhas com a devida instrução



Fonte: Própria

3.5.4 Plástico e metal, Vidro

No restaurante Bela Vita foi colocado um contentor para a reciclagem de plástico e metal, bem como a devida identificação de todos os contentores para os diferentes tipos de resíduos.

Figura 3.19: Instrução colocada nos contentores amarelo e verde (Restaurante Bela Vita)



Fonte: Própria

Para além dos contentores mencionados acima, foi ainda colocado um para loiça e vidros partidos, para que os colaboradores ganhem o hábito de não colocar esses materiais no vidro.

Os resultados obtidos no período entre Janeiro e Junho foram bastante significativos com um total de 34.000kg reciclados de vidro e plástico. Essa quantidade encaminhada para a reciclagem corresponde a uma poupança total de €2.966,5 nos RSU.

Comparando com o total do ano de 2014 (57.300 toneladas recicladas de vidro e plástico), podemos concluir que a tendência para 2015 é superior. Espera-se um total de, no mínimo, 68 toneladas no ano de 2015 pois há que ter em conta que a partir do mês de Junho (mais propriamente os meses de Julho e Agosto), a ocupação aumenta e a produção de resíduos é mais elevada.

No entanto podemos observar que o ano de 2014 a produção de RSU (382 toneladas) foi elevada tendo em conta que o hotel esteve parcialmente encerrado entre os meses de abril e junho, o que significa uma deficiente percentagem de reciclagem. Por outro lado, os resultados do período de Janeiro a Junho de 2015 mostram-se comprovantes das medidas tomadas relativamente à reciclagem, pois obtivemos um total de 148 toneladas.

Esta medida foi experimental e, como tal apenas aplicada a dois locais tal como referido anteriormente: cozinha Bela Vita e cozinha do pessoal; no entanto pretende-se que num futuro próximo esta medida seja estendida a todos os *outlets* do *resort*.

3.5.5 Papel e Cartão

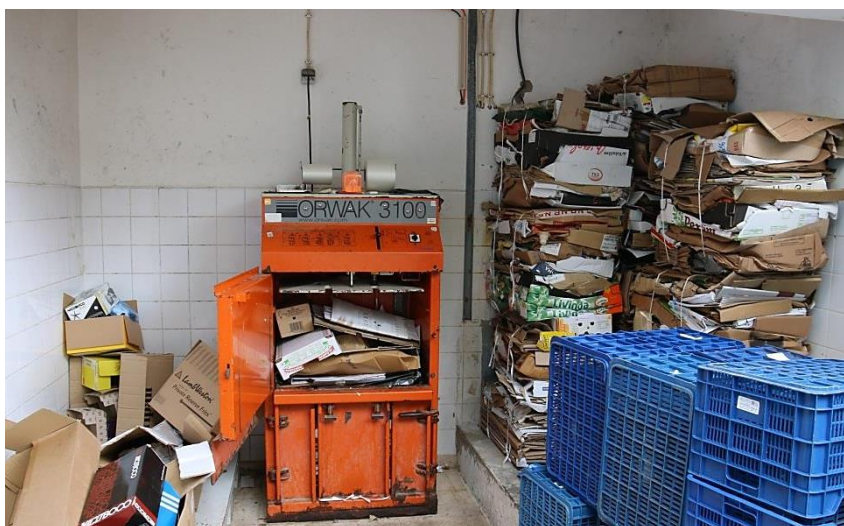
A recolha do cartão é realizada pelo cantoneiro que passa, diversas vezes ao dia, por todos os locais de produção deste resíduo e o encaminha até onde é realizada a compactagem e se processa o cintar do mesmo.

Anteriormente ao sistema de sustentabilidade ser implementado o cartão era recolhido pela ALGAR no *resort*, gratuitamente mas sem retorno monetário para o VVP.

Com a posterior implementação do sistema, o cartão é agora transportado a estufa pertencente ao VVP, em Porches, onde existe um contentor de grandes dimensões, que após estar cheio a empresa de valorização de resíduos (Renascimento) realiza a recolha e conseqüentemente valoriza monetariamente o cartão.

A quantidade de cartão recolhida da estufa, entre Março e Julho de 2015 correspondeu a 3.000kg, o que equivale um retorno monetário direto de €180,00 e a uma poupança de €261,75 nos RSU, o que perfaz um total de €441,75.

Figura 3.20: Compactadora de cartão e fardos já compactados



Fonte: Própria

A título de curiosidade:

No VVP, no ano de 2014 foram gastas 1825 resmas de papel A4, o que equivale a 912 500 folhas. Se uma resma tem aproximadamente 2,5kg, no total forma gastos 4.562,5kg de papel. Então, e sabendo que para fazer 1kg de papel é necessário 20% de uma árvore de médio porte, para obtermos as 1825 resmas foi necessário abater aproximadamente 92 árvores de médio porte. Para além das árvores abatidas existe ainda o custo associado ao gasto de água que, para as quantidades já referidas, são necessários 9 125 000 milhões de litros. Por esta e outras razões, é premente reduzir e reciclar.

3.5.6 Latas Claus Porto

As latas de Claus Porto³², utilizadas como *amenities* para os hóspedes são armazenadas até existir uma quantidade aceitável para transporte e entrega das mesmas a uma empresa de valorização de resíduos (Renascimento). Após entrega as latas são valorizadas e conforme o seu peso existe um retorno monetário.

Numa das entregas realizadas, em Fevereiro de 2015 o peso total foi de 101kg, que correspondeu a um retorno de €70,00 e uma consequente poupança nos RSU de €8,81, o que corresponde a um benefício total de €78,81.

Nas figuras que se seguem podemos observar exemplos das latas Claus Porto e ainda o recipiente destinado ao armazenamento das mesmas antes de serem encaminhadas para a reciclagem.

Figura 3.21: Latas de *amenities* Claus Porto



Fonte: <http://www.landes.com>

Figura 3.22: Recipiente destinado às latas de *amenities* Claus Porto

³² A Claus Porto é uma marca centenária portuguesa, que na produção dos seus produtos utiliza materiais 100% vegetais.



Fonte: Própria

3.5.7 Óleo Alimentar Usado

Relativamente ao OAU, também este é devidamente encaminhado(vide apêndice .

Segundo o Decreto-Lei nº 267/2009 de 29 de Setembro, estima-se que a produção de OAU em Portugal é entre quarenta e três a sessenta e cinco toneladas por ano, das quais aproximadamente 37% são geradas pelo setor da HORECA e 62% pelo setor doméstico, o restante 1% é relativo à indústria alimentar. Com esta informação podemos observar que a percentagem de resíduos relativos aos OAU, produzidos pelo setor da HORECA são consideráveis, como tal deve ser feito o devido encaminhamento.

O VVP faz partes das empresas que encaminham os seus OAU para posterior reciclagem, fazendo-o de acordo com a legislação.

Conforme é descrito no artigo 6º, alínea b) do DL já mencionado a cima de 29 de Setembro, é proibida a descarga de OAU nos sistemas de drenagem, individuais ou coletivos, de águas residuais; assim, o VVP cumpre com as normas impostas por lei ao encaminhar para a empresa de reciclagem de resíduos domésticos e industriais – RECICLIMPA – todos os OAU, que mais uma vez está de acordo com o mesmo DL, que nos diz no artigo 6º, alínea e), que a realização de operações de gestão de OAU tem de ser, obrigatoriamente feitas por entidades licenciadas nos termos do Decreto-Lei nº. 178/2006 de 5 de Setembro.

Conforme o DL já referido acima, artigo 14º, existe uma obrigatoriedade de empresas, tanto as produtoras como as valorizadoras, envolvidas no ciclo dos OAU de remeterem à APA informações relativas às quantidades encaminhadas para valorização; no VVP, o processo desenrola-se na plataforma *online* SILiAmb, onde é feito o registo com o NIF do responsável pelo fornecimento das informações e posteriormente preenche-se os dados necessários para a conclusão e, por fim, submissão dos mesmos à APA. A reciclagem dos OAU é realizada não só no hotel mas também nos *outlets* pertencentes à empresa (Arte Náutica, Praia Dourada, *Biergarten* e Salsicharia).

O óleo alimentar após utilizado até ao ponto considerado aceitável, e no caso no VVP, vai num estado com bastante qualidade, é armazenado e posteriormente recolhido por uma empresa de valorização desta matéria (neste caso específico, a RECICLIMPA), que ao fazer a recolha irá posteriormente retornar em valor monetário do óleo. Tal como dito anteriormente, o óleo usado encontra-se ainda num estado bom o que faz com que se consiga recuperar aproximada 40% do valor de compra do mesmo. O preço de venda é, neste momento, €0,40 por litro.

Na maioria dos casos este tipo de óleo é utilizado para transformação em energia biodiesel ou na produção de sabonetes e velas.

$$6.000\text{kg} \times €0.40 = €2.400$$

Figura 3.23: Bidons destinados ao armazenamento de OAU



Fonte: Própria

3.5.8 Resíduos Verdes

Os resíduos produzidos nos jardins (plantas, folhas, ramos), que são levados para a estufa, onde existe uma máquina trituradora destes materiais que posteriormente são levados para a HdG onde é feita a compostagem, para numa fase final serem reaproveitados e utilizados como fertilizantes naturais.

Após a implementação do sistema de sustentabilidade também as floristas podem colocar os restos de flores, folhas e ramos num contentor que posteriormente é recolhido pelos colegas dos jardins, que têm o mesmo destino que os resíduos produzidos nos jardins.

3.6 Outras Ações / Curiosidades

Outra das vertentes desenvolvidas, relaciona-se com uma política de promoção do uso de artesanato local e produtos da região, através de parcerias com artesãos locais:

- Os lençóis de linho de fabrico artesanal nos quartos as toalhas nas casas de banho;
- Cerâmica artesanal local;
- Produtos orgânicos, nomeadamente chás, compotas, azeite, vegetais e fruta, além dos vinhos e da carne bovina, de porco e de cordeiro que proveem da HdG.

O material de entulho de obras também é encaminhado para a empresa Europontal; lâmpadas e óleos de manutenção são encaminhados para a Safetykleen e as pilhas para a Ecopilhas (vide anexo 8).

Dessalinização – Ao nível da redução do consumo de água, salienta-se o projeto inovador, atualmente em curso, de captação e tratamento de água do mar (por osmose inversa³³), permitindo utilizar esta água para rega. A água do mar é transformada em água doce através de filtros naturais para posteriormente ser utilizada para a rega de árvores, jardins e do campo de golfe, e ainda para enchimento dos lagos existentes no VVP. O objetivo, num futuro próximo, é toda a necessidade de águas do resort ser satisfeita através deste sistema de dessalinização.

A consciência com a poupança de água inclui ainda o sistema de rega gota-a-gota e aspersores mas a implementação mais recente é o sistema de rega subterrânea. Trata-se de um método de rega israelita, onde todos os tubos estão localizados por debaixo do relvado, realizando-se a irrigação direta das raízes, mantendo-se o manto superior intacto o que tem dois aspetos positivos: Não se perde nenhuma parte da água no exterior e os hóspedes podem utilizar o relvado durante todo o dia, sem serem surpreendidos pelos aspersores.

O controlo de pragas e doenças vegetais é feito através da inspeção diária e minuciosa das plantas, recorrendo-se o mínimo possível a agentes químicos. Grande parte das pragas é controlada com recurso a pragas naturais.

Outra curiosidade do respeito pela biodiversidade, é o controlo das melgas e mosquitos através do recurso a determinadas plantas. Junto aos quartos dos hóspedes estão plantadas Malvas de Cheiro³⁴, repelente natural para insetos e no entanto, muito agradável para a perceção sensorial humana.

³³ Além de retirar o sal da água, este sistema permite ainda eliminar vírus, bactérias e fungos.

³⁴ Arbusto de origem sul-africano que emite um perfume adocicado.

Recentemente, um dos falcões da espécie Peneireiro embateu em voo contra uma vidraça do hotel. O falcão foi assistido com a ajuda de uma organização especializada em recuperação de aves, a Associação Rias, e depois de algumas semanas de tratamento, foi novamente liberado. A cerimónia foi conduzida por Sónia Gillig, Diretora de Alojamento do VVP, com o testemunho de alguns hóspedes.

Figura 3.24: Libertação do falcão



Fonte: VVP

“Todos os agentes de desenvolvimento turístico têm o dever de proteger o meio ambiente e os recursos naturais, com perspectiva de um crescimento econômico constante e sustentável, que seja capaz de satisfazer equitativamente as necessidades e aspirações das gerações presentes e futuras” (UNWTO, 2004).

Esta página foi propositadamente deixada em branco

Conclusões

Conclusões

Com o término do desafio e do estágio, podemos concluir que os principais objetivos foram alcançados:

- Redução de custos
- Preservação do meio-ambiente
- Posicionamento no mercado

Numa perspetiva global podemos observar que os resultados foram não só positivos como bastante significativos. De acordo com a tabela 4.11 verifica-se um benefício na ordem dos € 5.959,57.

Tabela 4.11: Quantidades recicladas e benefícios monetários correspondentes

Resíduo	Quantidade (kg)	Benefícios monetários (€)
Tonerres	150	13,09
Cartão	3.000	476,74
Plástico/Metal e Vidro	34.000	2.966,50
Latas Claus Porto	101	78,81
Velas	280	24,43
OAU	6.000	2.400,00
TOTAL	43.531	5.959,57

Fonte: Própria

Podemos comprovar que as quantidades recicladas são satisfatórias e o retorno monetário é bastante aliciente, o que deverá significar a implementação e desenvolvimento de projetos e sistema de reciclagem em prole da sustentabilidade.

O sucesso do VVP como *resort* sustentável é confirmado através dos prémios de sustentabilidade entregues, como pudemos constatar anteriormente. Relativamente à reciclagem de embalagens, vidro e cartão que até então apenas se verificou na cozinha do Bela Vita e na cozinha do pessoal, é expectável a sua extensão a

todos os *outlets* do *resort*. Com esta decisão o VVP, terá resultados ainda mais expressivos.

Para além dos dados dos resíduos reciclados podemos ainda concluir que quantidade de RSU recolhidos pela ALGAR são, significativamente inferiores no ano de 2015 em comparação com o mesmo período do ano de 2014. Observemos a seguinte tabela:

Tabela 4.12: Quantidade de RSU recolhidos

Período	Quantidade recolhida em toneladas
Janeiro a Junho 2014	174
Janeiro a Junho 2015	148

Fonte: Própria

Os resultados observados na tabela 4.12, comprovam que a política de sustentabilidade entretanto aplicada permitiu melhores resultados, dado que o VVP nos primeiros seis meses do ano de 2015 obteve uma taxa de ocupação superior à do ano de 2014. Para além do referido, o *resort* esteve parcialmente encerrado entre os meses de Abril e Junho de 2014, o que poderia significar uma redução da produção de resíduos, no entanto a tendência foi inversa.

Podemos então concluir que a implementação das medidas de reciclagem e políticas de sustentabilidade foram impulsionadoras dos resultados obtidos, comprovando a viabilidade económica e ambiental da sustentabilidade.

Concluo com uma frase para reflexão:

“O crescimento da população mundial e da produção, associado a padrões não sustentáveis de consumo, aplica uma pressão cada vez mais intensa sobre as condições que tem nosso planeta de sustentar a vida. Esses processos interativos afetam o uso da terra, a água, o ar, a energia e outros recursos. As cidades em rápido crescimento, caso mal administradas, deparam-se com problemas ambientais gravíssimos. O aumento do número e da dimensão das cidades exige maior atenção para questões de Governo local e gerenciamento municipal. Os fatores humanos são elementos fundamentais a

considerar nesse intrincado conjunto de vínculos; eles devem ser adequadamente levados em consideração na formulação de políticas abrangentes para o desenvolvimento sustentável. Tais políticas devem atentar para os elos existentes entre as tendências e os fatores demográficos, a utilização dos recursos, a difusão de tecnologias adequadas e o desenvolvimento. As políticas de controlo demográfico também devem reconhecer o papel desempenhado pelos seres humanos sobre o meio ambiente e o desenvolvimento. É necessário acentuar a percepção dessa questão entre as pessoas em posição de tomar decisões em todos os níveis e oferecer, de um lado, melhores informações sobre as quais apoiar as políticas nacionais e internacionais e, de outro, uma estrutura conceitual para a interpretação dessas informações.” (CNUMAD, 1992)

Recomendações Futuras

O desafio desenvolvido poderá ser aplicado em outras unidades hoteleiras, devido à relativa facilidade dos processos, essencialmente na reciclagem

No que diz relativo respeito à sustentabilidade existe sempre algo que podemos fazer para contribuir na melhoria, e como tal no futuro existem ainda ações que podem ser desenvolvidas.

Relativamente à reciclagem o futuro próximo passa por:

- Reciclagem de sabonetes:

Em todos os quartos do VVP, são colocados sabonetes (Claus Porto) que muito raramente são utilizados por completo. Naquele sentido seria interessante reciclar não só os sabonetes não utilizados mas abertos, como todos os pedaços que ficam após utilização. Para a reciclagem dos sabonetes procedeu-se ao contacto com a empresa RECICLIMPA que poderá vir a fazer a recolha e encaminhamento para efeito de reciclagem. Numa fase inicial não terá, tal como as velas e as rolhas, retorno monetário, no entanto a parte ambiental ficará “mais rica”.

Relativamente à consciencialização e formação ambiental é expectável a realização da segunda edição de forma a abranger os colaboradores que não tiveram oportunidade de participar na primeira edição.

Será ainda importante aplicação do questionário (Reciclar é uma questão de hábito), (vide apêndice 5) cujo objetivo resulta da necessidade de conhecer os hábitos de reciclagem dos colaboradores e sua disponibilidade para no futuro assumir o compromisso com os princípios de sustentabilidade, permitindo o reforço do posicionamento entretanto adquirido pelo VVP.

Para além das AS anteriormente referidas existem no entanto outras estratégias que poderão melhorar o compromisso dos colaboradores no que concerne à reciclagem de papel.

Naquele sentido deverá ser implementado um sistema de reciclagem de papel que acontecerá junto de cada secretária. A papelreira receberá apenas papel, cartão e os demais resíduos permitidos no ecoponto azul. Quando a papelreira individual estiver cheia será da responsabilidade de cada colaborador o depósito num ecoponto.

Em cada escritório existirá um pequeno ecoponto que permitirá o depósito não só do conteúdo das papelreiras individuais mas também de outros resíduos.

O objetivo passará por motivar os colaboradores no sentido de assumirem a responsabilidade na gestão eficiente das papelreiras e ecopontos.

Após colocados os resíduos nos recipientes devidos, o HOK fará a recolha dos resíduos dos ecopontos, auxiliados por um carrinho, com as devidas separções para colocar os diferenciados resíduos. Posteriormente o papel será compactado e cintado para posterior depósito na estufa aguardando a recolha a efetuar pela Renascimento (empresa algarvia de reciclagem). Este compósito de papel poderá ainda ser responsável pela obtenção de receitas com alguma importância para a operação.

Serão necessários um total de 40 caixotes, para que todos os elementos dos departamentos administrativos tenham acesso facilitado à reciclagem do papel.

Relativamente às futuras papelreiras poderemos considerar duas opções:

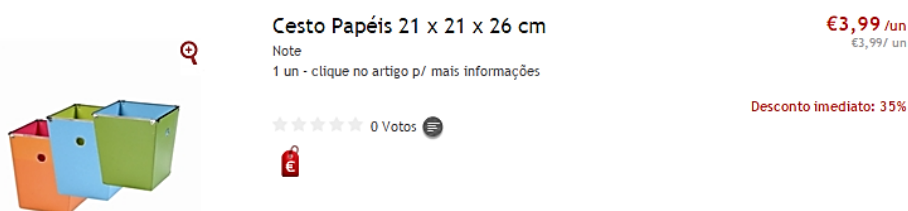
- **Opção 1** – Adaptação das caixas de cartão das resmas de papel que serão forradas com corda sisal. É tida como uma solução sustentável e de baixo custo, tendo uma aparência rústica contudo sofisticada. Este modelo permitirá o aproveitamento de um recurso que tradicionalmente seria encaminhado para o lixo.

Custos: Caixote = sem custos; Corda sisal 325 m = €25,85, sendo que para cada caixa são necessários aproximadamente 8m, o que significa €0,64 por papelreira.

- **Opção 2** – Papelreira em cartão, marca branca comercializado pelo Continente. A escolha destas papelreiras resultou da sua aparente resistência e material empregue.

Custos: €3,99(unidade)×40 papelreiras = €159,60

Figura 4.25: Papelreira para os escritórios



Fonte: Sítio da internet de Modelo Continente Hipermercado

A recolha dos ecopontos realizar-se-á de dois em dois dias e será monitorizada pelos responsáveis de recolha. A monitorização será relevante não só para se perceber a evolução da reciclagem como quem a faz (vide apêndice x).

Com a monitorização será possível observar a quantidade e qualidade dos resíduos separados em cada escritório e departamento, e cumulativamente premiar os colaboradores mais empenhados. Naquele sentido, em reconhecimento do seu esforço, será entregue um selo verde símbolo do empenho e compromisso.

Este modelo terá um período experimental de um ano, com início em janeiro e término em dezembro de 2016.

No mês dezembro de 2016 o departamento que maior número de selos conseguir entretanto angariar terá uma compensação.

As compensações entretanto aprovadas terão a seguinte dimensão:

1º lugar - Piquenique na HdG;

2º lugar - Batismo de mergulho ou uma outra atividade aquática (parceria com a Divespot);

3º lugar - Ecopontos para separação dos resíduos nas residências dos colaboradores.

O anúncio do vencedor e entrega dos respectivos prêmios decorrerá na festa de Natal realizada para os colaboradores.

Referências Bibliográficas

- Abramovay, R. (2002). *Construindo a ciência ambiental*. São Paulo, Brasil: Annablume Editora.
- AICEP. (2014). Portugal Global. *Pense global pense Portugal*. Porto.
- AICEP. (Abril de 2015). Portugal ficha país.
- ALGAR. (Julho de 2015). Momento verde. *A importância do uso racional da água*.
- Banco de Portugal. (Agosto de 2015). *Balança de pagamentos*. Obtido em 14 de Setembro de 2015, de <https://www.bportugal.pt/pt-PT/Estatisticas/PublicacoesEstatisticas/BolEstatistico/Publicacoes/C.pdf>
- Banco de Portugal. (s.d.). *Boletim estatístico*. Obtido em 15 de Julho de 2015, de https://www.bportugal.pt/pt-PT/Estatisticas/Conferencias/Documents/4ConfCB_MB.pdf
- Barbiroli, G., & Raggi, A. (2009). International Competitiveness, Technological Change and Sustainability. In G. Barbiroli, *Principles of Sustainable Development* (pp. 230-253). Encyclopedia of Life Support Systems.
- Campos, L., & Canavezes, S. (Abril de 2007). Introdução à Globalização. Évora.
- Camprubí, R. B., Marco, L. P., Cabado, S. J., & Riera, V. F. (1998). *Turismo y Medio Ambiente*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.
- Certificação Eco-Hotel*. (2015). Obtido em 12 de Abril de 2015, de TÜV Rheinland: http://www.tuv.com/pt/portugal/servicos/gestao_sistemas/turismo_lazer/certificacao_eco_hotel/certificacao_eco_hotel.html
- Chen, J., Sloan, P., & Legrand, W. (2013). *Sustainability in the Hospitality Industry - Principles of Sustainable Operations* (2ª ed.). Oxon: Routledge.
- Chon, K.-S., & Sparrowe, R. T. (2003). *Hospitalidade - Conceitos e Aplicações*. São Paulo: Delmar Thomson Learning.
- CNUMAD. (1992). Agenda 21 Global. Rio de Janeiro, Brasil. Obtido em 5 de Agosto de 2015, de Ministério do Meio Ambiente: <http://www.mma.gov.br/responsabilidade-socioambiental/agenda-21/agenda-21-global>
- CNUMAD. (2012). Rio + 20. *Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável*, (pp. 3,26,27). Brasil.
- Comissão Europeia. (2014). Europa sem fronteiras: O Espaço Schengen.
- D'Azevedo, R. T. (s.d.). *Sensibilização ambiental - Importância e relação com a gestão ambiental*. Obtido em 12 de Maio de 2015, de Naturlink: <http://naturlink.sapo.pt/Natureza-e-Ambiente/Gestao-Ambiental/content/Sensibilizacao-Ambiental-Importancia-e-Relacao-com-a-Gestao-Ambiental?bl=1>
- Declaração do Rio. (2012). Rio + 20. *Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável*, (pp. 3,26,27). Brasil.
- Deloitte. (2015). Atlas da Hotelaria - Ventos Favoráveis.
- Edwards, A. R. (2005). *The Sustainability Revolution: Portrait of a Paradigm Shift*. Canadá: New Society Publishers.
- Faria, C. (s.d.). *Diagrama de Kano*. Obtido em 8 de Junho de 2015, de Infoescola, Navegando e Aprendendo: http://www.infoescola.com/administracao_/diagrama-de-kano/

- Ferrão, P. C. (1998). *Introdução à Gestão Ambiental: A avaliação do ciclo de vida de produtos*. Lisboa: IST Press.
- Gayathri. (2014). Reimagining the Application of Sustainability to the Hospitality Industry Through a Virtue Ethics Framework. *Journal of Sustainable Tourism*, 22.
- Held, D., & McGrew, A. (2007). *Globalization/Anti-Globalization - Beyond the great divide*. Cambridge: Polity Press.
- Holden, A. (2000). *Environment and Tourism*. London: Routledge.
- INE. (Julho de 2015). Boletim Mensal de Estatística, Julho 2015. Lisboa.
- INE. (2015). *Estatísticas do Turismo 2014*.
- Ishwaran, N. (2013). Sustainable tourism development and climate change: opportunities in UNESCO biosphere reserves. In M. V. Reddy, & K. Wilkes, *Tourism, Climate Change and Sustainability* (pp. 96-117). Oxon: Routledge.
- Jacobi, P. R. (1999). In *Meio Ambiente e Sustentabilidade* (pp. 175-184). São Paulo, Brasil: CEPAM.
- Jauhari, V. (2014). *Managing Sustainability in the Hospitality and Tourism Industry: Paradigms and Directions for the Future*. Oakville: Apple Academics Press.
- Jornal de Negócios. (19 de Maio de 2015). *Portugal quase duplicou número de empreendimentos turísticos na última década*. Obtido em 15 de Setembro de 2015, de Negócios Online: http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/portugal_quase_duplicou_numero_de_empreendimentos_turisticos_na_ultima_decada.html
- Knowles, T., Diamantis, D., & El-Mourhabi, J. B. (2004). *The Globalization of Tourism & Hospitality - A Strategic Perspective*. London: Thomson Learning.
- Lane, B. (2009). 30 years of sustainable tourism: Driver, progress, problems - and the future. In S. Goessling, C. Hall, & D. Weaver, *Sustainable Tourism Futures* (pp. 19-32). New York: Routledge.
- Lasley, C., Lynch, P., & Morrison, A. (2007). *Hospitality: A Social Lens*.
- MEADOWS, D. L., MEADOWS, D. H., RANDERS, J., & BEHRENS III, W. W. (1972). *The Limits to Growth*. New York: Universe Books.
- Medlik, S., & Ingram, H. (2002). *Introdução à Hotelaria*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Ministério da Economia. (23 de Janeiro de 2014). Decreto Lei 15/2014, de 23 de Janeiro. Obtido em 12 de Junho de 2015, de <http://dre.tretas.org/dre/315036/>
- Morrison, A., & O'Gorman, K. (2006). *Hospitality Studies: Liberting the Power of the Mind*. Melbourne: Paper presented, CAUTHE.
- Mouga, T., Viana, A. S., & Santos, L. L. (2005). Protecção ambiental e informação financeira. *Os impactos, os riscos e a sua divulgação em direcção a um desenvolvimento sustentável*. Peniche.
- Newton, M. (19 de Abril de 2012). *TripAdvisor Survey Reveals Travels Growing Greener*. Obtido de <http://www.multivu.com/mnr/49260-tripadvisor-eco-friendly-travel-survey-voluntourism-go-green>
- Portugal, B. d. (s.d.). Obtido em Julho de 2015, de https://www.bportugal.pt/pt-PT/Estatisticas/Conferencias/Documents/4ConfCB_MB.pdf
- Príncipe de Gales, C. (2011). *Harmony - A revolução da sustentabilidade , um novo olhar sobre o Mundo*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Proença, S., & Soukiazis, E. (2007). *Tourism as an Alternative Source of Regional Growth in Portugal: A Panel data analysis at NUT II and NUTIII levels*.

- Rego, A., Cunha, M. P., & Ribeiro, M. (2013). *Liderança para a Sustentabilidade: A voz de quem lidera em Portugal*. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
- Rego, A., Cunha, M. P., & Glória, M. (2013). *Liderança para a Sustentabilidade. A Voz de Quem Lidera Portugal*. Lisboa: Conjuntura Actual Editora.
- Relatório Brundtland e a sustentabilidade*. (s.d.). Obtido em 6 de Julho de 2015, de Mudanças Climáticas, Informações e reflexões para um jornalismo contextualizado: <http://www.mudancasclimaticas.andi.org.br/node/91>
- RIO +20. (2012). *Declaração final da conferência das Nações Unidas sobre desenvolvimento sustentável: O futuro que queremos*. Rio de Janeiro.
- Severt, D. E. (2006). An Investigation of Perceived Justices and Costumer Satisfation. In J. S. Chen, *Advances in Hospitality and Leisure*. Bloomington: Indiana University.
- Shrivastava, A. (2004). *Agriculture and Food*. New Delhi: A.P.H. Publishing Corporation.
- Silva, S. (2013). *Plano de Marketing para um produto ou serviço turístico: Hotel Figueiredo's*. Peniche.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Londres: Biddles Ltd, Guilford and King's Lynn.
- Tourism Australia. (2015). *Benefits Of Being Sustainable*. Obtido em 16 de Setembro de 2015, de Tourism Australia: <http://www.tourism.australia.com/industry-advice/what-are-the-benefits-of-being-sustainable.aspx>
- Tourism will never be completely sustainable as every industry has impacts, but it can work towards becoming more sustainable*. (2014). Obtido em 21 de Julho de 2015, de Sustaining Tourism: <http://www.sustainabletourism.net/>
- Turismo de Portugal. (Dezembro de 2014). Flash Regional, Dezembro 2014. Lisboa. Lisboa.
- Turismo de Portugal. (Julho de 2015). *Resultados 1º semestre 2015*. Obtido em 14 de Setembro de 2015, de <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%AAdsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/osresultadosdoturismo/Anexos/Resultados%201.%C2%BA%20semestre%202015.pdf>
- Turismo de Portugal. (7 de Abril de 2015). Turismo 2020, Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal. Albufeira.
- UNWTO. (2004). *Global Code of Ethics for Tourism - Article 3*. Obtido em 02 de Agosto de 2015, de Ethics and Social Responsibility: <http://ethics.unwto.org/en/content/global-code-ethics-tourism-article-3>
- UNWTO. (15 de Abril de 2015 a)). Exports from international tourism rise to US\$ 1.5 trillion in 2014. Madrid, Espanha.
- UNWTO. (2015 b)). *Why Tourism?* Obtido em 16 de Julho de 2015, de UNWTO: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>
- UNWTO. (Junho de 2015 c)). World Tourism Barometer. 13.
- Vallero, D. (2014). *Fundamentals of Air Pollution*. Oxford: Elsevier.
- Van Vliet, V. (30 de Setembro de 2014). *Kano model*. Obtido em 05 de Setembro de 2015, de ToolsHero: <http://www.toolshero.com/kano-model/>
- Weaver, D. (2015). Enlightened mass tourism as a "third generation" aspiration for the twenty-first century. In M. Hughes, D. Weaver, & C. Pforr, *The practice of sustainable tourism - Resolving the paradox* (pp. 11-23). Oxon: Routledge.

- Williams, A., & Shaw, G. (1991). *Tourism and Economic Development: Western European Experiences* (2^a ed.). London: Belhaven Press.
- Willing, J. (1995). Wiley.
- Willing, J. T. (1995). *Auditing for Environmental Quality Leadership*. Wiley.
- WTO, & UNEP. (2005). *Making Tourism More Sustainable, A Guide for Policy Makers*.

Apêndices

Apêndice 1: Rótulos identificativos para câmaras frigoríficas no VVP, no âmbito da certificação Food Safety

VILA VITA PARC Callbrado / Verificado	
Cód. Eq. Padrão: D12120262 / CTEM5803/14	
N.º Câmara: 508	
Set Point: 6,0°C	Erro de Indicação:
Validade: de ___/___/___ a ___/___/___	
Responsável:	Mod.10.01

VILA VITA PARC Callbrado / Verificado	
Cód. Eq. Padrão: D12120262 / CTEM5803/14	
N.º Câmara: 509	
Set Point: 2,0°C	Erro de Indicação:
Validade: de ___/___/___ a ___/___/___	
Responsável:	Mod.10.01

Apêndice 2: Cartão DMA





GIVE LIFE TO THE ENVIRONMENT

Tomorrow, 5th June is **World Environment Day**. To mark this day, VILA VITA Parc invites you to join a symbolic activity, where guests are invited to plant a flower.

Meeting point: Get together at 3.30 p.m. by Cave de Vinho (Wine Cellar) in front of the mini golf (spot no. 10 on the resort map).

It's easy to participate! Just bring the attached paper sheet with you!

BELEBEN SIE DIE UMWELT!

Am 5. Juni ist weltweit Tag der Umwelt. Auch wir im VILA VITA Parc werden an diesem Tag ein Zeichen setzen und laden Sie herzlich dazu ein an unserer Aktion „Beleben Sie die Umwelt!“ teilzunehmen, bei der eine Blume gepflanzt wird.

Ablauf: Morgen treffen wir um 15.30 Uhr vor dem Cave de Vinhos (Weinkeller) gegenüber dem Minigolf zusammen (Standort 10 im Resortplan).

Mitmachen ist einfach. Bringen Sie das Beiblatt mit!

DÊ VIDA AO AMBIENTE

Amanhã, dia 5 de Junho é o **Dia Mundial do Ambiente**. Para assinalar o dia, convidamos os nossos hóspedes a participar numa atividade simbólica, que consiste em plantar uma flor.

Ponto de encontro: Pelas 15:30 horas, junto à Cave de Vinhos, frente ao mini golf (ponto de localização nº 10 no mapa do resort).

É fácil participar! Basta trazer consigo a folha anexada!

Apêndice 3: Elementos da recepção a plantarem a folha do DMA



Apêndice 4: Mapas de controlo de resíduos

Mês: MAIO'15

Local: Cozinha Pessoal



Dia	Indiferenciados	Plástico/Metal	Observações
	Recolhas		
1	X X X	X	
2	X X X		
3	X X X		
4	X X X	X	
5	X X X	X X	
6	X X X		
7	X X X	X	
8	X X X X X X X		
9	X X X X	X	
10	X X X X	X X	
11	X X X	X X X	
12	X X X	X X	
13	X X X	X X X	
14	X X X	X X	
15	X X X	X X	
16	X X X	X X X	
17	X X X	X X X X	
18	X X X	X X X	
19	X X X	X X	
20	X X X	X X	
21	X X X	X X	
22	X X X	X X X	
23	X X X	X X	
24	X X X	X X X	
25	X X X	X X	
26	X X X X	X X	
27	X X X	X X X	
28	X X X X	X X X	
29	X X X	X X	
30	X X X	X X	
31			

Responsáveis pela recolha:


Mês: MAIO'15

Local: Cozinha Bela Vita



Dia	Indiferenciados	Plástico/Metal		Observações
	Recolhas			
1	XXXX	X	X	
2	XXXX	X		
3	XXXX	X		
4	XXXX	X	X	
5	XXX	X		
6	XXXX	X	X	
7	XXXX			
8	XXXX	X	X	
9	XXXXX	X	X	
10				
11				
12	XXX	X	X	
13	XXXX	XX	X	
14	XXX	X		
15	XXX	X	X	
16	XXXXX	X		
17	-			
18	-			
19	-			
20	XXX	XX	X	
21	XXX			
22	XXXX	XXX	X	
23	XXX	XX		
24				
25				
26	XXX	X	X	
27	XXXXX	X	X	
28	XXXX		X	
29	XXXX	XX	X	
30	XXXX	X	X	
31				

Responsáveis pela recolha:

CPA

Mês:

Local: Cozinha Pessoal



Dia	Indiferenciado			Plástico/Metal		Observações
	Recolhas previstas (3 caixotes)	Recolhas		Recolhas previstas (1 caixote)	Recolhas	
16	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
17	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
18	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
19	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
20	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
21	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
22	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
23	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
24	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
25	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
26	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
27	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
28	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
29	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
30	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	

Responsáveis pela recolha:

2 de 2

Mês: **Abel**

Local: Cozinha Pessoal



Dia	Indiferenciado			Plástico/Metal		Observações
	Recolhas previstas (3 caixotes)	Recolhas		Recolhas previstas (1 caixote)	Recolhas	
1	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
2	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
3	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
4	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
5	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
6	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
7	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
8	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
9	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
10	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
11	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
12	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
13	3 x/dia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	1 x/dia	<input type="checkbox"/>	
14	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	
15	3 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	1 x/dia	<input checked="" type="checkbox"/>	

Responsáveis pela recolha:

JOAO N. F. 192





1 de 2

Reciclar é... uma questão de hábito!

Idade:	
Género:	

Sabia que...

Uma pessoa ao longo da sua vida produz em média 40.000 kg de lixo, equivalente ao peso de um avião comercial, mas uma só pessoa pode...

-  Reciclar vidro suficiente para fazer 10.000 garrafas de vinho
-  Papel para fazer 85.000 caixas de ovos (para guardar 500.000 ovos)
-  Plástico para fazer uma mangueira de rega do tamanho da ponte sobre o Tejo
-  Metal suficiente para 1.500 rodas de skate

UMA PESSOA! E 10 milhões?

Dados Sociedade Ponto Verde

Em sua casa, faz a separação do lixo? Sim Não

No seu local de trabalho faz a separação do lixo? Sim Não

Caso não, porquê?

- Não existem os contentores apropriados É incómodo

Relativamente ao óleo alimentar, quando está utilizado o que faz?

- Deita pelo lavatório Encaminha para os locais devidos (oleões)

Lembre-se... O Ambiente Agradece!

Apêndice 6: Instrução realizada para identificação de recipiente para velas

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO	Cod.: IT 15
	Florista	Ed.: 01 Data: 02/04/15 Pág: 1 de 1

**Colocar aqui as
VELAS
usadas**



Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

Apêndice 7: Armazenamento de veículos desmantelados para posterior encaminhamento - ALGAR




Apêndice x: Pneus para posterior encaminhamento - ALGAR



Apêndice: Embalagens de plástico antes de ser separadas para a reciclagem - ALGAR



Apêndice 8: Instrução de trabalho realizada no âmbito da certificação Food Safety

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO	Cod.: IT 17
	Mala de Primeiros Socorros	Ed.: 01 Data: 02/04/15 Pág: 1 de 1



EPI's (Equipamento de Proteção Individual):

- Luvas esterilizadas;
- Dispositivo de "respiração boca-a-boca" (opcional).


Material de Desinfecção e Penso:

- Embalagem de compressas de gaze esterilizada individuais;
- Embalagem de compressas de gaze gorda;
- Embalagem de fita adesiva 5x5 hipoalérgico;
- Embalagens de ligadura de algodão não elástica;
- Embalagem pensos rápidos;
- Betadine solução anti-séptica;
- Embalagens de soro fisiológico individuais;
- Embalagem pensos rápidos "gritantes" ou seja muito coloridos;
- Embalagem de algodão hidrófilo;
- Pomada para queimaduras;
- Tesoura;
- Garrote;

Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

Apêndice 9: Instrução ambiental realizada para caixa de sugestões

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO	Cod.: IT 18
	Caixa de Sugestões	Ed.: 01 Data: 13/04/15 Pág: 1 de 1


Partilhe aqui a sua sugestão ambiental de forma a preservar e melhorar o ambiente que nos rodeia.

A sua opinião conta... E o ambiente agradece!

—
Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

Apêndice 10: Instrução para tábuas de corte, realizada no âmbito da certificação Food Safety

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO	Cod.: IT 08
	Tábuas de Corte	Ed.: 01 Data: 07/04/15 Pág: 1 de 1


C R Ú S	CASTANHA	BATATAS, LEGUMES CRÚS (CONSUMIDOS COZINHADOS)
	VERMELHA	CARNE CRUA – VACA, FRANGO, PORCO, BORREGO, PATO, ETC.
	AZUL	PEIXE CRÚ, MARISCOS, MOLUSCOS

C O N F E C I O N A D O S	VERDE	VEGETAIS, SALADAS, FRUTAS (CONSUMIDOS CRÚS)
	AMARELA	BATATAS, LEGUMES CRÚS (CONSUMIDOS COZINHADOS)
	BRANCA	PRODUTOS LÁCTEOS, TRIGO, PÃO, PASTELARIA, QUEIJOS

Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

Apêndice 11: Instrução de trabalho elaborada no âmbito da certificação ECO-HOTEL e Food Safety

	INSTRUÇÃO DE TRABALHO	Cod.: IT 16
	Caixa de arrumação de Equipamento de Proteção Individual	Ed.: 01 Data: 07/04/15 Pág: 1 de 1

|



Esta Caixa de arrumação de Equipamento de Proteção Individual contém:

- 1 Par de óculos de proteção contra salpicos;
- 1 Máscara descartável de proteção de toxicidade nociva sólida, líquida e fumo (FFP2);
- 1 Par de luvas compridas de proteção de produtos químicos;
- 1 Fato de proteção de produtos químicos;
- 1 Protetor auricular.

Para sua SEGURANÇA utilize este material SEMPRE QUE NECESSÁRIO



Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

Monitorização de Recolha de Papel nos Escritórios

Data: _____

Local da Recolha: _____

Responsável pela recolha: _____

Avaliação Global

- Muito Bom (100% do lixo recolhido estava no local indicado)
- Bom (Praticamente todos os resíduos estavam bem separados)
- Suficiente (Maior parte dos resíduos estavam nos locais indicados)
- Mau (Nenhum dos resíduos estava bem separado)

Apêndice 13: Monitorização de recolha de papel nos escritórios







Monitorização de Recolha de Papel nos Escritórios

Meses: **Janeiro e Fevereiro**

Local de Recolha: **Departamento Comercial**

Legenda da Avaliação

-  3 pontos - Muito Bom (100% do lixo recolhido estava no local indicado)
-  2 pontos - Bom (Praticamente todos os resíduos estavam bem separados)
-  1 ponto - Suficiente (Maior parte dos resíduos estavam nos locais indicados)
-  0 pontos - Mau (Nenhum dos resíduos estava bem separado)

	Dia	Avaliação (pontuação)	Responsável pela recolha
J A N E I R O	1		
	3		
	8		
	10		
	15		
	17		
	22		
	24		
29			
F E V E R E I R O	1		
	6		
	8		
	13		
	15		
	20		
	22		
	27		
	29		

Anexos

Anexo 1: Sítio da internet relativo ao SILiAmb



The image shows a screenshot of the SILiAmb website's login page. At the top center is the SILiAmb logo, with the text "Sistema Integrado de Licenciamento do Ambiente" below it. A horizontal line separates the header from the login area. The login area contains the instruction "Introduza o número de identificação fiscal e a password que escolheu quando se registou". Below this are two input fields: "NIF/NIPC" and "Password", followed by an "OK" button. Another horizontal line follows. Below the line is a notice: "O prazo de submissão do MIRR 2014 decorreu de 1 de Janeiro a 31 de Março de 2015." Below this is a link: "Submissão de MIRR 2014 no SILIAMB - Saiba tudo em apomirr.apambiente.pt". A third horizontal line follows. Below the line are two links: "Se ainda não está registado use o [formulário de registo](#)" and "Se já se registou e perdeu a password pode [recuperá-la](#)". At the bottom are three logos: COMPETE, ER (European Regional Development Fund), and the European Union flag.



Questionário de Auditoria
e Auto-Avaliação

ECO-HOTEL
(2014)




Nome da Empresa:

Data:

Para mais informações, consultar o sítio da internet referente: <http://www.tuv.com/>

Anexo 3: Linhas gerais da formação dada aos colaboradores

	PROCEDIMENTO DO SGA	Cod.: SGA 2.001
	Política Ambiental	Revisão: 0 Data: 13/06/14 Pág: 1 de 3

1.0 OBJECTIVO

Estabelecer os procedimentos de revisão, distribuição interna e externa da Política Ambiental.

2.0 ÂMBITO

A Política ambiental declara o comprometimento do Vila Vita Parc em melhorar o ambiente e serve de base ao estabelecimento, implementação e revisão do sistema de gestão ambiental.

3.0 RESPONSABILIDADES

Diretor Geral

O Diretor Geral é responsável por:

- Formular a Política Ambiental;
- Analisar e rever a Política Ambiental anualmente;
- Comunicar a Política Ambiental internamente e para o exterior.

Diretor Comercial

Colaborar com a Direção Geral nas atividades de:

- Colaborar na formulação e revisão da Política Ambiental quando solicitado;
- Distribuir e comunicar a Política Ambiental internamente na área respetiva;
- Comunicar a Política Ambiental para o exterior.

Diretor de Recursos Humanos

- Colaborar na formulação e revisão da Política Ambiental quando solicitado;
- Incluir a declaração da Política Ambiental no Manual de Acolhimento de novos Colaboradores;
- Distribuir e comunicar a Política Ambiental na área respetiva;
- Assegurar que os Colaboradores conhecem a Política Ambiental.

Diretores e Responsáveis pelos Departamentos

- Colaborar na formulação e revisão da Política Ambiental quando solicitados;

Elaborado por: André Matos

Aprovado por: Kurt Gillig

Qualquer impressão / cópia deste documento é considerada não controlada, devendo ser confirmada a sua atualização.

	PROCEDIMENTO DO SGA	Cod.: SGA 2.001
	Política Ambiental	Revisão: 0 Data: 13/06/14 Pág: 2 de 3

- Assegurar que as atividades e os serviços prestado estão em concordância com a Política Ambiental;
- Assegurar que os Colaboradores conhecem a Política Ambiental.

Diretor de Alojamentos

- Colaborar na formulação e revisão da Política Ambiental quando solicitados;
- Assegurar que as atividades e os serviços prestado estão em concordância com a Política Ambiental;
- Assegurar que os Colaboradores conhecem a Política Ambiental;
- "Treinar/Formar" a equipa do Hospitality na explicação da Política Ambiental para que possam dar informações aos Hóspedes sempre que sejam questionadas sobre este assunto.

Diretor de Qualidade e Ambiente

- Colaborar na formulação e revisão da Política Ambiental;
- Distribuir e comunicar a Política Ambiental internamente;
- Distribuir e comunicar a Política Ambiental internamente na área respetiva;
- Assegurar que os Colaboradores conhecem a Política Ambiental;
- Conservar os registos relativos às análises, revisões e distribuição da Política Ambiental.

Hospitality

- Compreender a Política Ambiental e saber comunicá-la aos Hóspedes quando interpelados/questionados.

4.0 PROCEDIMENTO

Distribuição da Política Ambiental


A DG autoriza a distribuição/comunicação da Política Ambiental.

A DQ distribui (distribuição controlada) a Política Ambiental pelos Departamentos e coloca um exemplar da última versão em cada "Notice Board" do Vila Vita Parc.

Elaborado por: André Matos

Aprovado por: Kurt Gillig

Qualquer impressão / cópia deste documento é considerada não controlada, devendo ser confirmada a sua atualização

	PROCEDIMENTO DO SGA	Cod.: SGA 2.001 Revisão: 0 Data: 13/06/14 Pág: 3 de 3
	Política Ambiental	

Os Responsáveis dos Departamentos entregam cópias controladas da Política Ambiental aos respetivos Colaboradores (recolhem os obsoletos) e asseguram-se de que estes a compreendem.

A disponibilização da Política Ambiental para o exterior de Vila Vita Parc é feita pela DQ autorizada pelo DG.

Análise e Revisão da Política Ambiental

A política é revista pela Direção Geral e pela Direção de Qualidade (anualmente) aquando da realização da revisão do sistema de gestão ambiental. A política será revista quando:

- Em resultado das auditorias se constatar que a mesma não cobre todas as atividades, produtos e serviços prestados por Vila Vita;
- Existirem alterações nas atividades, produtos e serviços prestados que justifiquem a revisão;
- Forem identificados aspetos ambientais significativos adicionais.

5.0 DOCUMENTAÇÃO APLICÁVEL

REGISTOS

- *Master* de Distribuição dos Documentos onde consta a Política do Ambiente;
- Protocolos de *Memo* com a distribuição da Política do Ambiente;
- Política do Ambiente obsoleta;
- Atas de Revisão do Sistema.


OUTROS DOCUMENTOS

- Referencial "Eco-Hotel", produzido pela entidade certificadora TÜV Portugal.

Elaborado por: André Matos


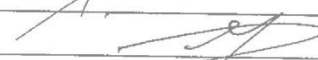
Aprovado por: Kurt Gillig

Qualquer impressão / cópia deste documento é considerada não controlada, devendo ser confirmada a sua atualização

	IMPRESSOS	Cod.: Mod.17.01
	Registo de Formação	Ed.: 01 Data: 27/01/12 Pág: 1 de 1

Designação:	Sensibilização Eco-Hotel		
Data:	10/17/15	Duração:	30 m
Formador(s):			
Teórica <input type="checkbox"/>	Sumário: Dotar os participantes com conhecimentos necessários para apoio na implementação e manutenção do sistema certificação Eco-Hotel. <ul style="list-style-type: none"> • O Conceito Eco-Hotel; • Benefícios do Eco-Hotel; • Os Requisitos Eco-Hotel; • Processo de Certificação Eco-Hotel 		
Prática <input type="checkbox"/>			
Teórica-Prática <input checked="" type="checkbox"/>			

Nome Completo (Maiúsculas)	N.º de Colaborador	Rubrica
Carina de Oliveira Felício Gomes	2139	Carina
Celia Maria C. Fernandes dos Santos	0117	Celia
Anacristina V.S. Gonçalves	592	Ana
Vitoris Martins	323	Vitoris
Fernando Silva	2189	Fernando
Fernanda Rio	1055	Fernanda
Andre Rocha	3020	Andre
Sara Afonso	3624	Sara
Helder Fernandes	51	Helder
Silvia Cardoso	911	Silvia
Felipe Soares	89	Felipe
Heleno Quelidra	95	Heleno
Nuno Silva	3001	Nuno
Styry Castano	159	Styry

Formador		Data:	12/01/15
Responsável		Data:	12/01/15

Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

	IMPRESSOS	Cod.: Mod.17.01
	Registo de Formação	Ed.: 01 Data: 27/01/12 Pág: 1 de 1

Designação:	Sensibilização Eco-Hotel		
Data:	13/04/2015	Duração:	30m
Formador(s):			
Teórica <input type="checkbox"/>	Sumário: Dotar os participantes com conhecimentos necessários para apoio na implementação e manutenção do sistema certificação Eco-Hotel. <ul style="list-style-type: none"> • O Conceito Eco-Hotel; • Benefícios do Eco-Hotel; • Os Requisitos Eco-Hotel; • Processo de Certificação Eco-Hotel 		
Prática <input type="checkbox"/>			
Teórica-Prática <input checked="" type="checkbox"/>			

Nome Completo (Maiúsculas)	N.º de Colaborador	Rubrica
Suzana Sacramento	1328	sfs
Carla Ramos	1920	[Signature]
Claudia Martins	1926	[Signature]
Sofia Marques	3620	[Signature]
Isabela Phillips	3650	[Signature]
Carla Rosário	4151	[Signature]
Sofia Santos	39829	[Signature]
Alta Ramos Nogueira	45	[Signature]
Renno Costa	1717	[Signature]

Formador	[Signature]	Data:	13/04/15
Responsável	[Signature]	Data:	13/04/15

Elaborado: André Matos

Aprovado: Kurt Gillig

Anexo 4: Lista de participantes nas AS teóricas



GUIA DE ATIVIDADES DE EDUCAÇÃO AMBIENTAL



FIGHA DE INSCRIÇÃO
Atividades de Educação Ambiental

Nome da Escola/Instituição: HOTEL VILA VITA PARC
Localidade: FORCHES Tel.: _____ Fax: _____
E-mail: amatos@VILAVITA.PARC.COM

Nome do(a) responsável pela atividade: Amélia Menina Matos
Telemóvel: 968 312 441 E-mail: amatos@VILAVITA.PARC.COM

Data e Horário pretendidos:
Data prevista: 02/03/2015 (TEÓRICA)
Hora prevista de chegada ao local/início da atividade: 14h30
Hora prevista de saída do local/fim da atividade: _____

Ano de escolaridade/Habilitações Literárias: _____
Intervalo de idades: _____ Número de participantes: 14
Número de professores/responsáveis: _____
Número de auxiliares/acompanhantes: _____

Assinale a ação pretendida: Ação de sensibilização para colaboradores

- | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| CEA 1 <input type="checkbox"/> | CEA 2 <input type="checkbox"/> | CEA 3 <input type="checkbox"/> | CEA 4 <input type="checkbox"/> | CEA 5 <input type="checkbox"/> |
| CEA 6 <input type="checkbox"/> | CEA 7 <input type="checkbox"/> | CEA 8 <input type="checkbox"/> | CEA 9 <input type="checkbox"/> | CEA 10 <input type="checkbox"/> |
| CEA 11 <input type="checkbox"/> | CEA 12 <input type="checkbox"/> | CEA 13 <input type="checkbox"/> | CEA 14 <input type="checkbox"/> | ASB <input type="checkbox"/> |
| ASS <input type="checkbox"/> | ET FLO <input type="checkbox"/> | ECTAV <input type="checkbox"/> | AS 1 <input type="checkbox"/> | AS 2 <input type="checkbox"/> |
| AS 3 <input type="checkbox"/> | AS 4 <input type="checkbox"/> | ASEE 1 <input type="checkbox"/> | ASEE 2 <input type="checkbox"/> | VEA <input type="checkbox"/> |

Nota: Para atividades com o Veículo de Educação Ambiental preencher por favor a tabela que se encontra na página seguinte.

IMP 061/06



ALGARVE
GUIA DE
ATIVIDADES DE
EDUCAÇÃO AMBIENTAL



FICHA DE INSCRIÇÃO
Atividades de Educação Ambiental

Nome da Escola/Instituição: Hotel Vila Vita Parc
Localidade: PORCHES Tel.: _____ Fax: _____
E-mail: mmat@v.v.v.parc.com

Nome do(a) responsável pela atividade: Anchi Mónica Mátz
Telemóvel: 968312441 E-mail: mmat@v.v.v.parc.com

Data e Horário pretendidos:
Data prevista: 05/03/2015
Hora prevista de chegada ao local/início da atividade: 14h30
Hora prevista de saída do local/fim da atividade: _____

Ano de escolaridade/Habilitações Literárias: _____
Intervalo de idades: _____ Número de participantes: 28
Número de professores/responsáveis: _____
Número de auxiliares/acompanhantes: _____

Assinale a ação pretendida:

CEA 1	<input type="checkbox"/>	CEA 2	<input type="checkbox"/>	CEA 3	<input type="checkbox"/>	CEA 4	<input type="checkbox"/>	CEA 5	<input type="checkbox"/>
CEA 6	<input type="checkbox"/>	CEA 7	<input type="checkbox"/>	CEA 8	<input type="checkbox"/>	CEA 9	<input type="checkbox"/>	CEA 10	<input type="checkbox"/>
CEA 11	<input type="checkbox"/>	CEA 12	<input type="checkbox"/>	CEA 13	<input type="checkbox"/>	CEA 14	<input type="checkbox"/>	ASB	<input checked="" type="checkbox"/>
ASS	<input type="checkbox"/>	ET FLO	<input type="checkbox"/>	ECTAV	<input type="checkbox"/>	AS 1	<input type="checkbox"/>	AS 2	<input type="checkbox"/>
AS 3	<input type="checkbox"/>	AS 4	<input type="checkbox"/>	ASEE 1	<input type="checkbox"/>	ASEE 2	<input type="checkbox"/>	VEA	<input type="checkbox"/>

Nota: Para atividades com o Veículo de Educação Ambiental preencher por favor a tabela que se encontra na página seguinte.

IMP 061/06



Folha de Presenças


Designação da Ação de Formação: Gen. L. Acad. Vis Alim/Ref. Ação n.º 7
Data: 23/15 Local da Formação: Hotel Vila Vita N.º Horas: 2,5
Destinatários: Grandes Produções (adultos)
Formador: Jana Bastardinho

Formandos:


NOME	ASSINATURA
Celia M.C. Fernandes dos Santos	
Ana Roman Navarro	
Diana Gentil Tomon Perdigão	
Milagrides L. Pereira	
Caetano Miguel Floriano Andrade	
Vitor José RODRIGUES LEONS	
Angélica Salgado	
Linda Andreia Marques	
Alfredo Figueiredo	
João Pedro Silva	
JÁNIO JOÃO CAVALCANTE	
Diogo Monteiro	
Margarida Ramos	
SARA VERISSIMO	
Amélia Mónica Mats	

Assinatura do Formador:

Anexo 5: Lista de participantes na AS prática - ALGAR



ALGAR
GUIA DE
ATIVIDADES DE
EDUCAÇÃO AMBIENTAL



FICHA DE INSCRIÇÃO

Atividades de Educação Ambiental

Anexo

A preencher pelo Visitantes:

Nome da Escola/ Instituição: SILA LITA PARC
 Nome das Pessoa(s) responsável(eis) pelos visitantes: Amil Mts

Nome dos Visitantes	
1. José Gonçalves	16. Cláudio Felix
2. Francisco Major	17. Diana Ferdigão
3. Amil Mts	18. Pen H.F. Casalva
4. N/A	19. Margarida Leite Pereira
5. Chamusca Brames	20. Bent. Roberto
6. Ana Paula Soares	21. Dinis Silva
7. Clara Bela Cavaco	22.
8. António	23.
9. Diogo Monteiro	24.
10. Rita Silva	25.
11. Stanislava Hadobrieva	26.
12. Margarida Ramos	27.
13. João João Cavalcanti	28.
14. Sara Afonso	29.
15. Mariana Rodrigues	30.

A preencher pela Algar:

Instalação visitada: ASB Data: 5/3/15
 Hora de Entrada: 14:45m / Hora de Saída: 16:40m Conferido por: VB



ALGAR
 GUIA DE
 ATIVIDADES DE
EDUCAÇÃO AMBIENTAL



FICHA DE INSCRIÇÃO
 Atividades de Educação Ambiental

Nome da Escola/Instituição: HOTEL VILA VITA PARC
 Localidade: PORCHES Tel.: _____ Fax: _____
 E-mail: anna@vildavita.parc.com

Nome do(a) responsável pela atividade: Amélia Memória Matos
 Telemóvel: 268 362 441 E-mail: anna@vildavita.parc.com

Data e Horário pretendidos:
 Data prevista: 03/03/2015 (TEÓRICA)
 Hora prevista de chegada ao local/início da atividade: 14h30
 Hora prevista de saída do local/fim da atividade: _____

Ano de escolaridade/Habilitações Literárias: _____
 Intervalo de idades: _____ Número de participantes: 14
 Número de professores/responsáveis: _____
 Número de auxiliares/acompanhantes: _____

Assinale a ação pretendida: AÇÃO DE sensibilização para colaboradores.

- | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| CEA 1 <input type="checkbox"/> | CEA 2 <input type="checkbox"/> | CEA 3 <input type="checkbox"/> | CEA 4 <input type="checkbox"/> | CEA 5 <input type="checkbox"/> |
| CEA 6 <input type="checkbox"/> | CEA 7 <input type="checkbox"/> | CEA 8 <input type="checkbox"/> | CEA 9 <input type="checkbox"/> | CEA 10 <input type="checkbox"/> |
| CEA 11 <input type="checkbox"/> | CEA 12 <input type="checkbox"/> | CEA 13 <input type="checkbox"/> | CEA 14 <input type="checkbox"/> | ASB <input type="checkbox"/> |
| ASS <input type="checkbox"/> | ET FLO <input type="checkbox"/> | ECTAV <input type="checkbox"/> | AS 1 <input type="checkbox"/> | AS 2 <input type="checkbox"/> |
| AS 3 <input type="checkbox"/> | AS 4 <input type="checkbox"/> | ASEE 1 <input type="checkbox"/> | ASEE 2 <input type="checkbox"/> | VEA <input type="checkbox"/> |

Nota: Para atividades com o Veículo de Educação Ambiental preencher por favor a tabela que se encontra na página seguinte.

IMP 061/06



Folha de Presenças

Designação da Ação de Formação: Reunio Acidental Hpt Ref. Ação n.º 7
Data: 2/3/15 Local da Formação: Hotel V/P. N.º Horas: 2,5
Destinatários: Alunos Praticos (Aptos)
Formador: Ana Estrela

Formandos:

NOME	ASSINATURA
Miana Rodrigues	Miana Rodrigues
Cláudio Félix	Cláudio Félix
Dino Correia	Dino
Nuno Pereira	Nuno
Bento Castro	Bento
José Rodrigues	José
Paulo Sérgio	Paulo
Spda Gagan J. Dain	Spda
Dionísio Monteiro	Dionísio
Paulo do Rosário Seadeira	Paulo
Francisco Fragoso	Francisco
Vicente Vitor	Vicente

Assinatura do Formador: _____

Anexo 7: Folheto disponibilizado pela ALGAR na AS



ATENÇÃO

Coloque os pacotes de leite e bebidas (ECAL*) no **Ecoponto Amarelo**
*embalagens de cartão para alimentos líquidos

O Ambiente agradece



Linha Verde: 800 203 251



Ecoponto Amarelo embalagens, plásticos e metal:

Plástico

Depositar:

Garrafas, garrações, frascos de:
Água, sumos e refrigerantes
Detergentes e produtos de higiene
Óleos alimentares e vinagre
Sacos de plástico e estereovite
Pacotes de leite e bebidas (ECAL - embalagens
de cartão para alimentos líquidos)
Embalagens de iogurte, arroz, bolachas ...
Embalagens de plástico variadas

Não depositar:

Embalagens de produtos tóxicos ou perigosos

Metal

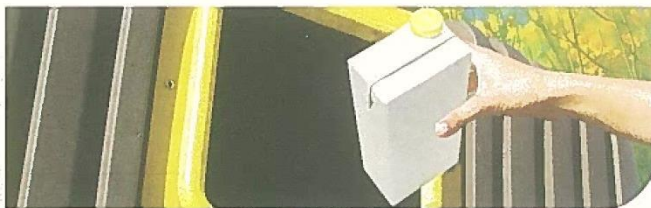
Depositar:

Latas de bebida e conserva
Tabuleiros de alumínio
Aerossóis vazios
Metalizados

Não depositar:

Electrodomésticos
Pilhas e baterias
Tachos, panelas, talheres, ferramentas, etc

O que separar



Ecoponto Verde embalagens vidro:

Depositar:

Embalagens de vidro:
Garrafas, Garrações, Frascos
e Bóides

Não Depositar:

Loiças e cerâmicas
Materiais de construção civil
Vidro farmacêutico
Janelas, vidraças, pára-brisas,
espelhos, etc.
Lâmpadas
Tampas e rolhas

Ecoponto Azul papel e cartão:

Depositar:

Embalagens de cartão (ex: caixas de cereais
electrodomésticos, etc.)
Sacos de papel e papel de escrita
Papel de embrulho, jornais e revistas

Não depositar:

Embalagens de cartão com gordura
(ex: caixas de pizza)
Sacos de cimento
Embalagens de produtos químicos
Papel de alumínio e autocolante
Papel de cozinha, guardanapos e lenços de papel
Toalhetes e fraldas

Anexo 8: Valor do retorno das pilhas encaminhadas



Tabela de Ecovalores

Pilhas e Acumuladores Portáteis e Industriais	€/Kg
Alcalinas	0,36
Zinco	0,39
Lítio e outras	0,70
Botão	0,70
NiMH	0,29
NiCd	0,29
lões de Lítio	0,19
Chumbo Ácido	0,019

Anexo 9: Certificação ECO-HOTEL

O Organismo de Certificação TÜV Rheinland Portugal

Certifica que a empresa




Vila Vita Parc Resort & Spa
Rua Anneliese Pohl, Alporchinhos
8400 – 450 Porches, Algarve

Satisfaz os requisitos especificados no Sistema Eco-Hotel,
através de uma auditoria com o relatório n° 002 03 043 em 16/04/2015
verificou-se o cumprimento dos requisitos referidos.

N° de registo do certificado **002 03 043**
Este certificado é válido até **Abril de 2018**



Lisboa, 30-04-2015
Local, Data


António Silva
Business Stream Manager Systems,
TÜV Rheinland Portugal, Lda.
Rua Dr. Ant.º Loureiro Borges, 9 3º
1495-131 Algés

www.tuv.com

 **TÜVRheinland®**
Precisely Right.

Anexo 10: Certificação Food Safety

O Organismo de Certificação TÜV Rheinland Portugal

Certifica que a empresa




Vila Vita Parc Resort & Spa
Rua Anneliese Pohl, Alporchinhos
8400 – 450 Porches, Algarve

Satisfaz os requisitos especificados no Sistema Food Safety,
através de uma auditoria com o relatório nº 004 07 015 em 16/04/2015
verificou-se o cumprimento dos requisitos referidos.

Nº de registo do certificado **004 07 015**
Este certificado é válido até **Abril de 2018**



Lisboa, 30-04-2015
Local, Data


António Silva
Business Stream Manager Systems,
TÜV Rheinland Portugal, Lda.
Rua Dr. Ant.º Loureiro Borges, 9 3º
1495-131 Algés

www.tuv.com

 **TÜVRheinland®**
Precisely Right.

Anexo 11: Printscreen do sítio da internet do vvp, referente ao turismo sustentável (criado aquando da certificação ECO-HOTEL

The screenshot shows the website for VILA VITA Parc Algarve. The header includes the logo, a home icon, navigation links for Alojamento, Gastronomia, Experiências, Eventos, Destino, and Ofertas, a search icon, and a 'Reserve já' button. The main content area is titled 'Turismo Sustentável' and contains several paragraphs of text describing the hotel's commitment to sustainability, including details about local products, organic food, and ethical practices.

VILA VITA Parc
Algarve

Alojamento Gastronomia Experiências Eventos Destino Ofertas

Reserve já

Sobre Nós

- História
- Turismo Sustentável**
- Emprego
- Comunicação
- Prémios & Nomeações
- Publicações
- Galeria
- Contacto
- VILA VITA Hotels

Turismo Sustentável

O VILA VITA Parc orgulha-se de promover uma filosofia de turismo sustentável, encorajando parcerias com artesãos e empresas locais.

Sejam os lençóis de linho de fabrico artesanal nos quartos, as toalhas nas casas de banho, o gel de banho da Claus Porto ou a cerâmica artesanal local de Porches, promovemos e encorajamos o uso de artesanato local e produtos da região, que providenciam ao VILA VITA Parc a sua identidade portuguesa e que os nossos hóspedes tão bem conhecem.

Como parte da nossa política de sustentabilidade, criámos os Snacks e Bebidas Saudáveis VILA VITA: barras energéticas caseiras, pratos vegan e gluten-free, e ainda sumos nutritivos, cujas informações nutricionais e benefícios para o corpo se encontram listadas no menu.

As nossas opções no que diz respeito à alimentação incluem produtos orgânicos vindos diretamente da nossa Herdade dos Grous, no Alentejo. Dali provêm todos os chás, ervas aromáticas, compotas e doces caseiros, azeite, vegetais e fruta que o hotel utiliza, para além dos nossos famosos vinhos.

A Herdade produz também carnes orgânicas, de bovinos, porco e cordeiro. Todo o processo é controlado pelo nosso pessoal na Herdade, desde a criação e pastagem, até ao matadouro.

Após transporte na nossa carrinha frigorífica até ao talho em Porches, o mestre talhante Thomas Weber assume controlo do processo seguinte, assegurando a qualidade do mesmo: a carne é talhada e processada (sem adição de aditivos artificiais, nem conservantes), obtendo-se cortes delicados, salsichas caseiras e chouriças, que são também vendidas ao público.

Todos os produtos provenientes da Herdade dos Grous, incluindo os vinhos, o sumo orgânico de maçãs provenientes dos pomares da companhia, na Áustria, e os cabazes, estão disponíveis no Canto Gourmet do talho em Porches.

Fonte: <http://www.vilavitaparc.com/pt/sobre-nos/turismo-sustentavel.html>