

# Manual de Sustentabilidade

Guia prático de sustentabilidade do  
Alojamento Hoteleiro na região do Alentejo  
e Ribatejo (Lezíria do Tejo)

**Modelar um turismo com passado,  
presente e futuro na Região**

**Deloitte.**



Cofinanciado por:



# Disclaimer

---

A Deloitte colaborou com a Turismo do Alentejo, ERT (adiante também designada por “Turismo do Alentejo e Ribatejo” ou “ERT”) na elaboração deste guia prático de sustentabilidade (adiante designado por “Manual de Sustentabilidade” ou “Manual”), tendo por base os requisitos e critérios do normativo internacional Biosphere Hotel, com o objetivo de capacitar as PME hoteleiras no âmbito do Plano de Ação para a Sustentabilidade do Alojamento Hoteleiro no Alentejo e Ribatejo. Como resultado desta colaboração foi produzido o presente documento cujo âmbito e objetivos são da responsabilidade da Turismo do Alentejo e Ribatejo. É, ainda, da responsabilidade da Turismo do Alentejo e Ribatejo a validação da adequabilidade e suficiência das metodologias e procedimentos adotados pela Deloitte para a concretização dos objetivos e âmbito definidos.

O Manual de Sustentabilidade baseou-se na informação disponibilizada pela Turismo do Alentejo e Ribatejo, pela Biosphere Responsible Tourism - Portugal, bem como em informação de fontes públicas. Toda a informação que nos foi fornecida no decurso do nosso trabalho foi tida como fidedigna e completa pelo que não nos poderemos responsabilizar por eventuais erros ou omissões que a mesma possa conter. Com efeito, o Manual de Sustentabilidade pode incluir afirmações que refletem pressupostos e julgamentos subjetivos. A preparação deste Manual de Sustentabilidade não inclui uma revisão, auditoria ou qualquer outra forma de certificação com o objetivo de expressar uma opinião formal, pelo que a Deloitte não expressa essa opinião.

Consequentemente, a Deloitte assume que os factos e documentos fornecidos são verdadeiros e precisos, sem contudo proceder a qualquer verificação ou confirmação dos mesmos ou assumir qualquer responsabilidade pelas consequências de que os mesmos sejam falsos, incompletos ou desatualizados. A Deloitte, ou colaboradores, não estabelecem qualquer garantia, implícita ou explícita, quanto à correção e integralidade da informação contida neste documento, ou que possa vir a estar disponível através de uma investigação mais aprofundada.

A Deloitte, ou os seus colaboradores, exoneram-se expressamente de toda a responsabilidade relacionada com a informação, com os seus erros e omissões. Nenhuma informação estabelecida ou referida neste estudo, ou outra informação fornecida, quer escrita quer oralmente, forma base para qualquer tipo de obrigação ou garantia.

Acresce que não assumimos qualquer responsabilidade pela atualização dos resultados do nosso trabalho relativamente a acontecimentos, transações, circunstâncias ou alterações de qualquer natureza, atos, opiniões, pressupostos ou situações de que tomemos conhecimento após a data da sua realização.

# Índice

I

## Glossário

## Introdução

O que é a Sustentabilidade?

O turismo sustentável

Sobre este Manual

Certificação Biosphere

1.

## 1. Instrumentos para uma política de turismo sustentável

1.1 Gestão e desempenho do negócio

Segmentação

Marketing digital

Revenue management

1.2 Política de turismo responsável

1.3 Plano de Ação

1.4 Plano de motivação e formação do Staff

1.5 Marketing responsável

2.

## 2. Conservação e melhoria do Património Cultural

2.1 Integração cultural na realidade do Destino

2.2 Participação na preservação dos Recursos Culturais

2.3 Fomento do conhecimento por parte dos visitantes

3.

## 3. Desenvolvimento económico e social do Destino

3.1 Promover o desenvolvimento económico e social da comunidade local

3.2 Atitude responsável com o Staff

4.

## 4. Conservação ambiental

4.1 Proteção da paisagem

4.2 Proteção da biodiversidade

4.3 Proteção dos solos

4.4 Gestão e controlo da energia

4.5 Gestão das águas

4.6 Gestão e controlo dos resíduos

4.7 Gestão e controlo dos consumos

4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas

4.9 Gestão e controlo da poluição sonora

4.10 Gestão e controlo da poluição luminosa

5.

## 5. Satisfação do cliente

5.1 Qualidade do serviço ao cliente

5.2 Segurança do cliente

5.3 Atitude responsável do cliente

5.4 Informação e sensibilização para o Destino

5.5 Acessibilidade universal

6.

## 6. Exemplos de Certificação Biosphere

66

99

“A sustentabilidade é uma questão cada vez mais decisiva para o setor do turismo. O crescimento da população e os escassos recursos irão proporcionar um ambiente de negócios desafiador no qual a sustentabilidade terá de ser incorporada dentro de todas as facetas do setor, em vez de considerada como uma questão independente.

A sustentabilidade é frequentemente entendida como um fator de destaque na tomada de decisão do setor da hotelaria, **contudo não se encontra totalmente incorporada no pensamento empresarial.**

**Como dominar este desafio?** Um primeiro passo é reconhecer a sustentabilidade como uma estratégia de negócio imperativa, o que significa que o CEO e a gestão da empresa, ao invés dos profissionais de *marketing* e comunicação, devem ser os responsáveis por liderar a mudança de paradigma.”

*Citação baseada na divulgação pelo Green Hotelier do “Hospitality Report 2015” da Deloitte*

# Glossário



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<b>Betting &amp; Gaming</b>	<i>Indústria de casinos e casas de apostas</i>
<b>dBa</b>	Decibéis
<b>CAC</b>	Custo de Aquisição de Cliente
<b>CO</b>	Monóxido de Carbono
<b>CO2</b>	Dióxido de carbono
<b>CFC</b>	Clorofluorcarboneto – composto gasoso à base de cloro, fluor e carbono com potencial para destruir a camada de ozono
<b>ERT</b>	Entidade Regional de Turismo
<b>Focus group</b>	Grupo alvo
<b>ILO</b>	<i>International Labour Organization</i> – Organização Internacional do Trabalho
<b>LED</b>	<i>Light Emitting Diode</i> – Díodo emissor de luz
<b>Meetings Industry</b>	Indústria de eventos corporativos
<b>ONG</b>	Organização Não Governamental

<b>ONU</b>	Organização das Nações Unidas
<b>OTA</b>	<i>Online Travel Agents</i> – Agentes de viagens <i>online</i> que incluem plataformas de reserva
<b>PTR</b>	Política de Turismo Responsável
<b>Score (SEO)</b>	Pontuação representativa da relevância de um <i>website</i> no motor de busca em questão
<b>SEO</b>	<i>Search Engine Optimization</i> – Otimização do Motor de Busca
<b>SO2</b>	Dióxido de Enxofre
<b>STR</b>	Sistema de Turismo Responsável
<b>UNWTO</b>	<i>United Nations World Tourism Organization</i> – Organização Mundial do Turismo
<b>Staff</b>	Colaboradores
<b>UE</b>	União Europeia
<b>Wi-Fi</b>	Rede de internet sem fios

# Glossário de infografia



	<b>O que é?</b>	Definição do conceito inerente a cada critério do normativo Biosphere Hotel
	<b>Eixos de atuação</b>	Descrição das linhas orientadoras referentes a determinado critério do normativo Biosphere Hotel
	<b>Vantagens</b>	Resultados favoráveis para a unidade hoteleira resultantes da aplicação do critério do normativo Biosphere Hotel em análise
	<b>Medidas de operacionalização</b>	<i>Checklist</i> de medidas operacionais para a implementação de boas práticas, em linha com os respetivos critérios do normativo Biosphere Hotel
	<b>Exemplo ilustrativo</b>	Exemplos práticos de documentos que deverão ser desenvolvidos pelas unidades de Alojamento Hoteleiro
	<b>Sabia que?</b>	Curiosidades e estatísticas relacionadas com o critério do normativo Biosphere Hotel em análise
	<b>Requisitos Biosphere</b>	Descritivo dos requisitos do normativo Biosphere Hotel que são a base de enquadramento dos critérios da certificação e que deverão ser <b>adotados pelas unidades de Alojamento Hoteleiro</b>



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# Introdução

66  
99

“Nos últimos oito meses, o turismo na região do Alentejo e Ribatejo está a crescer acima de 20%, muito acima da média do País, que também está a crescer.”

*Citação por António Ceia da Silva, Presidente do Turismo do Alentejo e Ribatejo*

# O que é a Sustentabilidade?

66  
99

Desenvolvimento sustentável é o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente **sem comprometer a capacidade das gerações futuras** satisfazerem as suas próprias necessidades.

*Relatório de Brundtland ("Our Common Future"), 1987, adotado pela ONU*



## Os Pilares da Sustentabilidade

Apesar de não existir uma definição universal para o conceito de Sustentabilidade, a que foi adotada pela ONU remete para a **viabilidade dos recursos naturais e dos ecossistemas** ao longo do tempo e à continuidade da **manutenção dos níveis de qualidade de vida** e do **desenvolvimento económico**.

Ainda que o termo "Sustentabilidade" seja comumente interpretado como uma preocupação maioritariamente ambiental, importa realçar que o conceito é mais abrangente baseando-se, essencialmente, em 3 pilares e no equilíbrio entre os mesmos:

### I. Económico

### II. Social

### III. Ambiental



## Vantagens

Para além da responsabilidade corporativa que cada organização deverá ter, existem 4 vantagens diretas de optar por um desenvolvimento mais sustentável:

- 1. Competitividade:** redução de custos, aumento da quota de mercado, posição como pioneiros na inovação;
- 2. Reputação:** valorização da marca pela adoção de processos e oferta de serviços sustentáveis;
- 3. Motivação:** retenção de talento;
- 4. Cooperação:** estreitamento das relações com os vários agentes da sociedade, tal como instituições governamentais, fornecedores, entre outros.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

# O que é a Sustentabilidade?

## I. Económico

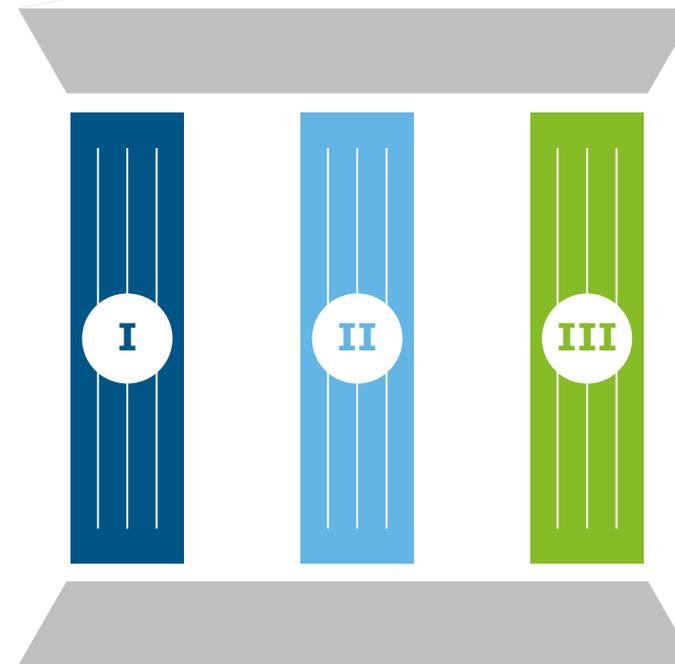
As empresas deverão adotar medidas para aumentar a sua eficiência e rentabilidade de forma a poderem **continuar a operar, gerar emprego** e a **remunerar** adequadamente **o capital investido**. Importa realçar que não é suficiente cumprir este requisito a qualquer custo, não respeitando os outros 2 Pilares (abaixo), pois tais ações poderão comprometer a rentabilidade da organização no longo-prazo.

## II. Social

As empresas deverão respeitar os **direitos humanos**, promover a **igualdade de oportunidades**, tratando de forma justa e honesta não só os seus colaboradores, mas **todos os seus stakeholders**. Cabe a cada organização perceber se a sua cadeia de fornecedores contém irregularidades como sejam funcionários em condições precárias, trabalho infantil, entre outras más práticas sociais. De salientar que faz parte de uma política social sustentável a inclusão e participação nas comunidades em que a empresa se insere, nomeadamente lançando e participando em iniciativas de *fundraising*, patrocínios, bolsas de estudo, entre outras.

## III. Ambiental

As empresas deverão concentrar os seus esforços em **conservar e gerir os recursos naturais, assim como proteção da paisagem e do meio envolvente**. Isso passa por reduzir a sua pegada ecológica, diminuindo as suas emissões de gases poluentes, apostando na reciclagem, no tratamento adequado dos resíduos, reduzindo os seus consumos energéticos e de água, entre outros, e conseqüente alcançando níveis de eficiência com impacto na vertente económica (Pilar I).



*Ao longo do Manual os vários tópicos abordados serão classificados de acordo com a esfera de influência de cada Pilar*

Conseguir **dissociar o crescimento económico da degradação do ambiente**, num contexto de equilíbrio social e de manutenção de índices adequados de qualidade de vida, é o desafio inerente ao conceito de Sustentabilidade. Assim, de forma a alcançar o desenvolvimento sustentável é necessário encontrar um **equilíbrio entre os aspetos Económico, Social e Ambiental** de qualquer atividade empresarial.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

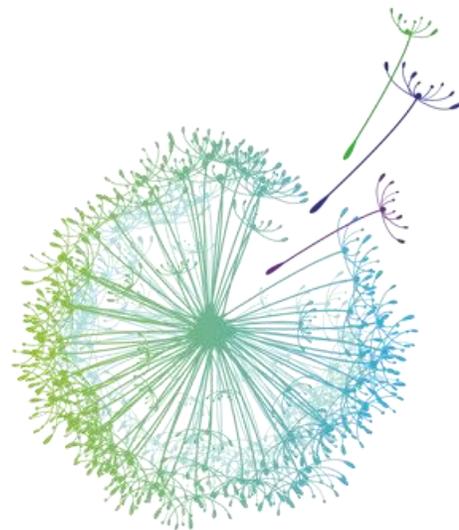
Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação



2017  
INTERNATIONAL YEAR  
OF SUSTAINABLE TOURISM  
FOR DEVELOPMENT

(Clicar no logotipo para ser direcionado para o website)

As tendências orientadas à sustentabilidade já se vinham afirmando há alguns anos, desde as Conferências do Rio de Janeiro ao Acordo de Paris, de tal modo que se tornou uma temática incontornável e ao mesmo tempo uma garantia de futuro. Nesse contexto, a 70ª Assembleia Geral da ONU designou **2017** como o **Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento**.

Esta é uma **oportunidade** para o **setor se reinventar** dado que a globalização trará certamente taxas de crescimento cada vez maiores, mas também mais exigência por parte dos consumidores.



## O que é?

Em 2017 a ONU decidiu promover as seguintes áreas:

- Crescimento económico inclusivo e sustentável;
- Inclusão social, emprego e redução da pobreza;
- Eficiência de recursos, proteção ambiental e alterações climáticas;
- Valores culturais, diversidade e património;
- Compreensão mútua, paz e segurança.

O turismo é uma atividade económica cujo **futuro depende** em grande medida da **reputação criada** ao longo dos anos. Estabelecimentos hoteleiros e destinos que não apostem numa **estratégia de sustentabilidade** poderão ver a sua procura diminuir em detrimento de outros destinos ou competidores locais, dado o **aumento de competitividade** que se tem verificado no setor.



## Sabia que?

**30%** dos serviços exportados a nível global devem-se ao setor do turismo.

**\$1,5 mil milhões** foi o valor das exportações de turismo internacional em 2015.

**10%** do PIB mundial tem origem no setor turismo.

**57%** das chegadas de turistas internacionais em 2030 terá origem em economias emergentes.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação



# Sobre este Manual

## Certificação do setor do Turismo do Alentejo e Ribatejo

Fases do processo



- Avaliação do grau de **alinhamento do subsector do Alojamento Hoteleiro** com as linhas orientadoras do normativo **Biosphere Hotel** (nomeadamente através da análise dos dados obtidos no Questionário de Diagnóstico) e **identificação das melhorias** que poderão ser introduzidas.

- Desenvolvimento de um **Manual de Sustentabilidade**, que será um guia para as unidades de alojamento, autonomamente, poderem desenvolver o seu processo com vista à implementação de boas práticas de sustentabilidade;
- Elaboração de **seminários/workshops** para disseminação do Manual junto das unidades de Alojamento Hoteleiro.

- Reconhecimento do **cumprimento dos critérios do normativo** Biosphere Hotel no subsector do Alojamento Hoteleiro da Região.



### Manual de Sustentabilidade

#### Qual é a finalidade do Manual?

Divulgação do normativo de Turismo Sustentável Biosphere Hotel com especial enfoque no cruzamento com as linhas de ação previstas no "Plano de Ação para a Sustentabilidade do Alojamento Hoteleiro".

**Potenciar** o processo de **certificação do subsector do Alojamento Hoteleiro**, que constituirá a base para a posterior **Certificação do Destino Turístico Alentejo e Ribatejo** (Lezíria do Tejo).

#### A quem se destina?

Entidades do setor do turismo, nomeadamente as **Unidades de Alojamento Hoteleiro** da **NUTS II Alentejo** (adiante também designada "Região" ou "Destino").



### Vantagens

- ✓ Capacitar as PME hoteleiras para a **implementação do normativo** de turismo sustentável Biosphere Hotel;
- ✓ Ser um **instrumento operacional** que ajuda a capacitar as PME gestoras de unidades de alojamento da Região para a implementação de boas práticas de sustentabilidade, promovendo as competências empresariais necessárias à implementação de políticas e práticas que permitam alcançar essa Certificação.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# Certificação Biosphere



## Princípios internacionais

A Organização Mundial do Turismo (OMT, UNWTO) definiu os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que em conjunto com a Carta Mundial do Turismo Sustentável da UNESCO, definem os padrões nos quais se baseia o Sistema de Turismo Responsável (STR).



RESPONSIBLE TOURISM INSTITUTE

## Organização responsável

O *Responsible Tourism Institute* (Instituto de Turismo Responsável, o primeiro a ser reconhecido e acreditado pelo Global Sustainable Tourism Council) é uma das organizações responsável pela promoção dos princípios da Carta Mundial do Turismo Sustentável do STR, tendo estabelecido um memorando com a UNWTO para o efeito.



## Entidade certificadora

A *Biosphere Responsible Tourism* atribui e reconhece as certificações de acordo com os requisitos do STR, tendo surgido como um método para estabelecer critérios que garantam que as entidades do setor do turismo estão em concordância com os referenciais do *Responsible Tourism Institute*.

Neste Manual referimo-nos aos requisitos do normativo Biosphere Hotel.

### Normativo Biosphere Hotel (Requisitos e Critérios)

#### 1. Instrumentos para uma política de turismo sustentável

- 1.1 Gestão e desempenho do negócio
- 1.2 Política de turismo responsável
- 1.3 Plano de Ação
- 1.4 Plano de motivação e formação do *staff*
- 1.5 Marketing responsável
- 1.6 Requisitos legais e regulatórios (\*)
- 1.7 Ações corretivas (\*)

#### 2. Conservação e Melhoria do Património Cultural

- 2.1 Integração cultural na realidade do destino
- 2.2 Participação na preservação dos Recursos Culturais
- 2.3 Fomento do conhecimento por parte dos visitantes

#### 3. Desenvolvimento Económico e Social do Destino

- 3.1 Promover o desenvolvimento económico e social da comunidade local
- 3.2 Atitude responsável com o *staff*

#### 4. Conservação Ambiental

- 4.1 Proteção da paisagem
- 4.2 Proteção da biodiversidade
- 4.3 Proteção dos solos
- 4.4 Gestão e controlo da energia
- 4.5 Gestão das águas
- 4.6 Gestão e controlo dos resíduos
- 4.7 Gestão e controlo dos consumos
- 4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas
- 4.9 Gestão e controlo da poluição sonora
- 4.10 Gestão e controlo da poluição luminosa

#### 5. Satisfação do cliente

- 5.1 Qualidade do serviço ao cliente
- 5.2 Segurança do cliente
- 5.3 Atitude responsável do cliente
- 5.4 Informação e sensibilização para o destino
- 5.5 Acessibilidade universal

(\*) Não abordados no âmbito deste Manual



## Sabia que?

A região do Alentejo e Ribatejo é o **primeiro Destino** em Portugal a propor-se à Certificação Biosphere.

De acordo com a *Biosphere Responsible Tourism* existem apenas **16 destinos certificados** e 9 em processo de certificação, a nível global.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1. Instrumentos para uma política de turismo sustentável

66  
99

“[As ferramentas de] *revenue management* têm contribuído com milhões para os nossos resultados e tem educado os nossos colaboradores a gerir os nossos negócios com mais eficiência. Quando nos concentramos nos resultados operacionais, a empresa cresce.”

*Citação por Bill Marriott Jr., Presidente e CEO do Marriott International*

# 1. Instrumentos para uma política de turismo sustentável



De forma a implementar os Pilares da Sustentabilidade – e o cumprimento dos requisitos do normativo Biosphere Hotel – a gestão das unidades de Alojamento Hoteleiro deverá contemplar os seguintes instrumentos ...

Critérios Biosphere

1.1

## Gestão e desempenho do negócio

Ferramentas para uma boa gestão do negócio

1.2

## Política de turismo responsável

Compromisso do hotel com o desenvolvimento sustentável

1.3

## Plano de Ação

Delineação das ações que serão estipuladas para atingir o compromisso da política de sustentabilidade

1.4

## Plano de motivação e formação do Staff

Como motivar o *Staff*, nomeadamente para adotar medidas de sustentabilidade

1.5

## Marketing responsável

Medidas para garantir a correta comunicação do estabelecimento hoteleiro com o potencial cliente

... assentes na Visão, Missão e Valores que conduzirão à concretização de todas as ações e boas práticas de turismo sustentável, que enriquecerão a experiência de sustentabilidade dos visitantes no território e reforçarão o posicionamento do Alentejo e Ribatejo enquanto Destino Certificado.

## — Visão —

Pretendemos reinventarmo-nos e transformar o Alentejo e Ribatejo (Lezíria do Tejo) no **primeiro Destino nacional com certificação Biosphere**

## — Missão —

Tornar o Alentejo e Ribatejo (Lezíria do Tejo) um **Destino sustentável**, tendo em consideração os 3 Pilares da Sustentabilidade e assegurando que os agentes da cadeia de valor absorvem e transmitem, no seu dia-a-dia, aos seus *stakeholders* o reflexo dos seus padrões de sustentabilidade

## — Valores —

### 1. Sustentabilidade

Nos pilares Económico, Social e Ambiental

### 2. Respeito

Por aquilo que é o Destino, pelos nossos *stakeholders* e visitantes

### 3. Inclusão

No património e comunidades locais de modo a prosperarmos em conjunto



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

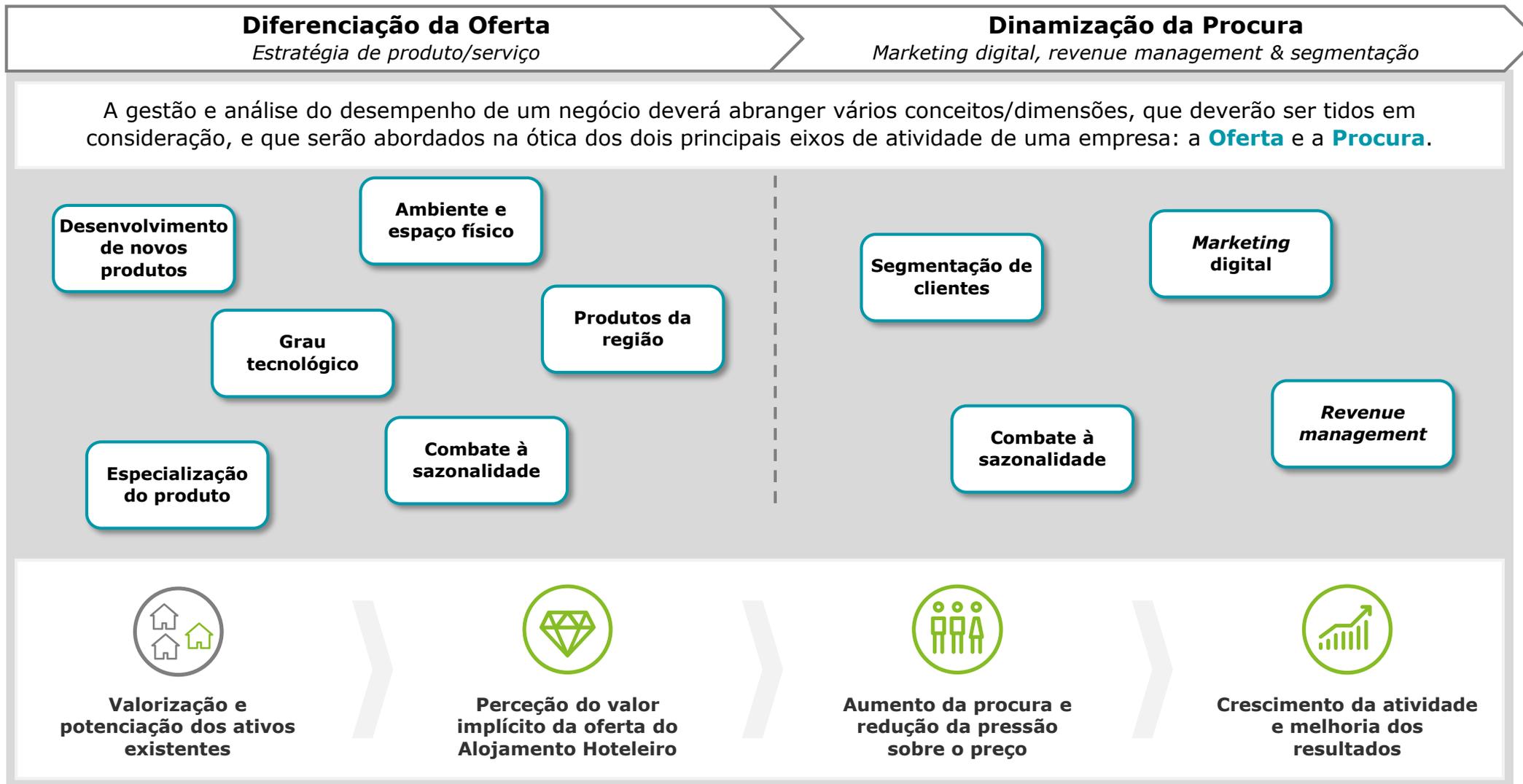
5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### O que é?

Uma **estratégia de diferenciação** exige a criação de um produto ou serviço com **atributos suficientemente distintivos** que diferenciem uma empresa face à concorrência. A **identidade** de **cada unidade** de Alojamento Hoteleiro (adiante também designado “estabelecimento” ou “unidade”) deverá ser construída de forma a proporcionar esta diferenciação da oferta.

No momento de escolher um estabelecimento o potencial cliente irá, tipicamente, incidir o seu foco sobre os seguintes patamares:



Não só o Destino onde o estabelecimento se insere é um fator diferenciador, mas também os produtos e/ou serviços oferecidos pela unidade hoteleira. Desta forma, o estabelecimento poderá **diferenciar a sua oferta** essencialmente das seguintes formas:

### 1 Especialização do produto/serviço

Adaptação constante do produto/serviço do estabelecimento de forma a que a oferta permita um maior valor acrescentado ao cliente, respondendo cada vez melhor às necessidades e interesses do segmento-alvo (v.p.f. página 20).

### 2 Desenvolvimento de novos produtos/serviços

Desenvolvimento de novos produtos/serviços com base em *feedback* de clientes, colaboradores e outros *stakeholders* de forma a manter a oferta a par das tendências de mercado e novas preferências dos clientes.

### 3 Alinhamento com os produtos/serviços da Região

Oferta de produtos e serviços da Região, seja com base em parcerias, seja com contratos de fornecimento, de forma a capitalizar o valor do Destino e acentuando o mesmo na oferta do hotel (incluindo produtos promovidos pela ERT).

### 4 Espaço físico e tecnologia

Oferta de Wi-Fi, computadores, *tablets*, *smatphones*, *video-on-demand*, consolas de jogos ou outros dispositivos digitais para acesso livre e ilimitado à internet. Aposta em oferta de outras valências alternativas – após análise de custo-benefício e estudo de mercado – como spa, jacuzzi, piscina (caso não disponham) e auditórios equipados com projetores e colunas para organização de eventos corporativos.

### 5 Combate à sazonalidade

Oferta de promoções e pacotes especiais, nomeadamente através de parcerias, durante a *off-season*, para segmentos alternativos como clientes corporativos, casais sem filhos, associações de reformados e similares. Como medida de último recurso, após um análise holística de custo-benefício, poderá ser contemplado o possível encerramento do estabelecimento durante um período de tempo predefinido.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### Eixos de atuação

#### A Reflexão estratégica

- Identificação e análise das valências da Região (nomeadamente do Património Cultural);
- Entendimento das motivações que levam os turistas a deslocarem-se à Região;
- Identificação e análise da concorrência (tipologia e tipo de oferta).

#### B Posicionamento

- Definição da estratégia de diferenciação de forma a acentuar (positivamente) a identidade da unidade hoteleira, nomeadamente através da especialização e desenvolvimento de novos serviços/produtos (em linha com as novas tendências de mercado e com o Destino).

#### C Capacitação do espaço físico

- Disponibilização de valências adequadas aos segmentos com que já trabalham ou pretendem vir a trabalhar, nomeadamente espaços para crianças, zonas para adultos, acesso a spa, piscina e auditórios.

#### D Parcerias

- Fomento de parcerias com agentes locais (fornecedores, promotores, restaurantes, etc.) de forma a uniformizar a oferta da Região e capitalizar as mais-valias do Destino turístico.



### Vantagens

- ✓ Atrair novos clientes pela identidade do estabelecimento;
- ✓ Aumentar a heterogeneidade da oferta turística da Região;
- ✓ Maior integração da oferta com a Região;
- ✓ Aumentar o valor acrescentado pela unidade e conseqüente incremento da facilidade em cobrar preços mais elevados sem deterioração do nível da lotação;
- ✓ Reduzir da sazonalidade;
- ✓ Aumentar a satisfação do cliente.



### Sabia que?

A diferenciação da oferta é um pilar necessário para **fazer face à competitividade** das unidades hoteleiras **individual e conjunta** (i.e. enquanto empresa e Destino/Região, respetivamente).

Esta diferenciação dificulta a entrada de novos *players* e **removerá a pressão no preço**, já que o foco será na "qualidade da oferta".



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Diferenciação da Oferta	<input type="checkbox"/> <b>Metodologias de desenvolvimento</b> Utilizar ferramentas e definir políticas de desenvolvimento de produto, de modo a que o estabelecimento esteja sempre a par das novas tendências de mercado	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Validar a criação de novos produtos</b> Implementar novos produtos numa menor escala ( <i>focus groups</i> ), e em caso de sucesso alargar a oferta à generalidade dos clientes, divulgando-a adequadamente	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Especializar o produto de acordo com as tendências de mercado</b> Especializar o produto de acordo com as novas tendências de mercado, sejam elas motivadas pelos concorrentes do estabelecimento, pelas alterações nos padrões de consumo, pelo setor do turismo como um todo ou pelas condições macroeconómicas. Criar várias versões diferentes deste mesmo produto/serviço para cada tipo de cliente (e.g. pacotes <i>business</i> que incluem suite, meia pensão e serviços de spa; pacotes fim-de-semana), otimizando a experiência de cada hóspede	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Especializar o produto de acordo com a Região</b> Especializar o produto de acordo com a Região oferecendo pacotes que contemplem um maior grau de integração com o Destino (e.g. pacotes com <i>tours</i> incluídos; pacotes com refeições incluídas em restaurante típicos da Região; oferta de cabazes com produtos locais). Toda a oferta deverá enriquecer e diferenciar a vivência que o turista tem no Destino	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Integração digital</b> Integrar a rede de Wi-Fi e todo o processo de check-in de modo a recolher dados e poder tomar decisões/criar produtos mais customizados para os segmentos-alvo	Alta



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



O que é?



A Dinamização da Procura refere-se a iniciativas com o intuito de aumentar os proveitos de uma organização por via do fator **quantidade**, e/ou fator **preço**.

Além da preocupação em atingir taxas de ocupação elevadas e simultaneamente cobrar o preço mais alto possível – de forma a maximizar os proveitos da unidade – é necessário que a Procura seja caracterizada por clientes que:

- i. **Percecionem o valor acrescentado** do estabelecimento (i.e. valor da experiência da estada);
- ii. **Aportem valor no longo prazo** através de recomendações e retorno.

Assim, a estratégia de Dinamização da Procura deve focar-se em **alcançar e comunicar eficazmente** com estes clientes.

Isto passa então pelos seguintes eixos de atuação:

1. **Segmentação**
2. **Marketing digital**
3. **Revenue management**



## Vantagens

- ✓ Comunicar de forma mais eficaz com o segmento escolhido (maior incidência no target);
- ✓ Aumentar o preço médio cobrado por noite (sem hipotecar a taxa de ocupação);
- ✓ Aumentar a taxa de ocupação;
- ✓ Ter acesso a mercados anteriormente não explorados;
- ✓ Reduzir os efeitos da sazonalidade;
- ✓ Poder explorar novos mercados.



## Sabia que?<sup>1</sup>

61% dos alojamentos hoteleiros da região do Alentejo e Ribatejo têm uma estratégia definida para *marketing* digital.

83% dos *websites* têm serviço de reserva disponível.

4 das 23 unidades que responderam ao Diagnóstico utilizam o Booking.com como ferramenta de promoção dos seus produtos *online*.

>90% das unidades de alojamento hoteleiro dispõem de página de *Facebook*.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Dados do Diagnóstico de Sustentabilidade Subsetor do Alojamento Hoteleiro NUTS II Alentejo

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



Eixos de atuação

1. Segmentação

2. Marketing digital

3. Revenue management

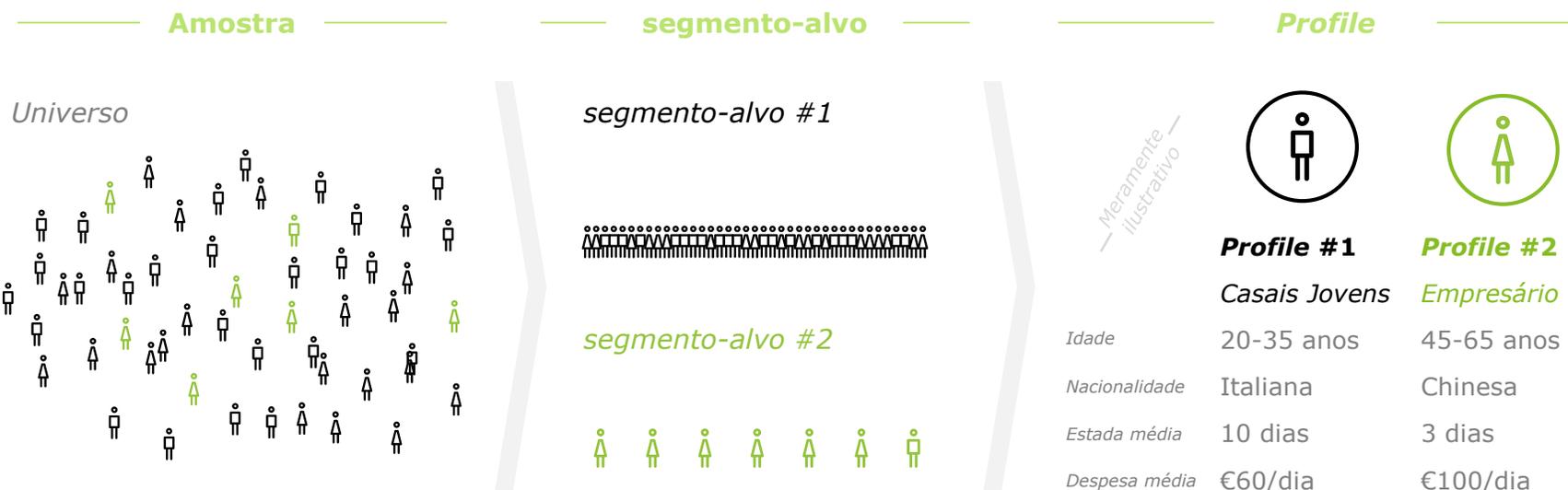
## Segmentação

De modo a dinamizar a procura é necessário saber a **quem deve ser dirigida** a comunicação e as estratégias de *marketing*.

Nesse sentido, segmentar implica identificar entre todos os potenciais clientes, o grupo cujas preferências se alinham mais com o produto que a unidade hoteleira oferece ou estará disposta a oferecer: **segmento-alvo**.

Após a definição do segmento-alvo, torna-se necessário afunilar a análise e passar à descrição do **profile** de cliente de forma a adaptar melhor a oferta de produto/serviço.

Este processo compreende então as seguintes etapas:



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio

Diferenciação da Oferta  
Estratégia de produto/serviço

Dinamização da Procura  
Marketing digital, revenue management & segmentação

## Eixos de atuação (cont.)

1. Segmentação

2. Marketing digital

3. Revenue management

### Marketing digital

Tendo o **segmento-alvo** definido, é necessário comunicar-lhe a **existência da unidade hoteleira**, o preço praticado, as características da unidade, apresentar a razão para escolher um estabelecimento em detrimento de outro, entre outros.

A **predominância das tecnologias digitais** torna imperativo dar a conhecer a unidade nos diversos meios *online*. São várias as ferramentas de *marketing* digital disponíveis que permitem alcançar este objetivo, cabendo a cada estabelecimento decidir quais as melhores para capturar o seu segmento-alvo. Consideram-se as seguintes como mais relevantes:



- Índice
- Introdução
- 1. Turismo sustentável**
- 2. Património cultural
- 3. Económico & social
- 4. Ambiental
- 5. Cliente
- 6. Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio

## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### Eixos de atuação (cont.)

#### 1. Segmentação

#### 2. Marketing digital

#### 3. Revenue management



### Website

De modo a ter uma presença *online* é indispensável ter um *website* para dar **informações** sobre a unidade de Alojamento Hoteleiro.

Além disso, é uma mais valia um *website* que tenha **serviço de reservas incluído**, isto é, no qual seja possível fazer a reserva de quartos diretamente.

Através de algumas ferramentas de **controlo de tráfego** (e.g. *Google Analytics*), será possível controlar quem visita o *website*, a que horas o faz e o que deverá ser feito de modo a **maximizar a experiência do utilizador** no mesmo.

Importa referir que o objetivo da presença em redes sociais, *Google* e outros motores de busca é conseguir **redirecionar as pessoas** para o **website onde é efetuada a reserva**.

Cada ferramenta deverá ser alvo de um conjunto de ações de modo a tornar eficiente a utilização da mesma, havendo várias **formas de maximizar a presença online**, entre as quais **patrocinar posts** ou **pagar anúncios no Google**.



### Redes Sociais

Permitem que a unidade de alojamento disponha de uma **página web**, capaz de incrementar a sua notoriedade e visibilidade junto dos segmentos-alvo, assim como intermediar a comunicação com os seus clientes.

As publicações realizadas só serão visíveis para quem "gostar" da página da unidade. Contudo, é possível **investir em "patrocínios"** e conseguir que os *posts* alcancem pessoas para além das que gostam da página.

Sempre que for investido algum montante em redes sociais (entenda-se como "patrocínios"), deverá ser **medido o número de reservas diretas** que esse investimento gerou.

O objetivo ultimo da presença nas redes sociais é **redirecionar as pessoas** para o **website da empresa** e dessa forma incrementar a procura pelo estabelecimento.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio

## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### Eixos de atuação (cont.)

1. Segmentação

2. Marketing digital

3. Revenue management



### Plataformas de busca e de reservas especializadas

Existem **plataformas de reserva/Online Travel Agents (OTAs)** que permitem que cada unidade **defina a sua oferta** e que os utilizadores encontrem unidades de alojamento baseadas na localização, preço e características que pretendem.

Dessa forma, quando um utilizador pesquisar por unidades de alojamento, poderá encontrar o estabelecimento e fazer a reserva diretamente.

Exemplo ilustrativo do CAC com um patrocínio



Investimento de 5€ em post/Google Ad



O post/Google Ad atingiu 1.000 pessoas



2 das quais fizeram uma reserva

$$\frac{\text{Icon of money}}{\text{Icon of 2 people}} = \text{€2,50}$$

Representando Custo Aquisição Cliente (CAC) de €2,50



### Google

O *Google* é uma **ferramenta imprescindível** dado ser uma das formas mais eficazes de conseguir **redirecionar** um utilizador **para o website da empresa**.

- **SEO**: é o algoritmo que calcula que *websites* aparecem em primeiro lugar quando algo é pesquisado no motor de busca (cabendo a cada unidade maximizar o "score" no algoritmo);
- **Google Ads (anúncios)**: permite investir montantes de forma a que o estabelecimento apareça nos primeiros lugares da pesquisa sempre que são utilizadas palavras-chave relacionadas.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



## Eixos de atuação (cont.)

1. Segmentação

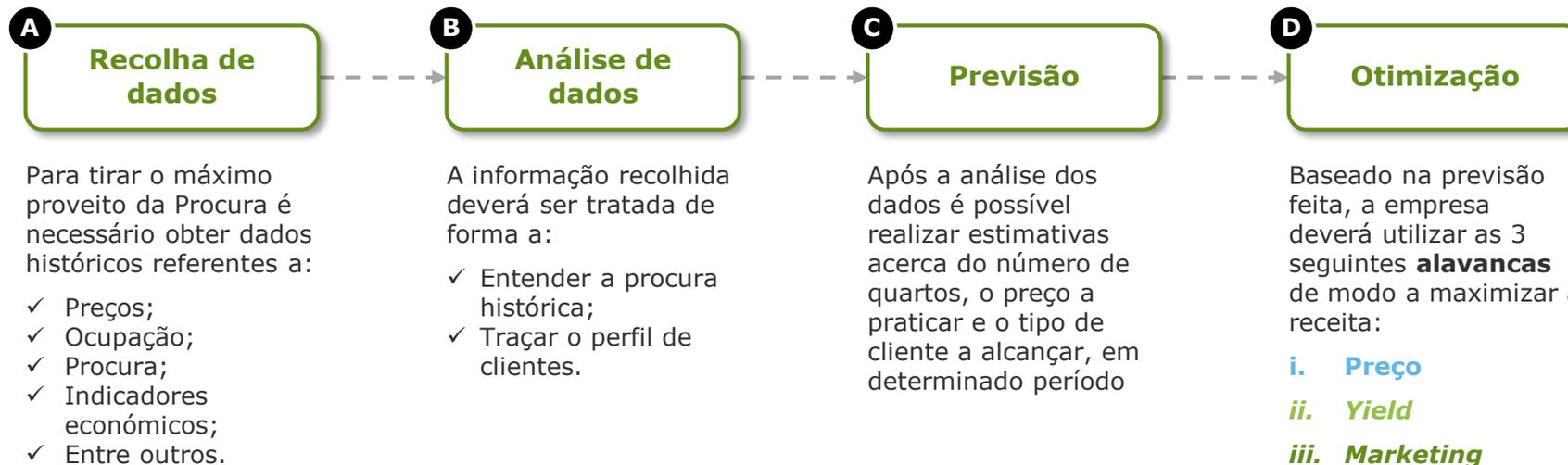
2. Marketing digital

3. Revenue management

### Revenue management

Consiste na recolha e análise de vários tipos de dados de modo a prever o **comportamento do consumidor** e a **maximizar os proveitos** de cada estabelecimento. Desta forma, é possível às unidades de Alojamento Hoteleiro (i) entender qual a capacidade que deve estar instalada e evitar custos relativos a excesso de capacidade (e.g. excesso de colaboradores), (ii) que preço praticar para cada tipo de quarto, a cada momento.

O processo *revenue management* é composto essencialmente pelos seguintes passos:



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio

## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### Eixos de atuação (cont.)

#### 1. Segmentação

#### 2. Marketing digital

#### 3. Revenue management

### Alavancas do estabelecimento

Na ótica do *revenue management* um estabelecimento tem ao seu dispor 3 alavancas que poderá utilizar para otimizar os proveitos. Cada uma delas terá impacto no número de noites vendidas, bem como no tipo de clientes a capturar:

#### i. Preço

A unidade **poderá aumentar** o preço em épocas em que a **procura é maior**. Por outro lado, em alturas em que a **procura** seja mais **reduzida** (por fatores de sazonalidade, por exemplo), poderá **reduzir o preço** cobrado por noite e garantir um maior número de quartos vendidos.

#### ii. Yield

Yield é um termo que se refere a tornar o hotel mais restrito, **focando-se apenas** em **clientes** que **acrescentam mais valor**. Isto pode ser feito, por exemplo, aumentando o número mínimo de noites em cada estada, ou removendo o número de quartos disponíveis em canais onde se encontrem clientes que não pertencem ao segmento pretendido. A **taxa de ocupação**, torna-se também um auxiliar crucial na análise da *yield*, bem como na definição de uma estratégia eficaz de *revenue management*.

#### iii. Marketing

Os efeitos do *marketing* não são sentidos no curto prazo, pelo que a estratégia deverá ser **sustentada em previsões/estimativas** de longo prazo – possíveis através dos sistemas de *revenue management*. Por exemplo, caso seja expectável que dentro de 3 meses se dê uma redução acentuada da procura, deverão ser tomadas medidas no presente para aumentar a procura nessa data.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



## Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

## Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



### Eixos de atuação (cont.)

#### 1. Segmentação

#### Software de revenue management

Desde a análise de dados até à tomada de decisão, o processo “manual” de *revenue management* requer um envolvimento significativo de recursos humanos. Contudo, existe atualmente *software* que auxilia as unidades a implementar estes processos de forma a que sejam automatizados, sem um investimento significativo.

Apresentam-se de seguida alguns exemplos deste tipo de *software*:

- *roomMaster*
- *Hotelogix PMS*
- *MSI CloudPM*
- *OPERA Property Management System (PMS)*
- *eZee Frontdesk*



Preços variam entre €3/mês por quarto, até licenças vitalícias de €3.000€ por hotel

Cada um destas aplicações apresenta preços e características diferentes. Os estabelecimentos deverão analisar quais as vantagens e desvantagens de cada uma destas ferramentas e verificar se se adequam ao seu negócio e necessidades.



#### Sabia que?

O conceito de *revenue management* foi aplicado pela primeira vez na indústria da Aviação.

*A British Airways começou a criar descontos de modo a estimular a compra de lugares que de outra forma ficariam desocupados. Dando um passo à frente, Robert Crandall, CEO da American Airlines, investiu num sistema apelidado de “Yield Management” em que baseado em dados de inventário, maximizava a receita da empresa de aviação.*

#### 3. Revenue management



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



## Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
1. Segmentação	<input type="checkbox"/> <b>Recolha de dados</b> Recolher dados de todos os clientes: nacionalidade; idade; sexo; tipo de turismo; propósito da viagem; atividades realizadas durante a estada; <i>budget</i> diário disponível; critérios da escolha do estabelecimento	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Definição do perfil de cliente</b> Tratar a informação recolhida e perceber qual o tipo de cliente mais regular, traçando um perfil o mais detalhado possível do cliente que representa o(s) segmento(s) alvo do hotel	Média
2. Marketing digital	<input type="checkbox"/> <b>Redes sociais</b> Criar contas em diferentes redes sociais: <i>Facebook; Twitter; Instagram; Pinterest</i> (por exemplo, quando as imagens são muito apelativas), entre outras.	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Redes sociais</b> Publicar <i>posts</i> patrocinados – investindo montantes imateriais (e.g. 5€-10€) – e mensurar o Custo de Aquisição do Cliente (CAC) em cada um deles	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Redes sociais</b> Baseado nos resultados obtidos com os <i>posts</i> patrocinados, investir na rede social que demonstrou ter um CAC mais reduzido	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Google Business</b> Garantir que a informação do estabelecimento na internet é a mais adequada/atualizada (e.g. através de uma pesquisa direta no <i>Google search</i> ) e corrigir caso não seja (e.g. validando morada, contactos)	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



## Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
2. Marketing digital (cont.)	<input type="checkbox"/> <b>Google Ads</b> Investir montantes imateriais (e.g. 5€-10€) e calcular o CAC utilizando <i>Google Ads</i>	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Google Ads</b> Fazer um investimento maior caso o CAC assim o justifique	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>SEO</b> Otimizar o SEO do estabelecimento para as palavras chave pretendidas (e.g. "hotel Alentejo", "hotel Ribatejo")	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Plataformas de reserva, motores de busca e OTAs</b> Criar conta nestas plataformas (e.g. <i>Expedia, Booking, TripAdvisor</i> ) e completar o perfil da empresa o mais possível (e.g. com imagens, distâncias do hotel a pontos de referência)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Website</b> Criar <i>website</i> para o hotel com ou sem serviço de reserva e motor de busca próprio (e implicitamente forma de pagamento <i>online</i> )	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Analytics</b> Utilizar ferramentas como o <i>Google Analytics</i> para melhorar a experiência do utilizador e recolher métricas importantes para a segmentação	Alta

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.1 Gestão e desempenho do negócio



Diferenciação da Oferta

Estratégia de produto/serviço

Dinamização da Procura

Marketing digital, revenue management & segmentação



## Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
3. Revenue management	<b>Utilizar um software de revenue management</b> Utilizar um <i>software</i> de <i>revenue management</i> ou, numa primeira fase, potenciar uma das funcionalidades de <i>back-office</i> da Booking que já permite efetuar parte dessa análise -, de modo maximizar a receita (e automatizar o processo caso este seja atualmente efetuado "manualmente", ou ainda não seja sequer efetuado)	Baixa
	<b>Responsável pelo software</b> Designar um elemento da gestão como responsável pela manutenção e utilização do <i>software</i> , bem como fazendo a ponte com o <i>marketing</i> e as operações	Baixa
	<b>Descontos</b> Oferecer descontos em épocas em que são esperadas menos reservas	Baixa
	<b>Capacidade instalada</b> Ajustar a capacidade instalada àquilo que são as previsões de lotação	Média
	<b>Ajustar o plano de marketing de modo a combater sazonalidade</b> Ajustar o plano de <i>marketing</i> digital às previsões obtidas pelo <i>software</i> (e.g. aumentar o investimento em <i>marketing</i> em época baixa e reduzir em época alta)	Média
	<b>Validar</b> Analisar o custo-benefício de forma a entender se o <i>software</i> adquirido é adequado ao negócio do estabelecimento e se efetivamente proporciona um retorno face ao investimento	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

## 1.2 Política de turismo responsável



### O que é?

A **Política de Turismo Responsável (PTR)**, não é mais que um documento escrito que espelha o compromisso do estabelecimento com os princípios de sustentabilidade, baseado:

- Na adoção dos princípios do **World Charter for Sustainable Tourism** (apresentados na página seguinte e que devem ser rigorosamente seguidos na criação da PTR);
- No compromisso de prevenção de impactos negativos das instalações e atividades, bem como na maximização de impactos positivos;
- No compromisso de melhoramento contínuo em todos os **3 Pilares da Sustentabilidade**;
- No compromisso com a satisfação dos colaboradores e clientes.

O documento deverá estar disponível em Português e traduzido nas línguas dos clientes habituais do estabelecimento, para consulta externa e interna.

Todas as ações ou medidas a desenvolver após a definição da PTR deverão ser absolutamente consistentes com a mesma.

Importa realçar que as políticas e compromissos utilizados poderão e deverão ser utilizados como uma **vantagem competitiva do estabelecimento**, nomeadamente através da sua divulgação.



### Requisitos Biosphere

Todos os estabelecimentos devem criar uma PTR, na qual deverá ser baseado o critério **1.3 Plano de Ação**. O documento deverá:

- Ser aprovado pela gestão do estabelecimento;
- Adoção dos princípios da Carta Mundial do Turismo Sustentável

- Comunicado a todo o *Staff*;
- Comunicado a todas as entidades relacionadas e a sua divulgação incluída no plano de *marketing*.



### Medidas de operacionalização

O documento deverá ser visível e comunicado a todos os interessados – através de email, internet e/ou afixação em local visível do estabelecimento.



A PTR deverá ser um documento simples e breve, num **formato e estrutura de acordo com as características** de cada organização, que subscreva o compromisso anteriormente mencionado.



### Sabia que?

**57%** das unidades de alojamento hoteleiro do Alentejo e Ribatejo que responderam ao questionário que serviu de base para o diagnóstico, não tinham conhecimento da Carta Mundial do Turismo responsável.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

## 1.2 Política de turismo responsável



### WORLD CHARTER FOR SUSTAINABLE TOURISM +20

(Clicar no logotipo para ser direcionado para o documento)

#### Convite para Ação

A PTR deverá ser baseada e focada no documento **World Charter for Sustainable Tourism** (Carta Mundial do Turismo Sustentável), documento que apesar de criado em 1995 foi reiterada a sua validade no **World Summit on Sustainable Tourism** (Espanha, 2015).

Esta política definiu um **conjunto de ações** para diferentes agentes que impactam o turismo.

*Ações resultantes da Carta Mundial do Turismo Sustentável*

Aos agentes da indústria do turismo foi pedido que:

- ✓ Contribuam para a criação, desenvolvimento e implementação de produtos e serviços turísticos sustentáveis, que encorajem respeitosamente o uso do património natural, cultural e intangível, e que transmitam os valores e a identidade do Destino através da experiência turística;
- ✓ Integrem a sustentabilidade em políticas da sua gestão e operações;
- ✓ Encorajem investidores e aumentem o investimento de modo a tornar o setor mais "green";
- ✓ Se envolvam na gestão do Destino e apoiem o bem-estar económico, social e cultural das comunidades locais;
- ✓ Criem capacidade (n.º máximo de camas) em turismo sustentável;
- ✓ Usem a inovação para melhorar a *performance* ambiental e sustentabilidade;
- ✓ Reduzam a geração de resíduos em atividades turísticas através da prevenção, redução, reciclagem e reutilização;
- ✓ Promovam o uso de energias renováveis no Destino, com o objetivo de reduzir a pegada ecológica do setor do turismo;
- ✓ Usem e promovam instrumentos para medir, aumentar e divulgar a oferta de turismo sustentável, através por exemplo de programas de certificação;
- ✓ Informem os consumidores acerca das opções de viajar de forma responsável.

O compromisso da organização para com estes **tópicos** deve **constituir** a base da **PTR**.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.2 Política de turismo responsável



## Exemplo ilustrativo

### Política de Sustentabilidade Alojamento Hoteleiro



1. Contexto do documento
2. Criação de produtos turísticos sustentáveis
3. Integração da sustentabilidade
4. Investimento Green
5. Aumento da capacidade para turismo sustentável
6. Inovação para a sustentabilidade
7. Redução da geração de resíduos – política dos 3R
8. Promoção do turismo sustentável
9. Informação aos investidores



### 1. Contexto do documento

A presente política de sustentabilidade foi criada no âmbito do compromisso do estabelecimento com o desenvolvimento sustentável. Importa referir que todas as políticas visam desenvolver cada um dos 3 Pilares da Sustentabilidade: Económico, Social e Ambiental.

### 2. Criação de produtos turísticos sustentáveis

O compromisso com a sustentabilidade, para além de uma preocupação geral, deverá impactar a criação e desenvolvimento de novos produtos/serviços. Deverá ser feito um esforço para criar produtos baseados nos princípios de sustentabilidade e não apenas minorar os impactos negativos que estes possam ter.

### 3. Integração da sustentabilidade

O estabelecimento compromete-se a que a sua gestão e operações abracem um conjunto de políticas de sustentabilidade. Mais do que a implementação de iniciativas, importa que estas sejam implementadas eficazmente e que seja garantida a continuidade da execução das mesmas.

### 4. Investimento Green

O estabelecimento abraçará uma política de investimento no desenvolvimento sustentável, não só com capital próprio mas também influenciando investidores a adotar medidas “amigas do ambiente”.

Política de Sustentabilidade



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 1.3 Plano de Ação



### O que é?

O **Plano de Ação** é um documento criado com base no critério **1.2 Política de Sustentabilidade** em que são estabelecidas prioridades e objetivos concretos a serem alcançados e que culminem no incremento do nível de sustentabilidade.

Nesse sentido, o Plano de Ação deverá contemplar as medidas definidas como **Medidas de operacionalização** (apresentadas ao longo deste Manual) e deverá, de forma geral, ser baseado nos seguintes passos:



- Criação de uma lista com os objetivos a atingir, bem como tarefas concretas a desempenhar para cada um deles, ordenados por grau de importância;



- Atribuição de responsáveis (pessoa ou equipa) a cada objetivo de forma a garantir a sua implementação;
- Definição dos meios necessários a utilizar para cada objetivo;
- Estabelecimento de deadlines para cada objetivo;



- Utilização de ferramentas/mecanismos de monitorização do cumprimento dos objetivos;
- Estabelecimento de medidas de *follow-up* e correção.



### Requisitos Biosphere

- Desenvolver, documentar e operacionalizar um Plano de Ação, a ser revisto e atualizado a cada 3 anos, de acordo com o definido ao longo do presente critério - **1.3 Plano de Ação**.



### Vantagens

- ✓ Desenhar e implementar uma estratégia bem definida de sustentabilidade;
- ✓ Distribuir num maior espaço temporal a implementação de diversas medidas;
- ✓ Poder perceber as *milestones* já percorridas no caminho da sustentabilidade;
- ✓ Responsabilizar e controlar as medidas implementadas.



### Medidas de operacionalização

- Comunicação**  
Comunicar o documento a todos os colaboradores (e.g. publicação na intranet, sessões de apresentação em sala)
- Análise de resultados**  
Realizar auditorias e reuniões periódicas de modo a garantir a eficácia e implementação das medidas delineadas
- Revisão de estratégia**  
Rever o Plano de modo a garantir a sua atualização em relação a novas práticas na área da sustentabilidade e adequação ao contexto da organização



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.3 Plano de Ação



## Exemplo ilustrativo

### Plano de Ação



#### 0. Contexto e linhas gerais do documento

##### 1. Instrumentos para uma política de turismo sustentável

- 1.1 Gestão e desempenho do negócio
- 1.2 Política de turismo responsável
- 1.3 Plano de Ação
- 1.4 Plano de motivação e formação do Staff
- 1.5 Marketing responsável

##### 2. Conservação e melhoria do Património Cultural

- 2.1 Integração cultural na realidade do Destino
- 2.2 Participação na preservação dos Recursos Culturais
- 2.3 Fomento do conhecimento por parte dos visitantes

##### 3. Desenvolvimento Económico e Social do Destino

- 3.1 Promoção do desenvolvimento económico e social da comunidade local
- 3.2 Atitude responsável com o Staff

##### 4. Conservação ambiental

- 4.1 Proteção da paisagem
- 4.2 Proteção da biodiversidade
- 4.3 Proteção dos solos
- 4.4 Gestão e controlo da energia
- 4.5 Gestão das águas
- 4.6 Gestão e controlo dos resíduos
- 4.7 Gestão e controlo dos consumos
- 4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas
- 4.9 Gestão e controlo da poluição sonora
- 4.10 Gestão e controlo da poluição luminosa

##### 5. Satisfação do cliente

- 5.1 Qualidade do serviço ao cliente
- 5.2 Segurança do cliente
- 5.3 Atitude responsável do cliente
- 5.4 Informação e sensibilização para o Destino
- 5.5 Acessibilidade universal

### 1. Instrumentos para uma política de Turismo Sustentável



#### 1.4. Plano de motivação e formação do Staff

O Staff é um elemento preponderante em toda a atividade e operações das unidades de Alojamento Hoteleiro. Nesse sentido, um conjunto de medidas deverá ser posto em prática, como descrito ao longo das próximas páginas, de modo a que se consiga atingir determinado nível de desenvolvimento sustentável.

	Descrição	Responsável	Target	Deadline
Motivação do Staff	Oferta de canecas, t-shirts, canetas e suportes para copos com <i>branding</i> "verde" da empresa aos colaboradores que participem em iniciativas de sustentabilidade	João Silva	Compra de 1.000 canetas, 500 t-shirts, 5.000 suportes para copos	11/10/2018
	Comunicação mensal coletiva (no Salão Nobre) do progresso e resultados obtidos resultantes da aplicação das medidas de sustentabilidade	Alberto Nogais	Marcação antecipada e comunicação da reunião	14/07/2018
	Posicionar placas de sinalização com "melhores práticas" em áreas-chave: casas de banho comuns, cozinhas, impressoras e copiadoras. Posterior manutenção e atualização das mesmas	Ruben Machado	Mínimo 1 placa por cada divisão comum/área relevante	17/09/2018
	Criação de um fórum na intranet para troca de ideias e <i>feedback</i> sobre a implementação dos projetos de sustentabilidade	Alberto Patrício	Abertura do fórum; garantir um mínimo de 1 <i>post</i> por semana	29/03/2018



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 1.4 Plano de motivação e formação do Staff



### O que é?

#### Importância do envolvimento do Staff nas iniciativas de sustentabilidade

A implementação de qualquer medida para aumentar a eficiência e/ou sustentabilidade tem como **condição necessária** a sua **aplicação transversal a toda a organização**, bem como o seu **envolvimento e compromisso**.

O envolvimento e cooperação de toda a equipa de um alojamento hoteleiro – desde a equipa de gestão à equipa de *housekeeping* – é fundamental para o sucesso de qualquer iniciativa de sustentabilidade. Para além de ser a base de sustentação das medidas propostas – uma vez que são os colaboradores quem procede à implementação diária das mesmas – **o Staff é um dos elementos mais importantes para a mudança de paradigma dentro e fora da organização**.

Um colaborador dedicado aos princípios de sustentabilidade irá não só garantir que as práticas de sustentabilidade são apreendidas e aplicadas, como irá promovê-las junto dos seus colegas e do seu círculo de influência fora do local de trabalho (família, amigos, conhecidos, entre outros).

#### Como promover o envolvimento do Staff?

Os colaboradores estão geralmente dispostos a contribuir para a promoção da sustentabilidade e da eficiência. Contudo, mostram maior compromisso quando são ouvidos e participam na sua construção e, conseqüentemente, se envolvem de forma mais ativa na sua aplicação e quando lhes é transmitido de que forma as suas ações podem fazer a diferença na melhoria e preservação do meio-ambiente e ajudar o negócio a prosperar.

Adicionalmente, a demonstração de um alto nível de envolvimento e compromisso por parte da equipa de gestão facilita e reforça esta contribuição.



### Vantagens

O envolvimento do Staff nas iniciativas de sustentabilidade aporta as seguintes vantagens:

- ✓ **Identificar áreas de melhoria desconhecidas/não detetadas pela equipa de gestão:** apesar da equipa de gestão poder ter ao seu dispor várias ferramentas e mecanismos de controlo de eficiência e qualidade, é o Staff quem está intimamente familiarizado com os processos existentes. Por esta razão, será o Staff quem mais facilmente identificará lacunas, faltas de eficiência e pontos de melhoria e implementá-los/corrigi-los de forma eficaz;
- ✓ **Desenvolver espírito de equipa:** o compromisso com a valorização do Destino, dos seus ativos e ofertas, com a comunidade envolvente e com as temáticas ambientais e de eficiência, representam uma oportunidade para os colaboradores das várias áreas e funções interagirem e estabelecerem laços à volta de um propósito comum.



### Requisitos Biosphere

- Criação de um Manual de Boas Práticas para o Staff que tenha por base este **Manual de Sustentabilidade**, bem como a **PRT** anteriormente descrita;
- Definição de um plano de formação de forma a garantir a participação dos colaboradores nas medidas de sustentabilidade.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 1.4 Plano de motivação e formação do Staff



## Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
1. Sinalização e comunicação	<input type="checkbox"/> <b>Melhores práticas</b> Posicionar placas de sinalização com “melhores práticas” em áreas-chave, tais como casas de banho, cozinhas, impressoras e copiadoras.	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Informações de contacto</b> Disponibilizar informação do contacto das pessoas responsáveis pela manutenção para utilização em casos de fugas, falhas de equipamentos ou similar	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Partilha de informação</b> Criar espaço designado para atualização e partilha de informação sobre sustentabilidade, como por exemplo na intranet da empresa ou em painéis de informação em salas comuns ou cozinhas	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Apresentação de resultados</b> Incluir secção sobre sustentabilidade em todas atualizações de resultados ou apresentações da empresa, de forma a reafirmar o compromisso da organização com a sustentabilidade.	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Newsletter</b> Criar uma <i>newsletter</i> sobre sustentabilidade a enviar periodicamente a colaboradores com medidas implementadas/por implementar e resultados alcançados ao nível Económico, Social e Ambiental	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Feedback</b> Desenvolver um mecanismo de recolha <i>feedback</i> e disseminação de ideias para projetos de sustentabilidade (e.g. colocação de caixas em espaços comuns para depósito de formulários de opinião, criação de fórum na intranet, nomeação de um responsável e disponibilização do seu contacto para a recolha do <i>feedback</i> )	Média



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

# 1.4 Plano de motivação e formação do Staff



## Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
1. Sinalização e comunicação (cont.)	<input type="checkbox"/> <b>Celebração de eventos</b> Celebrar e participar em eventos e dias nacionais e internacionais orientados para a sustentabilidade (e.g. Hora do Planeta, Dia Mundial sem Carro)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Comunicação de resultados</b> Comunicar regularmente os resultados obtidos/ganhos para a organização resultantes da aplicação das medidas de sustentabilidade (e.g. em reuniões periódicas, bem como em no <i>marketing</i> da organização)	Média
2. Criação de uma equipa de sustentabilidade	<input type="checkbox"/> <b>Task force</b> Criar uma equipa responsável pela sustentabilidade a nível transversal na organização composta por pelo menos um membro de cada departamento ( <i>housekeeping, marketing, finanças</i> ) e função, inclusive chefia de topo (e.g. CEO, CFO)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Responsabilidades</b> Responsabilizar a equipa, como um todo, por dar a conhecer à organização o progresso das várias iniciativas de sustentabilidade, bem como recolher ideias para novas medidas e projetos	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Distribuição</b> Atribuição da responsabilidade de uma ou duas medidas de sustentabilidade a cada membro da equipa de forma a garantir a sua implementação e simultaneamente manter a sua motivação e participação	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Liderança</b> Atribuir a responsabilidade da gestão da equipa a um membro da chefia de topo	Baixa



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

# 1.4 Plano de motivação e formação do Staff



## Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
2. Criação de uma equipa de sustentabilidade (cont.)	<input type="checkbox"/> <b>Sessões de formação</b> Partilhar as boas práticas de sustentabilidade, bem como todo o tipo de informação necessária ao bom desempenho do Staff. As sessões (e.g. uma a duas horas), devem servir para formar os elementos da organização, mas também para esclarecer quaisquer dúvidas que possam existir acerca da prestação do Staff	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Merchandising</b> Disseminar <i>merchandising</i> (e.g. canecas, t-shirts, canetas) da empresa com <i>branding "green"</i> (amigo do ambiente) aos colaboradores que participem em iniciativas de sustentabilidade	Baixa
3. Oferta de prémios/ merchandising	<input type="checkbox"/> <b>Ofertas</b> Oferecer um saco reutilizável com o logotipo da empresa para todos os colaboradores e possivelmente clientes	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Incentivos</b> Oferecer incentivos para o uso de transporte público e ecológico aos colaboradores (e.g. descontos em passes de viagem, em bicicletas, veículos com menos emissões de CO2)	Média
4. Incentivos aos colaboradores	<input type="checkbox"/> <b>Incentivos à performance</b> Atribuir pequenas recompensas (e.g. bilhetes para espetáculos locais, produtos da Região) para funcionários que demonstrem consistentemente a aplicação das medidas de sustentabilidade e eficiência e/ou que tenham ideias inovadoras para novas iniciativas	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Equilíbrio entre a vida profissional e pessoal</b> Fomentar a conciliação da vida profissional com a vida pessoal/familiar, promovendo o bem-estar organizacional através do envolvimento das famílias dos colaboradores e/ou através de benefícios extensíveis ao agregado familiar.	Média



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente

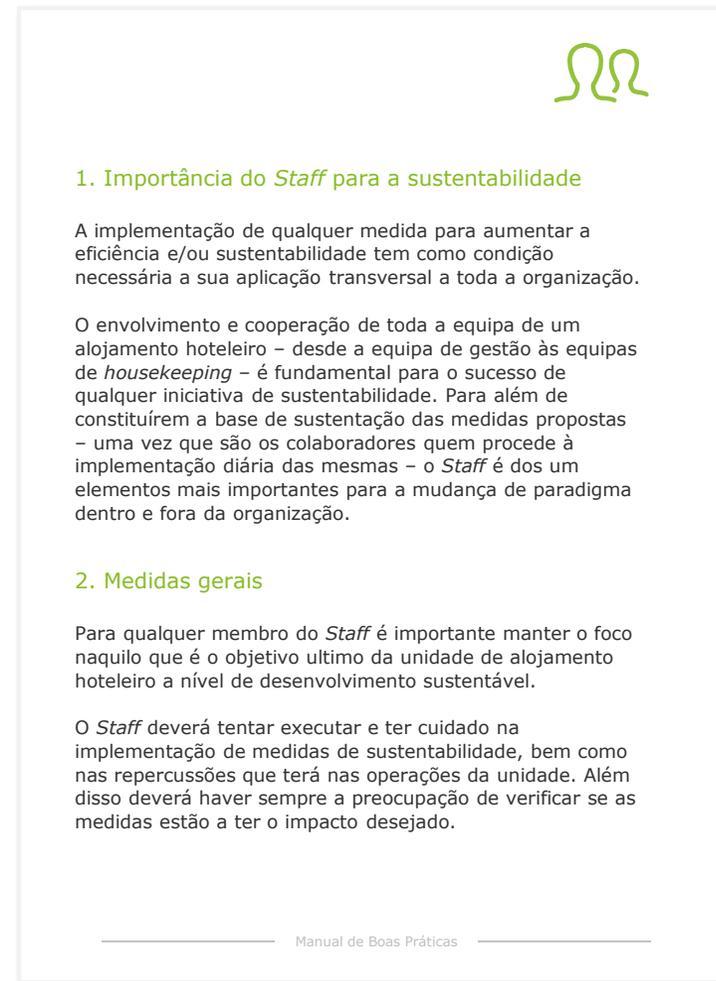
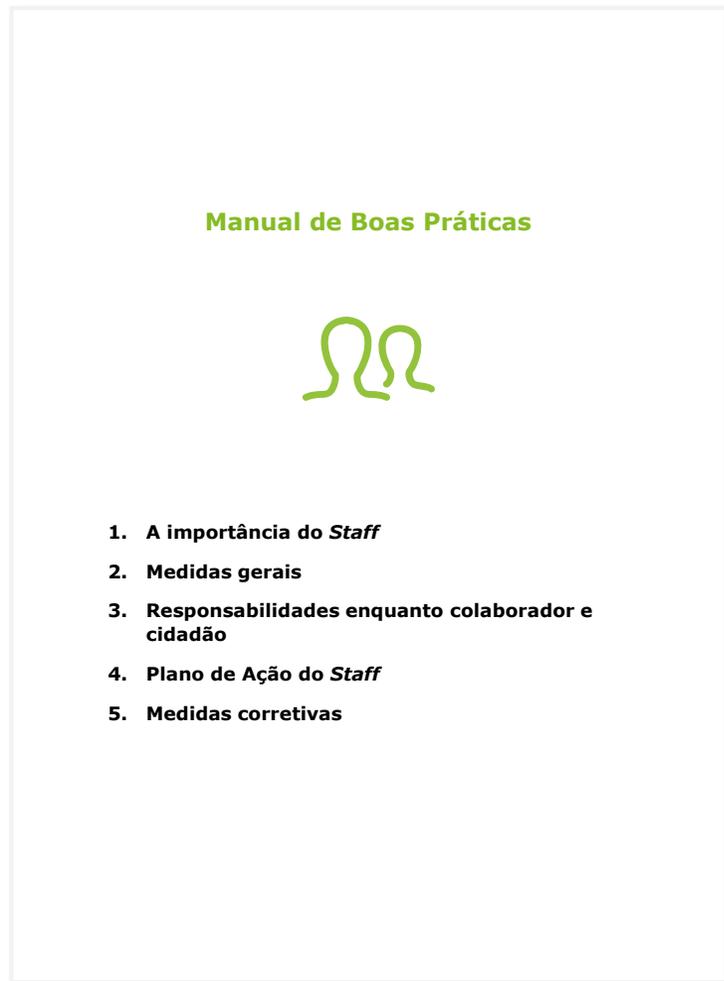


Exemplos de Certificação

## 1.4 Plano de motivação e formação do *Staff*



### Exemplo ilustrativo



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

# 1.5 Marketing responsável



## O que é?

O *Marketing* assume um papel de crescente importância enquanto atividade que pode fazer a diferença nos resultados de qualquer organização.

De modo a atingir determinados objetivos, muitos estabelecimentos hipotecam a sua credibilidade para atrair clientes no curto prazo – **o que contraria o Pilar Económico da Sustentabilidade.**

As organizações devem, quando em conformidade, **transmitir as medidas de sustentabilidade implementadas** de modo a conseguir atrair um maior número de clientes.



## Requisitos Biosphere

- As mensagens promocionais deverão incluir informação precisa e clara sobre a qualidade ambiental e outras especificações acerca da Sustentabilidade do estabelecimento e do Destino.
- As informações fornecidas através dos diversos canais devem ser claras e completas, sem criar expectativas que não possam ser cumpridas.



## Vantagens

- ✓ Garantir que o estabelecimento tem credibilidade perante todos os potenciais clientes e *stakeholders*;
- ✓ Reduzir a insatisfação dos clientes por assimetrias de informação.



### Fraude *online* no setor turístico em debate

*"A fraude é um crime em ascensão na indústria turística e tem vindo a afetar o aluguer de casas, a compra de bilhetes aéreos e a gerar falsas denúncias de intoxicações alimentares, entre outros tipos de fraude. O impacto para os hoteleiros, operadores e agentes de viagens é elevado"*

30 Outubro 2017, Diário Online Região Sul



### Fraudes e burlas no turismo

*"A dimensão deste negócio paralelo na indústria do turismo é de tal forma importante e significativa que, quase de imediato, perante esta exigência legal, muitos destes clandestinos passaram a indicar números de registo falsos ou pertença de alojamentos terceiros, criando, deste modo, novos desafios às autoridades fiscalizadoras"*

13 Setembro 2017, Diário Online Região Sul



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

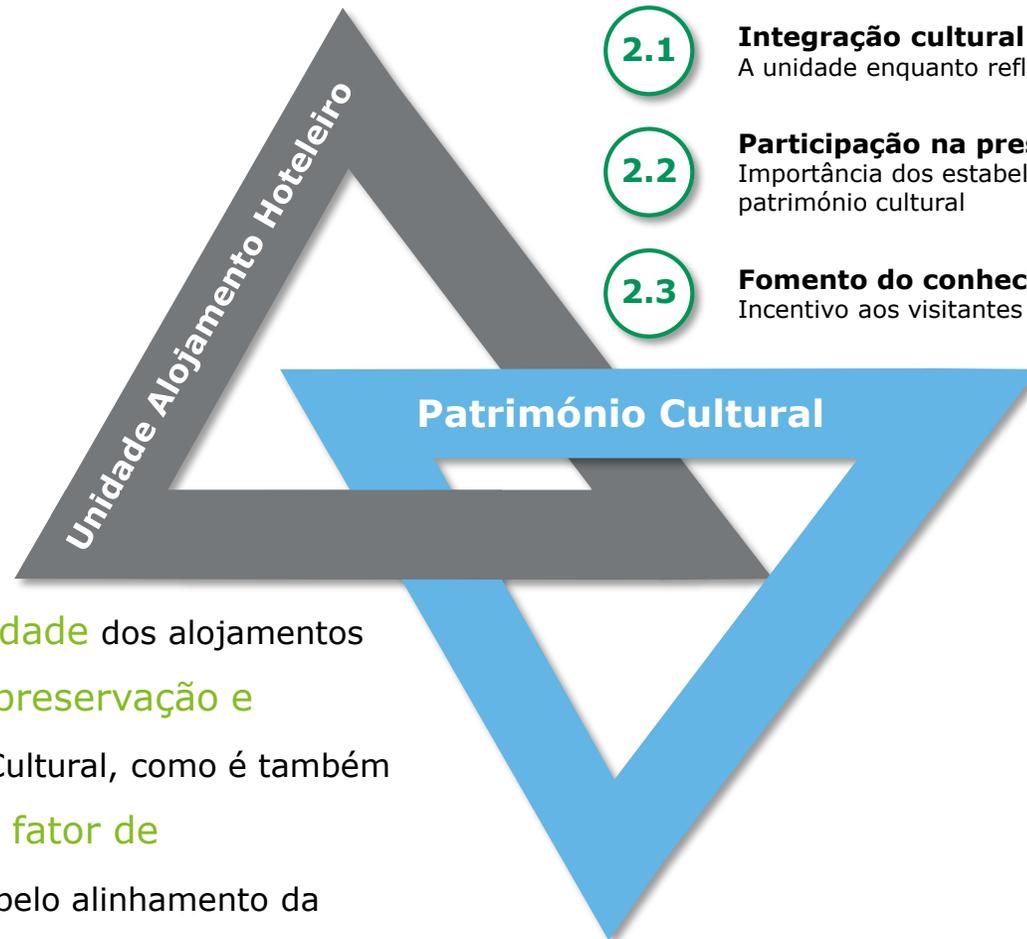
## 2. Conservação e melhoria do Património Cultural



“Quando se dissipa o **património** com loucuras, procura-se restaurá-lo com culpas.”

*Citação por Cornélio Tácito, Historiador, Orador e Político Romano.*

## 2. Conservação e melhoria do Património Cultural



### Critérios Biosphere

- 2.1** **Integração cultural na realidade do Destino**  
A unidade enquanto reflexo do Destino em que se insere
- 2.2** **Participação na preservação dos Recursos Culturais**  
Importância dos estabelecimentos na preservação do património cultural
- 2.3** **Fomento do conhecimento por parte dos visitantes**  
Incentivo aos visitantes para conhecerem melhor o Destino

Não só é uma **responsabilidade** dos alojamentos hoteleiros **promoverem** a **preservação e integração** do Património Cultural, como é também uma importante vantagem e **fator de Diferenciação da Oferta** pelo alinhamento da identidade dos estabelecimentos com o Destino.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

## 2.1 Integração cultural na realidade do Destino



### O que é?

#### Recursos Culturais<sup>1</sup>

Podem ser definidos como evidências físicas ou locais que remontem a atividade humana passada ou que apresentem características naturais relevantes para um grupo de pessoas, tipicamente associadas a esses locais ou evidências físicas.

Poderão ser classificados de acordo com as seguintes categorias:



### Integração cultural com o Destino

Passa não só pela **homogeneização dos estabelecimentos**, em linha com a identidade e cultura da Região, mas também pela manifestação do **conhecimento e ligação** com os **Recursos Culturais do Destino**.



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deve respeitar os critérios de classificação ou de zoneamento local, bem como os requisitos para áreas protegidas ou de valor cultural;
- O estabelecimento deve respeitar tipologias arquitetónicas locais a nível da conceção e de construção das suas instalações;
- O estabelecimento deve incorporar os elementos da decoração interior próprios da cultura e do artesanato da Região.



### Vantagens

- ✓ Melhorar o ambiente e espaço físico com foco no *design* e arquitetura;
- ✓ Disseminar a realidade cultural e histórica do Destino;
- ✓ Especializar o produto/serviço e consequente diferenciação da oferta;
- ✓ Reforçar a identidade e os vínculos emocionais com os clientes.
- ✓ Maior autenticidade do produto;
- ✓ Permitir aumentar a *yield* e valor oferecidos ao cliente.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 2.1 Integração cultural na realidade do Destino



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Integração cultural com o Destino	<input type="checkbox"/> <b>Design da flora</b> Na existência de jardins interiores ou exteriores, garantir que há presença de flora típica da Região (e.g. flores, plantas e/ou árvores típicas da Região)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Uniformes</b> Garantir que os uniformes do <i>Staff</i> têm peças de roupa ou acessórios típicos da Região	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Design de interiores</b> Utilizar, sempre que possível, produtos de decoração provenientes de artesanato local	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Arquitetura</b> Garantir que os espaços e aspeto exterior (tipo de teto; cores das paredes; chão e/ou azulejos, bem como organização espacial) estão de acordo com as origens e tradição da Região	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Legislação</b> Verificar se o estabelecimento se encontra construído de acordo com as regras da sub-região (e.g. em muitos locais a legislação implica que a construção dos edifícios tenha materiais da Região, ou alguma característica típica da mesma)	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

## 2.2 Participação na preservação dos Recursos Culturais



### O que é?

#### Importância da preservação dos Recursos Culturais

A **identidade cultural e o património** de qualquer região são dos ativos mais importantes de qualquer destino turístico. Os Recursos Culturais de um destino são em si uma identidade, pelo que devem ser preservados em benefício das gerações presentes e futuras.

O **papel do estabelecimento** nesta **conservação é essencial**, não só através da **ação direta**, mas também através da sua **influência nos visitantes**.



### Eixos de atuação

#### 1. PESQUISA

Identificação, documentação e compilação de outras informações básicas sobre Recursos Culturais da Região

#### 2. PLANEAMENTO

Garantir que a informação recolhida faz parte das prioridades e do plano de gestão do estabelecimento, estabelecendo medidas/estratégias para a preservação dos Recursos

#### 3. EXECUÇÃO

Assegurar que as medidas/estratégias são efetivadas – e que consequentemente os recursos são preservados/protegidos – promovendo-as perante o público geral (clientes, colaboradores e restantes *stakeholders*)



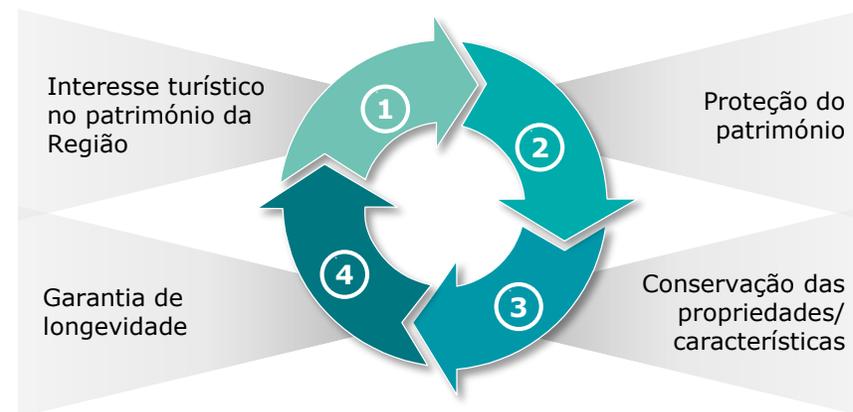
### Requisitos Biosphere

- Proteger e promover Recursos Culturais tangíveis e intangíveis;
- Não vender bens arqueológicos com valor histórico;
- Deve ser garantido o respeito e proteção pela propriedade intelectual das comunidades locais;
- Não deve ser negado o acesso do património histórico ou arqueológico aos residentes locais.



### Vantagens

- ✓ Criar boas relações com entidades e comunidades locais;
- ✓ Evitar eventual imputação de custos na reparação de património local;
- ✓ Valorizar o património da Região.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 2.2 Participação na preservação dos Recursos Culturais



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Preservação dos Recursos Culturais	<input type="checkbox"/> <b>Desenvolver iniciativas para proteção do património</b> Criar panfletos ou outro tipo de iniciativas para incentivar a preservação dos recursos culturais (e.g. alertar para a não danificação de monumentos; apelar ao respeito pelas tradições locais)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Incentivar atividades que não sejam prejudiciais ao património</b> Evitar o fomento de atividades que de alguma forma possam danificar o património ou que não respeitem/comprometam tradições locais	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Permitir acesso a habitantes locais</b> Não vedar o acesso a recursos culturais que sejam posse da unidade de Alojamento Hoteleiro (e.g. permitir o acesso de forma gratuita das populações locais aos monumentos que se encontrem nos terrenos privados da unidade)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Cooperar com as entidades públicas locais</b> Reunir esporadicamente com elementos dos órgãos públicos locais e outros agentes do setor do turismo de modo a promover a preservação dos recursos culturais (e.g. promoção de iniciativas como sinalização de monumentos, limpeza regular desses espaços, apoio a espetáculos culturais)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Exposições</b> Ao invés de vender itens com valor arqueológico, deverão ser organizadas exposições e eventos que promovam e preservem esses artigos, alavancando-os enquanto elemento qualificador do Destino	Alta



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

## 2.3 Fomento do conhecimento por parte dos visitantes



### O que é?

Cabe aos estabelecimentos de Alojamento Hoteleiro, como elementos preponderantes da cadeia de valor do turismo, dar a conhecer aos seus visitantes e clientes aquilo que é a **realidade cultural da Região**.

O turista deverá, após a estada, ter uma melhor perceção daquilo que é a identidade do Destino de modo a poder **voltar e recomendar** a oferta cultural que a Região proporciona.



### Requisitos Biosphere

- Estabelecimentos que tenham restaurante ou serviço de *buffet* devem incluir gastronomia da Região na oferta e os colaboradores devem ter conhecimento da cozinha local;
- Estabelecimentos que organizem atividades de entretenimento deverão oferecer atividades relacionadas com os recursos culturais locais;
- Se houver loja de lembranças, deverão existir produtos locais para venda;
- O estabelecimento deve oferecer informação atualizada de eventos culturais no local, bem como respetivos horários.



### Vantagens

- ✓ Proporcionar ao cliente um melhor conhecimento do Destino, o que incentivará o seu regresso e a recomendação do estabelecimento/Destino;
- ✓ Disseminar a cultura e história da Região;
- ✓ Promover o Destino e o aumento da procura;
- ✓ Possibilidade de incrementar o gasto médio do visitante;
- ✓ Melhorar a integração com agentes locais.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 2.3 Fomento do conhecimento por parte dos visitantes



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Fomento do conhecimento por parte dos visitantes	<input type="checkbox"/> <b>Promoção de materiais</b> Disponibilizar painéis ou panfletos informativos sobre horários e preço dos monumentos e eventos culturais que sejam considerados património da Região	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Restaurante (se aplicável)</b> Oferecer vários tipos de gastronomia local, desde entradas passando por pratos principais e sobremesas, bem como experiências de degustação de produtos isolados (e.g. provas de azeite, vinho)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Restaurante (se aplicável)</b> Os empregados do restaurante deverão ter um conhecimento da cozinha local e saber recomendar pratos regionais, bem como vinhos regionais para acompanhamento	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Souvenirs (se aplicável)</b> Em caso de existência de lojas de <i>souvenirs</i> deverão estar disponíveis artigos típicos da Região	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Criação de roteiros locais a pontos de interesse cultural</b> Criar em cooperação com as autoridades ou outros <i>players</i> locais, roteiros de visita a pontos de interesse cultural na Região	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Promoção eventos ERT</b> Promover eventos que se encontrem no <i>website</i> da ERT, no espaço de informações do estabelecimento (e.g. painel no <i>lobby</i> da unidade de Alojamento Hoteleiro, página <i>web</i> da unidade)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Eventos</b> Criar eventos culturais representativos da identidade da Região (e.g. espetáculos culturais de entretenimento tradicionais, as exposições referidas no critério <b>2.2 Participação na preservação dos Recursos Culturais</b> )	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

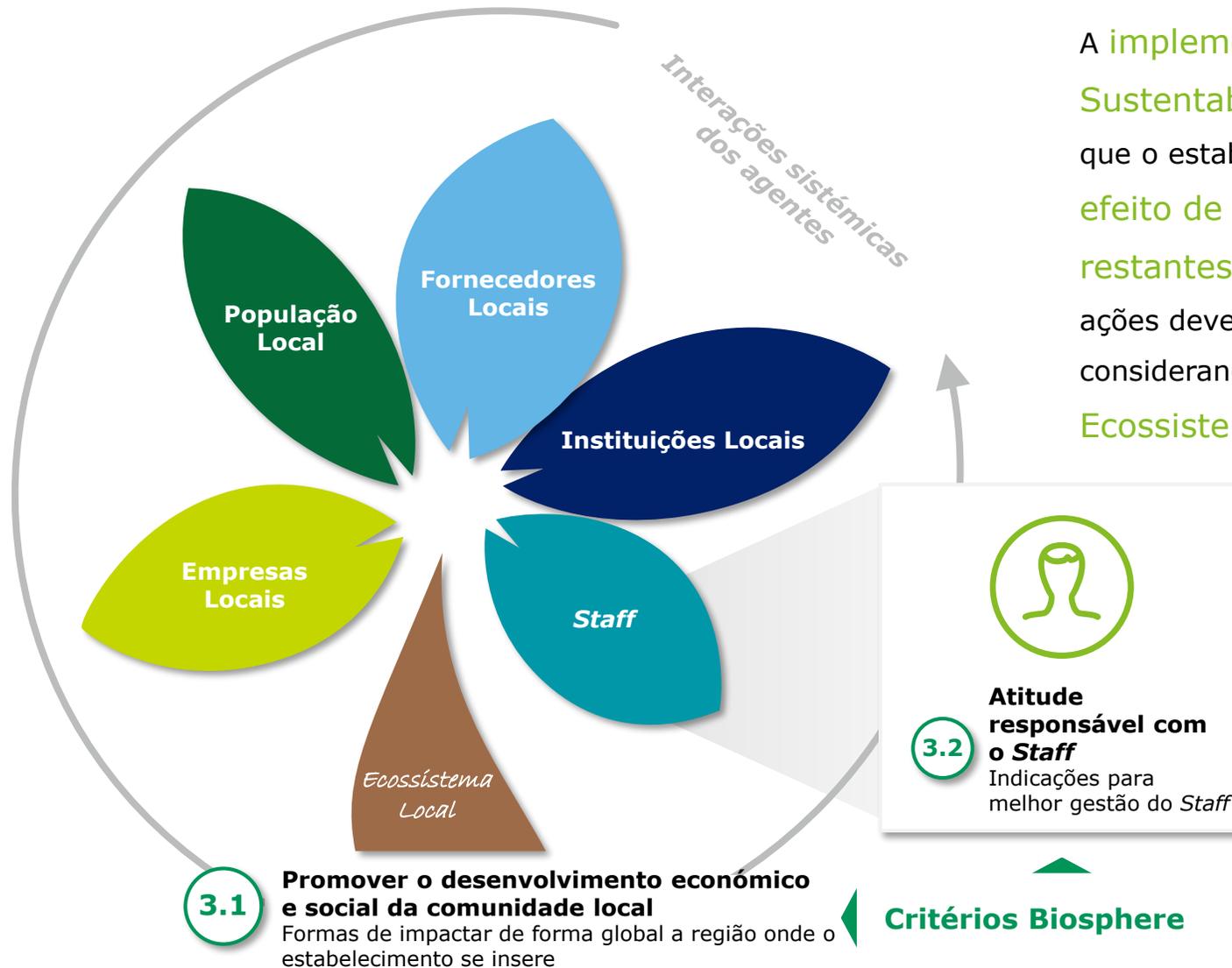
### 3. Desenvolvimento Económico e Social do Destino

“ ”

“O mercado cria bem estar social e é fonte de desenvolvimento económico autossustentável.”

*Citação por Li Keqiang, Primeiro Ministro da China*

### 3. Desenvolvimento Económico e Social do Destino



A implementação dos Pilares de **Sustentabilidade** depende não só das medidas que o estabelecimento toma, mas também do **efeito de propagação** que estas têm nos restantes *stakeholders*. Nesse sentido, todas as ações devem ser pensadas de forma global, isto é, considerando o seu impacto nos vários agentes do **Ecossistema Local**.

Adicionalmente, os efeitos sentidos pelos restantes *stakeholders* terão **repercussões na própria Sustentabilidade do Alojamento Hoteleiro**, uma vez que existe uma **relação bilateral** entre ambos (representam clientes, parceiros, colaboradores e o mercado local em geral).



Índice



Introdução



1. Turismo sustentável



2. Património cultural



3. Económico & social



4. Ambiental

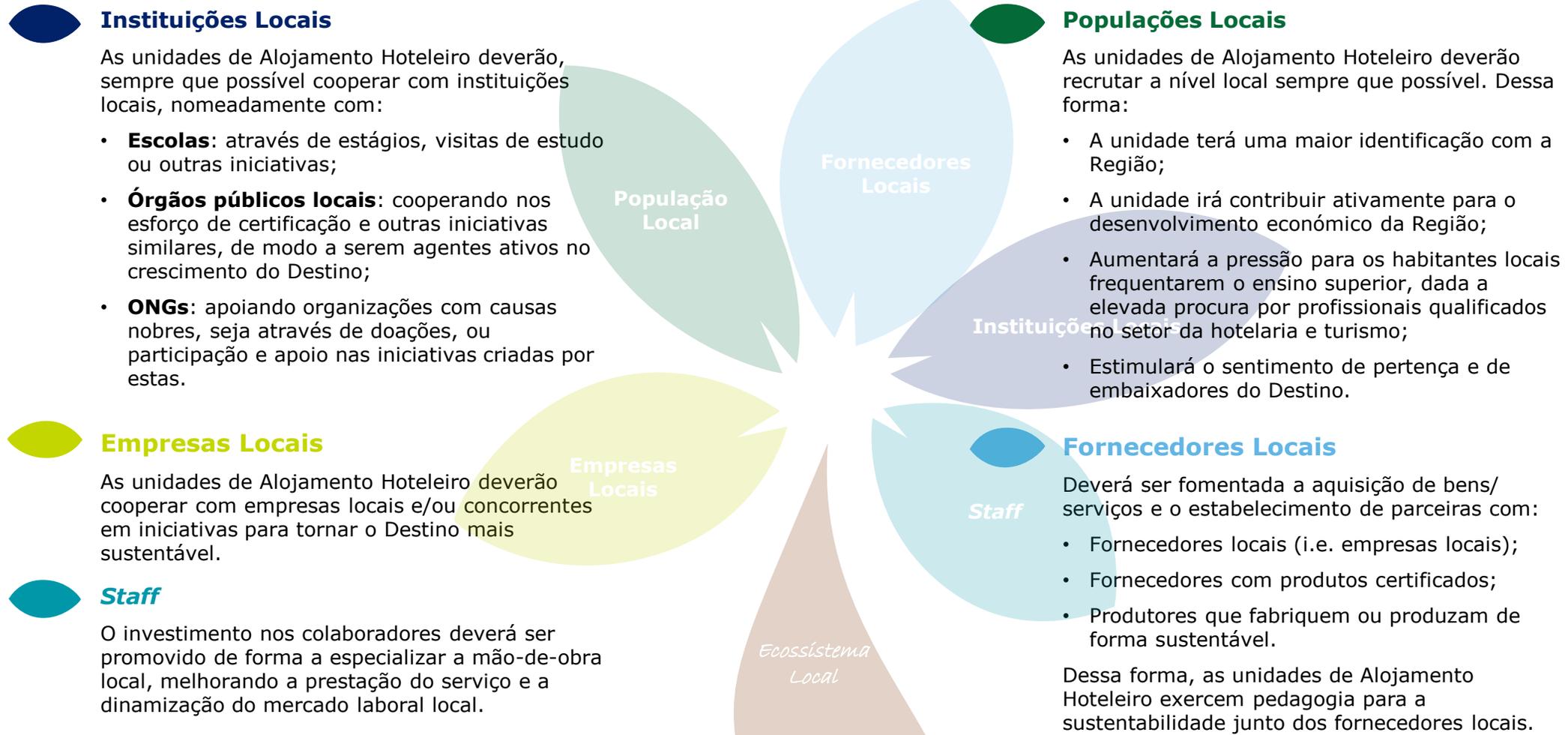


5. Cliente



6. Exemplos de Certificação

## 3.1 Promover o desenvolvimento económico e social da comunidade local



Num **ecossistema**, todos os agentes devem contribuir para o seu bom funcionamento. No caso específico das comunidades locais onde as unidades de Alojamento Hoteleiro se inserem, a sua atividade impacta o **desenvolvimento económico e social** da Região.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 3.1 Promover o desenvolvimento económico e social da comunidade local



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deve respeitar e suportar comunidades locais através do apoio a ONGs, escolas e empresas locais;
- O estabelecimento deverá trabalhar com as autoridades locais de modo a implementar Certificações como o *Local Agenda 21 Programme*, a Certificação de Destino da Biosphere, entre outros;
- O estabelecimento deverá implementar uma política de compras responsável;
- Deverá contratar habitantes locais para as mais variadas posições;
- Não deverá prejudicar o normal funcionamento dos serviços locais.



### Vantagens

- ✓ Maior distribuição de riqueza na comunidade local;
- ✓ Criar emprego;
- ✓ Atrair investimento;
- ✓ Aumentar a retenção dos jovens/combate ao envelhecimento da população e à desertificação;
- ✓ Melhorar a eficiência dos processos de interação/comunicação dos vários agentes económicos da Região;
- ✓ Coesão e maior atratividade do Destino.



1. A unidade de Alojamento Hoteleiro opta por contratar fornecedores e colaboradores originários da Região
2. Este investimento nos agentes locais tem como consequência um aumento do rendimento disponível da comunidade local
3. A maior disponibilidade de rendimento irá gerar mais despesa e investimento na Região, desenvolvendo-a em termos económicos
4. Maior investimento e despesa na Região irá fomentar ainda mais investimento e dinamizar a procura, o que será benéfico para o Alojamento Hoteleiro



Índice



Introdução



1. Turismo sustentável



2. Património cultural



3. Económico & social



4. Ambiental



Cliente



6. Exemplos de Certificação

## 3.1 Promover o desenvolvimento económico e social da comunidade local



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Promoção do desenvolvimento económico e social da comunidade local	<input type="checkbox"/> <b>Responsabilidade social</b> Apoiar iniciativas de recolha de bens alimentares, vestuário, e outros bens, doando sempre que possível itens para campanhas de recolha	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Eventos da comunidade</b> Contribuir para eventos sociais, oferecendo as suas instalações para alojar os mesmos, caso seja exequível em termos logísticos e económicos	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Apoio ao empreendedorismo local</b> Disponibilização de meios para os empresários locais desenvolverem os seus negócios com base nos valores naturais, culturais e históricos dos produtos (e.g. aquisição e/ou venda à consignação de produtos locais; desafiar os empreendedores locais a repensar o <i>status quo</i> e a introduzir inovação na unidade hoteleira)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Educação</b> Investir na educação local: apoiando escolas, promovendo visitas de estudo e facilitando a colocação dos habitantes locais no mercado de trabalho, disponibilizando-se para dias "abertos" à comunidade e/ou participação em sessões escolares	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Política de contratação local</b> Dar privilégio à contratação habitantes da Região de modo a reduzir o desemprego da Região	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Política de aquisições responsável</b> Favorecer compras a fornecedores locais e de produtos com certificações de <i>Fair Trade</i>	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Cooperação</b> Reunir com empresas locais de modo a criarem estratégias de cooperação para um Destino mais sustentável	Alta



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

## 3.2 Atitude responsável com o Staff



### O que é?

#### Importância

Manter uma atitude responsável com o *Staff* é um compromisso de elevada importância dado serem os colaboradores o **veículo mais preponderante do envolvimento com os clientes**.

Para conseguir atingir a *performance* desejada, a gestão deverá garantir que o *Staff*:



### Comunicação

Importa garantir a existência de:

- **Comunicação *top-down***: garantir que os colaboradores sabem que papel e funções devem desempenhar (e.g. através de reuniões para definição de objetivos, reporte periódico de pontos fortes e fracos);
- **Comunicação *bottom-top***: criar mecanismos de *feedback* entre os colaboradores e a gestão, de modo a evidenciar áreas de melhoria operacional (reuniões, formulários e incentivos ao *feedback*);
- **Comunicação com os clientes**: o *Staff* deverá transmitir aos clientes uma imagem baseada naquilo que é a identidade do estabelecimento. Essa imagem passa pela uniformização e adequação do *dress code* e do serviço de atendimento, em linha com a identidade da unidade e com os seus compromissos para com a sustentabilidade.



### Formação

As unidades de alojamento deverão definir áreas de capacitação que contribuam para um maior alinhamento entre os requisitos da procura e as competências da oferta. Para além das áreas nas quais já existe uma aposta forte (higiene e segurança no trabalho e alimentar, controlo de emissões)<sup>1</sup>, as seguintes áreas devem ser igualmente alvo de foco dadas as atuais exigências do mercado:

- a. Atendimento e satisfação do cliente;
- b. Novas tecnologias;
- c. Redes sociais;
- d. Técnicas de comunicação;
- e. Línguas.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

## 3.2 Atitude responsável com o Staff



### Condições e incentivos

De modo a que o *Staff* tenha uma *performance* de acordo com as expectativas da gestão é necessário criar as condições e incentivos para tal, nomeadamente:

- **Política de promoções, remunerações, incentivos e benefícios:** o *Staff* deverá ser incentivado e recompensado baseado na *performance* não só individual, mas coletiva (departamento, função ou similar);
- **Acolhimento e integração:** deverão ser dadas todas as condições e ferramentas aos trabalhadores para que desempenhem o seu trabalho de forma correta, especialmente aquando da integração de um novo colaborador.



### Requisitos Biosphere

- Garantir que a remuneração dos colaboradores é suficiente para manutenção de uma qualidade de vida decente;
- Contratar e promover colaboradores sem discriminar por sexo, crença religiosa ou raça;
- Receber formação relacionada com as funções que desempenha, bem como sobre sustentabilidade;
- Deverão ser aplicadas medidas para garantir que os colaboradores têm um *work-life* balance adequado;
- Os estabelecimentos devem ter uma política de carreira e promoção do seu *Staff*;
- Trabalho infantil não deverá ser permitido de forma direta nem indireta;
- Deverá haver um plano de prevenção dos riscos profissionais;

- As empresas deverão garantir que as regras de higiene e segurança são devidamente aplicadas. Em caso de ausência de legislação, deverão ser aplicadas as regras internacionais estabelecidas pela ILO (Organização Internacional do Trabalho);
- Deve ser promovida a contratação de trabalhadores com deficiência.



### Vantagens

- ✓ Melhorar o atendimento ao cliente;
- ✓ Melhorar a qualidade da prestação do serviço;
- ✓ Desenvolver o *modus operandi* da unidade e conseqüente redução de custos médios no médio/longo-prazo;
- ✓ Aumentar a satisfação dos colaboradores;
- ✓ Aumentar a retenção de talentos e diminuir a rotação de *Staff*.



### Sabia que?

**100%** das unidades que responderam ao questionário dispõem de espaços exclusivos (refeitórios, vestiários ou outros espaços de convívio para os seus colaboradores).

**1 em cada 11** empregos está ligado ao turismo.

**57%** das unidades revelaram ter um canal específico para registar sugestões ou oportunidades de melhoria para a prestação de serviços.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 3.2 Atitude responsável com o Staff



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
1. Comunicação	<input type="checkbox"/> <b>Dress code</b> Estabelecer um <i>dress code</i> para o <i>Staff</i> e garantir que são dadas as condições mínimas para o seu bom uso (e.g. atribuição de cacifos, oferta de serviço de lavandaria)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Reuniões</b> Marcar reuniões periódicas para garantir que o <i>Staff</i> está alinhado com a estratégia da empresa (e.g. disponibilizar métricas de <i>performance</i> ao <i>Staff</i> ; dar <i>feedback</i> sobre a <i>performance</i> coletiva e individual)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Feedback</b> Aproveitar as reuniões para obter <i>feedback</i> do <i>Staff</i> e criar mecanismos que incentivem o mesmo a omitir opiniões sobre áreas que possam ser alvo de melhoria operacional	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Plano de Recursos Humanos</b> Criar um Plano de Recursos Humanos de modo a que o <i>Staff</i> saiba de que forma operar, que métricas deverão monitorizar e definição de incentivos caso as métricas sejam atingidas	Média
2. Formação	<input type="checkbox"/> <b>Formação</b> Organizar ações de formação de forma a capacitar os colaboradores e formações menos exaustivas para consolidação de conhecimentos adquiridos anteriormente	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Legislação</b> Oferecer ações de formação, nomeadamente ao nível de higiene e segurança no trabalho, de modo a garantir que as regras legisladas são cumpridas	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Manual Acolhimento</b> Garantir que é disponibilizado um Manual de Acolhimento, com as informações básicas e a política de sustentabilidade da unidade, a cada um dos novos funcionários de modo a integrá-los de forma mais rápida e eficaz	Média

- Índice
- Introdução
- 1. Turismo sustentável
- 2. Património cultural
- 3. Económico & social
- 4. Ambiental
- 5. Cliente
- 6. Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

## 3.2 Atitude responsável com o Staff



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
3. Condições e incentivos	<input type="checkbox"/> <b>Incentivos</b> Dividir o salário entre componente fixa e variável, dependendo o montante variável da <i>performance</i> individual e coletiva (i.e. departamento, função) a qual deverá incorporar métricas referentes à Sustentabilidade	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Promoção</b> Criar uma Política de Carreiras para a estruturação do potencial percurso de cada colaborador dentro da organização e identificação à <i>priori</i> das oportunidades ao seu alcance	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Vida pessoal, familiar e profissional</b> Garantir que os colaboradores conseguem conciliar a vida pessoal, profissional e familiar (e.g. através da criação e gestão de turnos numa base mensal)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Team building</b> Promover e organizar atividades de <i>team building</i> com o objetivo de fomentar o bem-estar entre todos os elementos da cadeia hierárquica da unidade (e.g. caça ao tesouro seguida de almoço temático)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Espaços privados</b> Garantir que o <i>Staff</i> tem acesso a espaços exclusivos para convívio e <i>self-catering</i> de modo a garantir conforto no local de trabalho	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Prevenção de riscos</b> Garantir a existência de um plano de prevenção dos riscos profissionais, bem como a existência dos seguros de trabalho obrigatórios	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Pessoas com deficiência</b> Garantir a contratação de pessoas com deficiência e integrá-las da melhor forma possível	Alta



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo

## 4. Conservação Ambiental

“  
”

“A maior **ameaça** ao nosso **planeta**, é acharmos que alguém o vai salvar por nós.”

*Citação por Robert Swan, ativista ambiental e o primeiro Homem a pisar ambos os Pólos*

## 4. Conservação Ambiental



A **diversidade biológica** é essencial à continuidade da vida neste planeta, sendo a base de sustentação das **condições ambientais** que o Ser Humano necessita para sobreviver. Os **recursos naturais** – paisagens, clima, mar, rios e lagos, fauna e a flora – são parte integrante de cada destino turístico. A sua conservação é essencial para a **sobrevivência do turismo**, e caso as unidades hoteleiras não participem no esforço coletivo de preservação, estarão a compactuar com a **hipoteca do futuro do seu negócio**, mas acima de tudo, do nosso planeta.

- Índice
- I Introdução
- 1. Turismo sustentável
- 2. Património cultural
- 3. Económico & social
- 4. Ambiental**
- 5. Cliente
- 6. Exemplos de Certificação

## 4.1 Proteção da paisagem



### O que é?

#### Importância

Regiões com **grande diversidade de património natural ou cultural** tornam-se tipicamente destinos turísticos com uma **procura elevada**. De forma a dar resposta à procura, a **construção** tende a **expandir-se rapidamente**, causando alterações no meio ambiente e na paisagem, que por sua vez se podem tornar irreversíveis.

As **práticas intensivas de construção são nocivas** para o meio ambiente e a paisagem, especialmente quando os materiais de construção utilizados não estão de acordo com a arquitetura e a geologia local. Não só roubam a paisagem das suas características naturais, mas afetam também gravemente a identidade da Região.



### Requisitos Biosphere

- A empresa deve assegurar que, nem a propriedade nem as suas instalações ao ar livre, causam impacto na paisagem;
- Deve existir sinalização de impacto dos elementos externos na fachada do alojamento, caixotes de lixo, mobiliário de exterior, entre outros;
- Os jardins devem possuir flora da Região, de forma a não representarem uma perturbação na paisagem natural.

O crescimento do turismo e os **requisitos estéticos** que este comporta têm **impactos diretos no solo, na paisagem e nos ecossistemas**.



### Vantagens

- ✓ Alinhar o visual com os arredores do estabelecimento;
- ✓ Melhorar a estética do ambiente físico do estabelecimento;
- ✓ Cumprir a legislação em vigor e prevenir potenciais penalizações.



### Medidas de operacionalização

#### Conformidade com a legislação/políticas aplicáveis

- Validar que o estabelecimento está em conformidade com as várias legislações/políticas regionais e nacionais de ordenamento e registo de propriedade, bem como o licenciamento da atividade

#### Estacionamento

- Garantir que o parque de estacionamento se encontra numa área discreta

#### Continuidade visual

- Validar que existe continuidade visual entre o estilo arquitetónico do estabelecimento e os arredores/paisagem circundante

#### Materiais de construção

- Sempre que possível utilizar materiais de construção sustentáveis, produzidos localmente e cujos minerais tenham uma ligação com a geologia da Região

#### Espaços verdes

- Aumentar o número de espaços verdes/jardins utilizando plantas autóctones



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.2 Proteção da biodiversidade



### O que é?

A biodiversidade pode ser entendida como a quantidade e **variedade de organismos vivos que existem no planeta**. Inclui ecossistemas, comunidades de espécies animais e vegetais, as próprias espécies e as suas inter-relações e recursos genéticos.

### Importância

Os seres humanos dependem da diversidade biológica para a sua **sobrevivência**, pelo que se pode dizer que biodiversidade é sinónimo de vida na Terra. Como **fonte de riqueza e bem-estar**, a diversidade biológica é indispensável para o bem-estar humano e a **integridade cultural**, uma vez que esta compreende os meios de subsistência da população e sobrevivência das **gerações atuais e futuras**. A biodiversidade é por isso um ponto fundamental no alcance da Sustentabilidade.



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deverá minimizar e compensar os seus efeitos na biodiversidade, através de uma gestão adequada dos seus impactos ambientais;
- Não deverão existir espécies selvagens em cativeiro (a menos que exista autorização para tal);
- Deverá ser evitada a introdução de espécies potencialmente invasoras, maximizando o uso de espécies locais para jardins e áreas naturais.



### Eixos de atuação

#### Diagnóstico

Descoberta da biodiversidade da Região, reconhecendo o seu estado de conservação e principais ameaças ambientais e/ou antrópicas. Adicionalmente, deverão identificar iniciativas de conservação em curso/desenvolvimento e os seus respetivos responsáveis

1

2

#### Compromisso

Tendo por base o diagnóstico realizado, deverão ser identificadas e analisadas oportunidades adequadas à participação da unidade hoteleira na preservação da biodiversidade local



### Vantagens

- ✓ Preservar o património natural e genético da Região;
- ✓ Estreitar as relações com outras organizações/agentes regionais;
- ✓ Criar um maior envolvimento dos colaboradores com o património natural.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.2 Proteção da biodiversidade



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
1. Diagnóstico	<input type="checkbox"/> <b>Peritos</b> Identificar as instituições e/ou pessoas (i.e. grupos de trabalho) peritos em biodiversidade ou relacionados com a sua conservação a nível local	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Bibliografia</b> Identificar e ler a bibliografia disponível relacionada com biodiversidade local de forma a conhecer as espécies ecossistemas chave da Região, bem como o seu estado de preservação e principais ameaças (e.g. poluição da água, caça furtiva, transmissão de doenças)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Formação</b> Formação dos colaboradores para os habilitar a informar os clientes sobre aspetos da biodiversidade local	Baixa
2. Compromisso	<input type="checkbox"/> <b>Estímulo e cooperação</b> Disponibilização de roteiros associados à observação regrada e respeito pela natureza (e.g. <i>bird watching</i> ; visitas a parques que visam preservar e reintroduzir na natureza espécies em risco)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Eventos</b> Participar ou promover eventos informativos/iniciativas sobre temas gerais da biodiversidade	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Equipa para a Biodiversidade</b> Criação de uma equipa responsável pela promoção e apoio à conservação da biodiversidade regional	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Apoio a uma causa</b> Escolha de uma (ou várias) causa na área da biodiversidade e apoio à sua conservação (e.g. participação em recolha do lixo nas matas; plantação de árvores)	Baixa

<sup>1</sup> Meramente ilustrativo



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.3 Proteção dos solos



### O que é?

#### Importância

A **expansão urbana**, motivada em grande medida pelo desenvolvimento turístico, contribui significativamente para a **poluição hídrica e a degradação da rede hidrográfica e dos solos**. Com o progressivo crescimento do Destino turístico, estes efeitos negativos acentuam-se, cabendo às unidades hoteleiras desempenhar um papel na minimização do seu impacto.



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deve proteger a qualidade do solo, fazendo uma correta cobertura do mesmo e assegurando a proteção de locais em que possa existir contaminação;
- O armazenamento de combustível deve ser realizado de forma segura, garantindo que não se dão fugas, por via de testes apropriados;
- A erosão e escoamento superficial devem ser controlados através dos meios adequados, nomeadamente através do cuidado do solo e cobertura vegetal adequada.



### Vantagens

- ✓ Preservar os terrenos e o património natural;
- ✓ Prevenção de danos futuros resultantes da erosão dos solos (e.g. más fundações e danos em edifícios);
- ✓ Prevenção de danos futuros resultantes da contaminação dos solos (e.g. contaminação das fontes de água);
- ✓ Valorizar os ativos próprios (i.e. terrenos) e da Região.



### Medidas de operacionalização

#### Prevenção de riscos e ameaças

Implementação de medidas de prevenção de ameaças e respetivos processos de degradação dos solos (e.g. evitar a descarga de dejetos ou produtos químicos no solo; segmentação de locais adequados para armazenagem de produtos químicos e combustíveis – locais impermeabilizados e com bacias de retenção; identificar e reportar terrenos abandonados; plantação de vegetação adequada; manter um rácio de solo ocupado/impermeabilizado versus permeável de adequado)

#### Identificação de zonas em risco

Identificação de potenciais zonas ameaçadas (em risco ou mesmo já degradadas) no terreno do estabelecimento, analisando e classificando o tipo de ameaça (e.g. deslizamento de terras, acidificação, salinização, erosão, zonas contaminadas com combustível junto a depósitos existentes ou antigos)

#### Tratamento do solo (*se aplicável*)

Ação sobre as zonas de risco e os sítios contaminados através de medidas adequadas à sua atenuação, eliminação ou recuperação, em colaboração com os órgãos/entidades competentes



### Sabia que?

O número de sítios potencialmente contaminados na UE-25 é cerca de **3,5 milhões**.

**45% do solo** europeu tem um baixo teor de matéria orgânica.

A degradação do solo poderá custar até **38 mil milhões de Euros** por ano.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.4 Gestão e controlo da energia



### O que é?

A gestão e controlo de energia é constituído por um conjunto de práticas de **medição, controlo e redução dos consumos energéticos** (i.e. eletricidade, gás ou outros combustíveis fósseis) que podem envolver registos periódicos e sistemáticos de consumos, auditorias, planos de racionalização energética, etc. Dado o elevado consumo de energia verificado nas unidades de Alojamento Hoteleiro, a gestão deste fator tem um impacto financeiro e ambiental significativo.

### Importância

O consumo e o custo com energia estão diretamente relacionados com variáveis como os equipamentos utilizados, a localização da unidade, as práticas organizacionais e até a própria arquitetura do edifício (e.g. orientação do edifício e respetiva exposição solar), bem como desempenho térmico do material de construção.

A implementação de medidas de redução de consumo de energia – muitas delas com **investimento inicial reduzido** ou a aposta em consumo de fontes renováveis de energia – poderão gerar poupanças naquele que é, genericamente, o **segundo maior custo das unidades hoteleiras**, apresentando apenas os custos com pessoal valores mais elevados.

Adicionalmente, a poupança de energia **reduz o impacto ambiental negativo**, já que a maior parte da capacidade de geração atual advém da queima de combustíveis fósseis.



### Requisitos Biosphere

- A construção, *design* e reforma devem ser concebidas a partir dos princípios da sustentabilidade, aplicando as melhores tecnologias disponíveis e recurso a energias alternativas, promovendo a eficiência energética e a poupança;



### Vantagens

- ✓ Reduzir os custos com energia;
- ✓ Aumentar o reconhecimento do estabelecimento pela sua eficiência energética;
- ✓ Reduzir o impacto ambiental das operações do hotel.

- O estabelecimento deve ter atualizado e operacionalizado um sistema que permita registar, controlar, medir e interpretar os dados relativos aos seus consumos de energia;
- Devem ser aplicadas boas práticas generalizadas (e.g. desligar as luzes e equipamentos no final da sua utilização, não abusar do ar condicionado ou aquecimento, desligar equipamentos não utilizados) devendo existir orientações por escrito nesse sentido e publicitadas em todas as áreas comuns;
- Deve existir um plano de substituição/compra de equipamentos que garantam a máxima eficiência, a nível de energia, incluindo iluminação, caldeiras, aparelhos, câmaras de frio, entre outros;
- Deve ser minimizado o volume das perdas de energia por meio de equipamentos de isolamento apropriados (e.g. canos, armazenamento, camaras de vedação), planos de remediação (e.g. permutadores de color - usados nos aquecedores, ar condicionado, refrigeração, frigoríficos, evaporadores, piscinas, entre outros), de separação entre zonas quentes e frias e manutenção adequada;
- Devem existir mecanismos para ajudar os clientes a poupar energia, tais como sistemas de desconexão de energia ao sair do espaço ou desligar a ar condicionado quando as portas e janelas se encontrem abertas;
- O estabelecimento não deverá comprometer a capacidade energética local com a sua atividade.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.4 Gestão e controlo da energia



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão e controlo da energia – Operações –	<input type="checkbox"/> <b>Temporizadores e sensores</b> Desligar todos os equipamentos que consomem energia quando não estão a ser utilizados, instalando temporizadores e/ou sensores quando necessário	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Reflexão de Raios Solares</b> Aplicar películas refletoras nos vidros de modo a diminuir a temperatura dentro de edifícios	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Iluminação</b> Instalar lâmpadas mais eficientes (e.g. LED)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Eficiência energética</b> Adquirir equipamentos de eficiência energética máxima (e.g. frigoríficos, lâmpadas, máquinas de lavar a loiça)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Termostatos</b> Ajustar os termostatos para temperaturas mais amenas evitando excesso de aquecimento no Inverno e excesso de refrigeração no Verão	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Switch-off</b> Instalar tecnologias nos quartos que permitam o desligar das luzes quando estes se encontram desocupados e para desligar o ar condicionado quando estejam janelas abertas	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Contadores</b> Instalação de contadores para controlos seccionados	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Fontes de energia renovável tais como painéis fotovoltaicos ou microgeradores</b> Instalar painéis fotovoltaicos ou microgeradores, reduzindo os gastos de eletricidade e reduzindo também as emissões de CO2 originárias da sua produção	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.4 Gestão e controlo da energia



### Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão e controlo da energia – Gestão –	<input type="checkbox"/> <b>Manutenção</b> Efetuar manutenções periódicas aos equipamentos gerais, das cozinhas, casas de banho e veículos	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Informação</b> Informar o <i>Staff</i> e os clientes sobre os objetivos de redução do consumo de energia, sensibilizando-os para o impacto dessa redução (e.g. através de sinalética apropriada, nas áreas comuns e quartos)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Sinalização</b> Colocar sinalização informativa para desligar as luzes e não deixar as portas abertas	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Auditorias energéticas</b> Realização de levantamentos/auditorias energéticas e definição e desenvolvimento de planos de gestão energética, com definição de objetivos/metasp e ações	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Formação</b> Formação do <i>Staff</i> de forma a dar a conhecer e fomentar as medidas de poupança de energia	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Marketing</b> Comunicar medidas de poupança de energia no plano de <i>marketing</i>	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Controlo</b> Monitorizar os gastos de energia e contabilizar as poupanças, calculando o consumo de energia por pessoa	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.4 Gestão e controlo da energia



### Exemplo ilustrativo

#### Plano de Gestão Energética



1. Diagnóstico da situação atual
2. Identificação de oportunidades de melhoria
3. Plano de operacionalização
4. Medidas corretivas
5. Revisão por parte da administração

### 3. Plano de operacionalização



Apresentam-se na seguinte tabela as medidas de operacionalização do Plano de Gestão Energética, bem como a identificação da disponibilidade de recursos e responsáveis necessários à sua implementação. Esta tabela deverá ser preenchida e revista periodicamente de forma a analisar e registar o progresso alcançado, bem como realizar ajustes, caso seja necessário.

Objetivo		Plano de gestão				
Tema	Subtema	Objetivo	Recursos	Prazo	Responsável	Indicador
1. Identificação das principais fontes de consumo energético	Tipos de lâmpada utilizados					
	Tipos de equipamentos elétricos utilizados, especialmente nas cozinhas e na lavandaria					
2. Estado dos equipamentos	Tipo de sistema de climatização					
	Tipos de acondicionamento térmico					
3. Medidas para a eficiência energética	Estado da rede elétrica e de gás					
	Estado dos equipamentos elétricos utilizados, especialmente nos quartos, cozinha e na lavandaria					
4. Manutenção dos equipamentos	Medidas adotadas na iluminação					
	Medidas adotadas em relação aos equipamentos elétricos					
5. Fomento da informação	Medidas adotadas para a climatização					
	Medidas adotadas para o acondicionamento térmico					
	Manutenção dos sistemas de iluminação					
	Manutenção dos equipamentos elétricos utilizados, especialmente nos quartos, cozinha e na lavandaria					
	Manutenção dos sistemas de climatização					
	Formação e/ou instruções aos clientes e colaboradores sobre as medidas de poupança energética implementadas					
	Sinalética (e.g. cartazes, folhetos), manuais de boas práticas e outros meios para a divulgação da importância da eficiência energética e a redução do consumo de electricidade					

A preencher/definir



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.5 Gestão das águas



### O que é?

A gestão das águas é constituída por um conjunto de práticas de **medição e controlo do consumo e qualidade da água bem como de águas residuais** nas unidades de Alojamento Hoteleiro.

### Importância

O turismo **consome uma grande quantidade de água potável** nas suas operações diárias. Os gastos vão desde o consumo de cada cliente no seu quarto, até ao consumo nas cozinhas, jardins e piscinas.

A implementação de medidas de poupança e eficiência permitirão não só a redução de custos, mas também uma poupança de água, um **recurso fundamental para a sobrevivência humana**, cuja disponibilidade deve ser alvo de monitorização constante. Os estabelecimentos deverão preocupar-se não só com o consumo, mas também com a **contaminação da água**, dado que esta poderá ter impactos severos no ambiente e na saúde pública.



### Requisitos Biosphere

- A construção, *design* e reforma deve ser concebida a partir do princípio da sustentabilidade, com a aplicação das melhores tecnologias disponíveis e viáveis em termos de obtenção de água, eficiência e economização da mesma;
- O estabelecimento deve ter atualizado e operacionalizado um sistema que permita registar, controlar, medir e interpretar os dados relacionados com os consumos de água;
- Deverão existir boas práticas gerais (e.g. evitar deixar torneiras abertas, reparação de fugas), devendo existir orientações por escrito nesse sentido e publicitadas em todas as áreas comuns;

- O estabelecimento deve assegurar a máxima economização de água através da descarga de tanques, torneiras e chuveiros com baixo consumo de energia (ou instalação de aeradores - chafariz) e botões ou sensores em áreas comuns;
- O estabelecimento deve privilegiar a reutilização de águas residuais para irrigação.



### Vantagens

- ✓ Reduzir os custos com água;
- ✓ Aumentar o reconhecimento do estabelecimento pela eficiência na gestão de água;
- ✓ Reduzir o impacto ambiental das operações do hotel e minimização de potenciais contaminações e impactos adversos nas disponibilidades hídricas, nos cursos de águas, na paisagem, e na biodiversidade, que constituem ativos relevantes para os turistas.



### Sabia que?

A *United Nations World Tourism Organisation* estima que cada turista, em média, **consome duas a três vezes mais água** que a maioria dos residentes locais.

*Este dado estatístico deverá ser uma fonte de preocupação para as unidades hoteleiras, já que os destinos turísticos não deverão ser adversamente afetados pelo aumento da procura.*



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.5 Gestão das águas



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão das águas	<input type="checkbox"/> <b>Torneiras</b> Instalar torneiras que reduzam o fluxo de água	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Equipamentos</b> Comprar equipamentos que consumam pouca água	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Autoclismos</b> Instalar autoclismos duplos (que possibilitem a meia descarga)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Manutenção</b> Fazer manutenções regulares aos equipamentos que consomem água de modo a identificar fugas ou consumos excessivos	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Rega</b> Usar válvulas e mangueiras eficientes	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Piscinas (se aplicável)</b> Instalar coberturas nas piscinas de modo a reduzir a evaporação quando a piscina não é utilizada e verificar bombas e filtros diariamente	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.5 Gestão das águas



### Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão das águas (cont.)	<input type="checkbox"/> <b>Contadores</b> Instalar contadores em piscinas e outras zonas de elevado consumo, de modo a identificar possíveis fugas de água	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Fontes alternativas</b> Usar fontes de água alternativas para a rega (e.g. água da chuva ou água tratada)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Informação</b> Informar o <i>Staff</i> e os clientes sobre os objetivos de redução do consumo de água, sensibilizando-os para o impacto dessa redução (e.g. através de sinalética apropriada, nas áreas comuns e quartos)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Panelas</b> Substituir as panelas tradicionais por panelas que não usam água	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Controlo</b> Registar e monitorizar o uso de água e definir planos de gestão com objetivos e metas de redução e ações de racionalização associadas. Deverá adicionalmente ser calculado o consumo de água por pessoa	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Reutilização</b> Reutilizar água cinzentas que são tradicionalmente águas pouco contaminadas e que podem ser utilizadas para determinado tipo de fins (e.g. rega)	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.6 Gestão e controlo dos resíduos



### O que é?

#### Importância

As unidades de Alojamento Hoteleiro representam uma **grande fonte de criação de resíduos**. Se não forem devidamente tratados, os resíduos poderão contaminar as fontes de água, os solos, e afetar a saúde pública e os ecossistemas locais.

A melhoraria da **eficiência no consumo de recursos** – redução do consumo de recursos e da geração de resíduos – potencia não só a poupança de energia indireta, mas também a **redução de emissões de carbono**, indiretas ou diretas, e de custos. A boa gestão dos resíduos passa também pelo seu aproveitamento e utilização para fins alternativos – serem utilizados como fertilizantes, reciclados, entre outros.



#### Requisitos Biosphere

- Devem existir práticas gerais de minimização e gestão dos resíduos, incluindo orientações para a monitorização e medição;
- O estabelecimento deve procurar ativamente formas de reduzir o consumo de produtos descartáveis e consumíveis em geral. Pelo menos, as seguintes diretrizes devem ser adotadas:
  - Minimizar o uso de alimentos embalados em pequenas porções de uso único;
  - Reduzir o uso de produtos descartáveis (e.g. copos, pratos);



#### Vantagens

- ✓ Reduzir o consumo de recursos;
- ✓ Reduzir as emissões de dióxido de carbono;
- ✓ Reduzir custos;
- ✓ Minimizar fenómenos de contaminação por gestão ou deposição indevida.

- Nos casos em que o serviço de piquenique é oferecido, as embalagens e utensílios utilizados devem ser compatíveis com o meio ambiente e devem ser fornecidas instruções aos clientes sobre o depósito adequado dos resíduos;
  - Deve ser maximizado o uso de produtos condicionados em recipientes reutilizáveis, incluindo produtos químicos, produtos de limpeza, alimentos e bebidas, entre outros.
- O estabelecimento deve ter implementado e operacionalizado um sistema que garanta a separação de resíduos no local e posterior entrega a um operador autorizado;
  - O armazenamento temporário no local, antes da recolha externa deve atender aos seguintes requisitos:
    - Armazenamento separado num local abrigado em contentores devidamente marcados para cada grupo, que sejam seguros e resistentes a resíduos;
    - Fornecer instalação e localização precisa;
    - Medidas para evitar riscos acidentais (e.g. derrames) e para manter o acesso controlado.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.6 Gestão e controlo dos resíduos



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão e controlo dos resíduos	<input type="checkbox"/> <b>Reciclagem</b> Implementar a prática de reciclagem em todas as áreas da unidade: cozinha, escritório, instalações dos clientes e quartos, disponibilizando caixotes do lixo para o efeito	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Compras</b> Comprar produtos com pouco ou nenhum embalamento	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Separação de resíduos</b> Fazer a separação/triagem de resíduos por tipo	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Armazenagem adequada</b> Garantir locais de armazenagem de resíduos resguardados e protegidos, impermeabilizados, e arejados	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Fornecedores locais</b> Optar por comprar comida e fornecimentos a produtores locais	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Itens descartáveis</b> Repor itens descartáveis por alguns reutilizáveis (e.g. shampoos, sabonetes recarregáveis)	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Reutilizar</b> Pedir aos fornecedores para recolherem caixotes e paletes para reutilização posterior	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Resíduos orgânicos</b> Fazer adubo de resíduos orgânicos incluindo comida e cortes de relva utilizando práticas de compostagem	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.6 Gestão e controlo dos resíduos



### Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão e controlo dos resíduos (cont.)	<input type="checkbox"/> <b>Cooperação</b> Analisar oportunidades para cooperar com outras empresas de modo a reduzir custos de transporte	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Controlo</b> Controlar as quantidades de resíduos gerados por tipo e definir objetivos e metas de redução e ações associadas	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Utilização de produtos</b> Usar produtos de limpeza e jardinagem amigos do ambiente	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Escritório</b> Implementar práticas de redução de resíduos de escritório (e.g. comprar papel reciclado, imprimir 2 lados de cada folha de papel)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Descarte</b> Garantir um destino adequado aos resíduos sempre que não possam ser reutilizados ou reciclados, entregando-os a operadores e locais autorizados	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Compras a granel</b> Comprar a granel de modo a reduzir custos de empacotamento e transporte de mercadorias	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Informação</b> Informar o <i>Staff</i> e os clientes sobre os objetivos de redução da geração de resíduos, sensibilizando-os para o impacto dessa redução	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.7 Gestão e controlo dos consumos



### O que é?

#### Importância

Em todos os estabelecimentos turísticos existe um conjunto de consumos de **materiais que são prejudiciais ao ambiente** (e.g. detergentes, produtos alimentares, papel), ou que não sendo prejudiciais, o seu consumo excessivo é prejudicial, pelo uso de recursos que têm implícito (e.g. papel). Assim o efeito negativo no ambiente de consumos excessivos deve ser minimizado. . Importa assim **conhecer a origem** dos mesmos, bem como o impacto que o seu uso terá no ambiente. Os **fornecedores** destes produtos devem ser devidamente **credenciados**, cabendo à unidade de alojamento entender se estes são obtidos e/ou produzidos de forma sustentável.

Em última análise, é possível ao estabelecimento **reduzir o consumo** de certos produtos. Isto pode ser feito através da **reutilização** dos produtos, melhor aproveitamento ou até evitando consumos desnecessários dos mesmos.



#### Requisitos Biosphere

- Nenhum dos produtos comprados pode vir de espécies listadas como ameaçadas ou em perigo por acordos internacionais ou protegidos pelas leis aplicáveis no território (*se aplicável*);
- Deve ser minimizado o consumo de produtos químicos e assegurar a compatibilidade ambiental (e.g. detergentes, inseticidas, pesticidas), devendo igualmente existir fichas de segurança disponíveis para um conhecimento completo dos produtos utilizados, sendo que os responsáveis pela sua utilização devem ter formação adequada;

- Deve ser maximizado o consumo de papel reciclado e a implementação de boas práticas como a utilização de papel em ambos os lados e o uso de novas tecnologias de informação;
- As quantidades consumidas desses produtos com maior impacto ambiental deve ser objeto de acompanhamento, medição e monitorização (e.g. papel, madeira, produtos químicos e produtos de limpeza);
- Deve ser assegurado que a madeira é certificada a nível da proveniência e garantir a compatibilidade com os princípios da sustentabilidade;
- Deve dar-se primazia aos fornecedores/subcontratados que seguem boas práticas de sustentabilidade, tanto em termos de produtos como em termos de processos.



#### Vantagens

- ✓ Reduzir o impacto ambiental resultante das operações do hotel;
- ✓ Reduzir os custos ligados ao excesso de consumo de alguns produtos.
- ✓ Aumentar a flexibilidade nas quantidades de produtos comprados (e.g. ao comprar a granel, a quantidade comprada pode ser ajustada ao consumo expectável).



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.7 Gestão e controlo dos consumos



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Gestão e controlo dos consumos	<input type="checkbox"/> <b>Fornecedores</b> Listar todos os fornecedores e verificar a origem dos produtos, terminando, se possível, a relação comercial com os que não sigam os requisitos do normativo Biosphere Hotel	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Controlo</b> Criar um mecanismo de controlo de consumos, de modo a perceber qual o impacto financeiro e ambiental da adoção das medidas de redução de consumos	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Minimização</b> Identificar padrões de consumo mínimo indispensáveis em algumas operações (e.g. produtos em ações de limpeza ou manutenção) e padronizar através de formação/sensibilização e monitorização. Estas ações devem ser cuidadosamente padronizadas para que a minimização não ultrapasse um limite que coloque em causa os padrões de qualidade e o nível de serviço	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Seleção de produtos</b> Escolher alternativas mais ecológicas de produtos químicos, e.g. produtos biodegradáveis de limpeza e manutenção, sem recurso a solventes orgânicos e metais pesados, sempre que possível, de acordo com as ofertas de mercado; utilização de sal na desinfeção da piscina (se aplicável) em vez de cloro químico	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas



### O que é?

#### Importância

Tal como todas as atividades industriais, **o turismo contribui para a poluição atmosférica**. As caldeiras dos hotéis emitem poluentes atmosféricos como dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), dióxido de enxofre (SO<sub>2</sub>) e monóxido de carbono (CO).

Adicionalmente, há as emissões do tráfego terrestre associadas à atividade. Por outro lado ainda, os sistemas de ar condicionado e de refrigeração comprados antes de 2000, influenciam a destruição da camada de ozono.



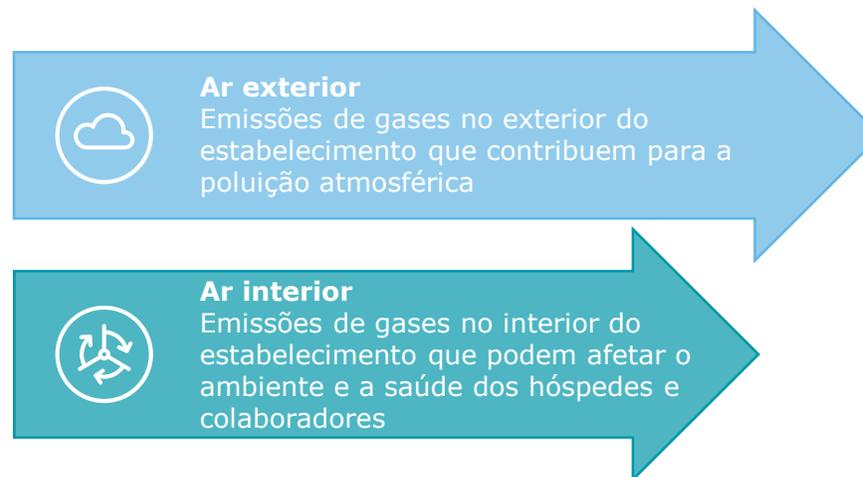
#### Requisitos Biosphere

- Os extintores, equipamentos de refrigeração e ar condicionado devem usar refrigerantes que não prejudiquem a camada de ozono;
- Equipamentos, veículos e caldeiras com emissões devem ter um plano de manutenção de forma a assegurar o seu funcionamento adequado e o controlo de emissões;
- No que diz respeito às fontes de energia, devem ser privilegiadas as energias renováveis;
- Devem-se ter em conta as boas práticas internacionais, bem como os regulamentos locais relativos às fontes de energia aceitáveis, evitando aquelas que sejam perigosas ou altamente poluentes (como o elevado teor de enxofre do combustível);
- Quando são usados combustíveis fósseis, devem ser priorizados os menos contaminantes;

- O estabelecimento deve fazer a medição, controlo e acompanhamento das emissões de gases de efeito estufa, tomando medidas para a sua redução.



#### Eixos de atuação



#### Vantagens

- ✓ Reduzir o impacto ambiental das atividades do hotel;
- ✓ Melhorar a qualidade do ar interior;
- ✓ Antecipar penalizações/requerimentos referentes a emissões de gases poluentes.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas



### Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Qualidade do ar exterior	<input type="checkbox"/> <b>Revisão</b> Rever e manter operacionais as caldeiras e equipamento de refrigeração	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Filtros</b> Mudar regularmente dos filtros de ar condicionado	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Fornecedores</b> Solicitar aos fornecedores para desligar os motores dos veículos enquanto entregam mercadorias	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Gás natural</b> Substituir aquecedores a óleo por outros a gás natural	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas



### Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Qualidade do ar exterior (cont.)	<input type="checkbox"/> <b>Mecanismos de compensação</b> Disponibilizar serviços de compensação de emissões das deslocações dos hóspedes	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Seleção dos automóveis</b> Escolher carros com tecnologia ecológica (elétricos, híbridos) para a frota, sempre que possível	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Transportes Ecológicos</b> Sensibilizar os colaboradores e os clientes para modos de transporte ecológicos	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>CFCs</b> Substituir sistemas de refrigeração e ar condicionado que contenham CFCs por outras alternativas inócuas para a camada de ozono	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Inventário</b> Fazer o inventário das emissões de carbono da unidade hoteleira e estabelecer metas de redução, bem como dar a conhecer aos colaboradores e hóspedes as emissões e as metas de redução	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.8 Gestão e controlo das emissões atmosféricas



### Medidas de operacionalização (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Qualidade do ar interior	<input type="checkbox"/> <b>Ventilação</b> Ter um sistema de ventilação de alta eficiência	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Zonas de não fumadores</b> Criar zonas de não fumadores em áreas públicas	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Aerossóis</b> Limitar o uso de aerossóis e, caso se recorra aos mesmos, validar que estes não afetam a camada de ozono	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Produtos de limpeza</b> Escolher produtos de limpeza biodegradáveis e que não sejam solventes	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Análises</b> Fazer análises regulares à qualidade do ar interior e à presença da bactéria <i>legionella</i> em torres de refrigeração, se existirem	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Produtos de limpeza</b> Não misturar produtos de limpeza, uma vez que a sua mistura pode aumentar a toxicidade dos mesmos	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.9 Gestão e controlo da poluição sonora



### O que é?

#### Importância

Tal como qualquer outro tipo de poluição, o ruído tem impacto na qualidade de vida das pessoas. Os **hotéis deverão ter especial preocupação**, por serem locais onde os clientes esperam poder relaxar e descansar.



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deve assegurar a minimização das emissões de ruído de equipamentos e máquinas, por meio da manutenção e isolamento adequado;
- O estabelecimento deve assegurar níveis adequados de ruído em todos os âmbitos, através da adoção de melhores práticas (e.g. estabelecendo períodos de silêncio; implementando limitadores na TV, telemóveis e telefones).



### Vantagens

- ✓ Permitir mais descanso aos clientes, melhorando a qualidade da sua estada;
- ✓ Reduzir os níveis de stress de clientes e melhoria da *performance* e saúde do *Staff*.



### Medidas de operacionalização

#### Avaliação de risco

- Medir e registar o nível de ruído
- Medir o ruído em áreas com níveis de ruído diferentes

#### Ambiente da unidade

- Reduzir o ruído na sua fonte
- Instalar ferramentas que isolam o som e reduzam as vibrações

#### Reorganização

- Aceitar entregas apenas a horas controladas
- Realocar as máquinas ruidosas para áreas isoladas do hotel ou nas imediações

#### Proteção do Staff

- Informar o *Staff* dos perigos para a saúde de exposição prolongada a ruído
- Disponibilizar proteções aos colaboradores que são expostos a altos níveis de ruído



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 4.10 Gestão e controlo da poluição luminosa



### O que é?

Poluição luminosa pode ser definida como existência de luz em momentos do dia em que não era suposto esta existir, em particular durante a noite. Este tipo de poluição pode ser causado por luzes ligadas dentro e fora de um edifício, bem como pela direção para onde as luzes são apontadas.

### Importância

Em última instância a poluição luminosa poderá impactar de forma negativa os seguintes elementos:



### Requisitos Biosphere

- A sobre-iluminação deve ser evitada para minimizar a poluição luminosa, em quantidade e em tempo de iluminação;
- Devem ser privilegiadas luzes que maximizem a eficiência da iluminação e devem ser utilizadas de forma a minimizar excessos, evitando aquelas que emitem luz em direção ao céu ou ao horizonte. As lâmpadas serão selecionadas pelo espectro de luz ideal para sensibilidade visual, evitando sempre que possível os de "luz branca".



### Vantagens

- ✓ Possibilitar o vislumbre das estrelas e astros;
- ✓ Reduzir custos;
- ✓ Manter a qualidade dos ecossistemas.



### Medidas de operacionalização

- Luzes exteriores**  
Evitar ter luzes ligadas no exterior em zonas onde não circulem pessoas
- Lâmpadas**  
Utilizar lâmpadas com direção vertical de cima para baixo
- Painéis publicitários**  
Controlar a colocação de painéis publicitários luminosos ou outras fontes de luz no exterior



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

## 5. Satisfação do cliente



“O clientes mais **descontentes** representam a maior **fonte de aprendizagem.**”

*Citação por Bill Gates, Presidente da Microsoft*

## 5. Satisfação do cliente

### Critérios Biosphere

- 5.1** **Qualidade do serviço ao cliente**  
Orientação para a garantia da qualidade do serviço
- 5.2** **Segurança do cliente**  
Medidas preventivas e reativas de segurança
- 5.3** **Atitude responsável do cliente**  
Incentivo ao comportamento respeitador do cliente
- 5.4** **Informação e sensibilização para o Destino**  
Garantia de que o cliente tem acesso a informação adequada e relevante
- 5.5** **Acessibilidade universal**  
Promoção de um turismo inclusivo



Níveis da satisfação do cliente

O turismo é tradicionalmente focado nos pressupostos elementares de **Serviço, Conforto** e **Segurança**.

Contudo, se o conceito de qualidade for entendido como o alcance/superação das expectativas do cliente, este deverá contemplar aspetos como a conservação da natureza, dos recursos culturais e o desenvolvimento socioeconómico do Destino.

Torna-se então imperativo **envolver os turistas** nos esforços para aumentar a Sustentabilidade de forma a que estes **conheçam e estejam sensibilizados** para o Destino, garantindo simultaneamente a **acessibilidade universal** a todos os hóspedes.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.1 Qualidade do serviço ao cliente



### O que é?

#### Importância

A qualidade do **serviço ao cliente** é dos pontos que mais **impacta a sua satisfação com a estada**. Deverá ser assegurado um conjunto de **serviços mínimos** para garantir a qualidade da experiência e assim assegurar a fidelização do hóspede.



### Eixos de atuação

A

#### Protocolo de serviços ao cliente

O **serviço prestado ao cliente** deverá ser **alvo de um protocolo**, detalhando o processo de atendimento desde o primeiro contacto/receção, até ao momento do *check-out*.

Deverão existir **controles periódicos** para monitorização do cumprimento do protocolo e identificação de possíveis melhorias.

#### Composição do protocolo

- 1. Primeiro contacto:** o primeiro contacto pode ser feito de várias formas (e.g. email, telefone, *Facebook*, entre outros). Cabe à equipa de gestão decidir que informação deve e pode ser dada em cada um dos canais, nomeadamente:
  - Que preços/serviços deverão ser apresentados ao cliente;
  - Qual a forma mais fácil e eficaz de realizar a reserva.
- 2. Reservas:** aquando do processo de reserva, deverá ser dado um conjunto de informações ao cliente:
  - Informações práticas (e.g. como chegar ao Destino, conselhos práticos sobre a Região);

- Disponibilidade de serviços extra que possam ser prestados (e.g. *transfer* do Aeroporto ou centro da cidade; aluguer de carro).

- 3. Receção e boas-vindas:** deverá haver algum tipo de receção que faça o cliente sentir-se valorizado, podendo passar por uma simples saudação pessoal, até a ofertas de amostras de produtos típicos da Região.
- 4. Check-in:** deverá haver um processo de *check-in* estandardizado de modo a evitar falhas no processo (e.g. ter um formulário pré-definido).
- 5. Check-out/feedback:** no final da estada deverá existir um procedimento para *check-out* onde é formal ou informalmente pedido *feedback* ao cliente sobre a sua experiência.

B

#### Manutenção e limpeza

A manutenção e limpeza dos espaços são operações críticas, uma vez que poderão ter um impacto extremamente negativo caso sejam realizadas de forma menos rigorosa.

- 1. Limpeza:** deverão estar estabelecidos procedimentos para limpeza diária de quartos e espaços comuns;
- 2. Manutenção:** sendo inevitável falhas por desgaste de material ou por outras razões, deverão existir controlos periódicos de manutenção de equipamento e do hotel, de modo a garantir a existência de manutenção proactiva e preventiva. Deverá ser igualmente definida o nível de resposta em caso de falha.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.1 Qualidade do serviço ao cliente

### C Feedback

A apreciação/opinião de um cliente sobre a sua estada deverá ser um pressuposto determinante na definição da estratégia de um estabelecimento. Dessa forma deve ser considerado:

1. **Sistema de feedback:** mecanismo (e.g. formulário entregue durante *check-out* ou enviado posteriormente por email) que deverá permitir ao estabelecimento recolher informação sobre os pontos menos favoráveis identificados pelos clientes, mas também as áreas onde a unidade se destaca e deverá continuar a apostar;
2. **Resolução de conflitos:** deverá ser dado a conhecer ao cliente que o estabelecimento dispõe de um local próprio para recolha de reclamações (e.g. Livro de Reclamações) e que existem instâncias próprias a que se poderá reportar possíveis más práticas por parte do hotel (i.e. Turismo de Portugal).



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deverá implementar procedimentos para garantir que não se dão situações de *overbooking* e que todas as reservas estão asseguradas;
- O estabelecimento deverá ter protocolos estandardizados de serviços básicos (e.g. boas-vindas; *check-in*; *check-out*; atendimento telefónico);
- O *Staff* deverá ter formação sobre que comportamentos e aparências adotar no desempenho da sua função;
- Deverão existir procedimentos de modo a garantir a limpeza, higiene e manutenção de quartos e áreas comuns;

- Deverão existir procedimentos de controlo para garantir que os serviços são prestados de forma correta;
- Deverá existir um sistema de mensuração da satisfação do cliente (medir as emoções percecionadas) que deverá incluir a perceção do cliente sobre a sustentabilidade da unidade;
- A gestão deverá manter um sistema de sugestões e reclamações, de modo a registar ou responder ao *feedback* dado por clientes. O sistema deverá garantir que todas as sugestões e reclamações recebem resposta;
- O cliente deverá ser informado sobre que procedimentos adotar caso queira partilhar alguma sugestão com o Turismo de Portugal.



### Vantagens

- ✓ Garantir a execução do serviço ao cliente tal como definido pelo nível de serviço/ categoria atribuída à unidade de alojamento;
- ✓ Obter informações sobre como melhorar a experiência do cliente;
- ✓ Aumentar a qualidade da estada e diminuir o número de reclamações.

Os clientes valorizam um **serviço** que seja o **mais customizado possível** e que se **molde eficazmente** às suas **necessidades** imediatas, tendo como condições necessárias à sua satisfação o normal funcionamento dos espaços/ equipamentos, a **higiene** e a **segurança**.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

# 5.1 Qualidade do serviço ao cliente



## Medidas de operacionalização

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>1</sup>
Protocolo de serviços ao cliente	<input type="checkbox"/> <b>Desenvolvimento protocolo</b> Criar um protocolo pormenorizado onde se detalham os vários procedimentos a adotar nos vários processos de serviço/atendimento ao cliente	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Formação e reuniões</b> Dar formação aos colaboradores para que sigam as regras do protocolo e posterior marcação de reuniões periódicas para validar e melhorar constantemente o mesmo	Baixa
Manutenção e limpeza	<input type="checkbox"/> <b>Controlos periódicos</b> Fazer controlos periódicos de modo a identificar possíveis falhas nos vários equipamentos	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Meios de resposta imediata</b> Identificar e disponibilizar permanentemente meios de resposta a qualquer tipo de falha de equipamentos/higiene que seja indicada pelos clientes	Média
Feedback	<input type="checkbox"/> <b>Feedback</b> Ter mecanismos de recolha de <i>feedback</i> que estejam incluídos no protocolo (e.g. entregar um formulário no <i>check-out</i> ; enviar um email após o <i>check-out</i> a pedir <i>feedback</i> e avaliação da estada)	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Resolução de conflitos</b> Ter disponíveis os meios para os clientes poderem fazer reclamações e reportarem às entidades competentes	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Reuniões de gestão</b> Agendar reuniões lideradas pela equipa de gestão onde é analisado o <i>feedback</i> fornecido pelos clientes e são recolhidas sugestões para melhoria por parte dos colaboradores	Baixa



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

## 5.2 Segurança do cliente



### O que é?

#### Importância

A segurança é um fator extremamente importante em qualquer unidade de Alojamento Hoteleiro, **não sendo** no entanto **valorizado diretamente**. Não obstante, casos em que se verifiquem **problemas/falhas de segurança** terão um impacto **esmagador na reputação da unidade**, pela diminuição da confiança na qualidade do serviço prestado.

Consideram-se 2 tipos de medidas/normas de segurança que devem ser implementadas:



#### Preventivas

Previnem a existência de incidentes através da minimização do risco de incidentes no dia-a-dia

*Medidas de higiene, ausências de materiais inflamáveis, qualidade da água e comida, keycard lock*

#### Papel da gestão

**Cabe à equipa de gestão** de cada estabelecimento **garantir** que são seguidas as **normas internacionais de segurança**, bem como o cumprimento de toda a legislação local aplicável em vigor.

Adicionalmente, deverá ser efetuado um **benchmark** constante de modo a perceber que novas **medidas/tendências de segurança** estão a ser desenvolvidas/implementadas no mercado, para garantir o seu **cumprimento atempado** e ir ao encontro das expectativas dos clientes.



#### Reativas

Preparam o estabelecimento para dar reposta de forma eficaz à eventualidade de incidentes ou desastres naturais

*Instalação de bocas de incêndio, fundações antiterrorismo nos edifícios*



### Requisitos Biosphere

- Garantir o cumprimento da legislação em vigor referente à segurança do cliente;
- Garantir que estão implementadas medidas para prevenção de incêndios e definidas saídas de emergência;
- Garantir a higiene e segurança dos produtos alimentares vendidos (e servidos na restauração, se aplicável);
- A piscina (caso exista) deverá ter todas as condições de acesso e segurança e os níveis de qualidade da água devem ser assegurados e monitorizados;
- Garantir a manutenção da qualidade e potabilidade da água em geral, de forma a evitar problemas de saúde pública.



### Vantagens

- ✓ Prevenir acidentes que possam colocar em risco a saúde do cliente;
- ✓ Minimizar incidentes e danos em caso de desastres naturais;
- ✓ Evitar problemas de saúde pública;
- ✓ A ausência de medidas de segurança, poderá ser um fator exclusivo de um cliente ao escolher um hotel.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.2 Segurança do cliente



### Medidas de operacionalização<sup>1</sup>

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>2</sup>
1. Prevenção	<input type="checkbox"/> <b>Qualidade da água e higiene alimentar</b> Garantir que o hotel tem água potável (de acordo com os padrões/critérios exigidos pela legislação em vigor), devendo ser igualmente assegurada a qualidade dos alimentos confeccionados	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Higiene e segurança no trabalho</b> Certificação de que as várias medidas de higiene referentes às regras de segurança e higiene no trabalho são cumpridas	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Piscinas (se aplicável)</b> As piscinas deverão ser de fácil acesso e a qualidade da água deverá ser alvo de tratamento e monitorização constante	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Segurança nos quartos</b> A segurança nos quartos deverá ser garantida com tecnologias como o <i>keycard lock</i>	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.2 Segurança do cliente



### Medidas de operacionalização<sup>1</sup> (cont.)

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>2</sup>
2. Reação	<input type="checkbox"/> <b>Vias de evacuação</b> Manter as vias de evacuação do plano de emergência sempre desimpedidas e monitorar este aspeto regularmente	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Equipamentos operacionais</b> Instalar equipamentos de combate a incêndio e inundações devidamente operacionais e testados periodicamente	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Informar o cliente</b> Disponibilizar aos clientes informação sobre o Plano de Emergência e sobre as medidas de combate a incêndios ou outras emergências e atitudes corretas a tomar ou atitudes a evitar	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Sistema de alarmes funcionais</b> Instalar sistema de alarmes funcionais de modo a detetar incêndios e/ou inundações	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Plano de Emergência</b> Definir um Plano de Emergência que contemple sinalização para utilização em caso de incidente e instrução do <i>Staff</i> acerca de como agir em caso de incidente	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Testar Plano de Emergência</b> Testar o Plano de Emergência regularmente e verificar a funcionalidade do equipamento passivo e ativo de combate a incêndios, bem como ajustar o Plano caso necessário	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Plano de Gestão de Risco</b> Definir um Plano de Gestão de Risco em colaboração com a Proteção Civil Municipal para articulação de ações em caso de intempéries, catástrofes naturais, acidentes rodoviários/ ferroviários que impeçam a normal circulação dos visitantes	Média



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.3 Atitude responsável do cliente



### O que é?

**Passa também** em grande medida **pelo cliente** de cada estabelecimento – que desempenha o papel de **turista no Destino** – contribuir para a sustentabilidade da Região.

Para tal, este deverá ser devidamente **informado pelo estabelecimento** sobre que comportamentos adotar/evitar. Nesse sentido, a unidade deverá disponibilizar um **código de conduta** (ou linhas orientadoras gerais) no formato que achar conveniente aos seus hóspedes.



### Eixos de atuação

1.

#### Desenvolvimento

Criar um código de conduta ou estabelecer critérios para orientação do comportamento dos hóspedes

2.

#### Divulgação

Divulgar o código de conduta nos vários espaços físicos e *online* (e.g. *website*, distribuição de panfletos, cartazes, entre outros)

3.

#### Incentivo

Promover iniciativas que fomentem a aplicação do código de conduta e garantam o respeito pela Região



### Requisitos Biosphere

- O estabelecimento deve informar os clientes de como agir responsabilmente em relação à poupança de energia, água, e de como evitar ruídos e outros comportamentos que causem distúrbios;
- A informação deve estar visível (pelo menos nos quartos);
- A informação deve ser escrita nas línguas mais comuns dos clientes habituais;
- O estabelecimento deve pedir a colaboração dos clientes, explicando a razão pela qual estes comportamentos são, necessários, e descrevendo-os.



### Vantagens

- ✓ Aumentar o número de agentes a implementar medidas de sustentabilidade;
- ✓ Contribuir para um Destino mais sustentável;
- ✓ Melhorar a experiência do visitante no Destino, aumentando a sua satisfação;
- ✓ Melhor integração do turista no Destino.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.3 Atitude responsável do cliente



### Medidas de operacionalização (cont.)

Medidas de operacionalização a promover pela unidade hoteleira e a **aplicar pelo cliente**

#### Ambiente

- ✓ Comprar produtos que não sejam produzidos a partir de plantas ou animais que correm risco de extinção;
- ✓ Reduzir, reutilizar e reciclar resíduos sólidos;
- ✓ Reduzir o consumo de água e eletricidade nos estabelecimentos de alojamento (e.g. solicitar aos hóspedes para usarem toalhas e lençóis por mais de um dia; alertá-los para desligarem as luzes, o aquecimento e o ar condicionado ao sair do quarto).

#### Economia local

- ✓ Optar por artesanato e artigos produzidos localmente, de modo a contribuir para o desenvolvimento económico de empresas familiares;
- ✓ Tratar com respeito os vendedores e artesãos locais, promovendo relações comerciais justas entre produtores e consumidores;
- ✓ Privilegiar os produtos certificados enquanto garantia de preservação das tradições;
- ✓ Contratar serviços turísticos locais.

#### Social

- ✓ Ter em consideração as leis locais e nacionais;
- ✓ Respeitar os direitos humanos e proteger as crianças da exploração, especialmente sexual e/ou relacionada com trabalho infantil;
- ✓ Identificar os equipamentos onde pode receber atendimento médico;
- ✓ Estar ciente do clima ao visitar regiões com condições instáveis ou amplitudes térmicas significativas;
- ✓ Verificar a informação turística pública ou privada, de modo a obter informações atualizadas sobre atividades e serviços que irão decorrer enquanto visitar a Região.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.3 Atitude responsável do cliente



### Medidas de operacionalização (cont.)

Medidas de operacionalização a promover pela unidade hoteleira e a **aplicar pelo cliente**



#### Património local

- ✓ Não remover os recursos naturais (e.g. pedras, fósseis, conchas, plantas);
- ✓ Recolher o lixo gerado durante as visitas;
- ✓ Escolher as rotas que causam menor impacto na paisagem (favorecendo estradas existentes e trilhos);
- ✓ Não participar em crimes ambientais: ao visitar uma área protegida, deverá lembrar-se de que as regras e regulamentos foram criados para preservar lugares e espécies de grande valor ecológico;
- ✓ Não alimentar animais selvagens;
- ✓ Seguir os sinais e indicações das comunidades locais;
- ✓ Contribuir para a manutenção das infraestruturas e equipamentos nas áreas protegidas.

#### Tradição local

- ✓ Antes de viajar, o turista deve inteirar-se dos costumes e tradições locais (e.g. festivais folclóricos, aniversários, feriados) para que possa participar nestas atividades e sentir-se parte da comunidade;
- ✓ Respeitar e proteger os ativos materiais e imateriais que tornam o Destino único (e.g. monumentos, história, cultura, música);
- ✓ Pedir autorização para tirar fotografias a pessoas e locais;
- ✓ As unidades de Alojamento Hoteleiro devem, de qualquer modo, disponibilizar informação sobre os costumes e tradições locais para, dessa forma, poder agir pedagogicamente sobre o visitante menos informado sobre o Destino.



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

## 5.3 Atitude responsável do cliente



### Exemplo ilustrativo

#### Código de Conduta

*Atitude Responsável  
do Turista*

##### Valorize as tradições locais

- Antes de viajar, inteire-se pelos costumes e tradições locais (festivais folclóricos, aniversários, feriados, entre outros) para que possa participar nestas atividades e sentir-se parte da comunidade;
- Respeite e proteja os ativos que o tornam o Destino único. (e.g. monumentos, história, cultura, música);
- Peça permissão sempre que quiser tirar fotografias a pessoas ou locais.



##### Apoie a economia local

- Opte por comprar artesanato e produtos produzidos localmente, de modo a contribuir para o desenvolvimento económico de empresas familiares;
- Trate com respeito os vendedores e artesãos locais, promovendo relações comerciais justas entre produtores e consumidores;
- Não compre produtos falsificados ou proibidos.



##### Respeite o Ambiente

- Compre produtos que não sejam feitos de plantas ou animais que correm risco de extinção;
- Reduza, reutilize e recicle os seus resíduos sólidos.



##### Tenha cuidado ao visitar áreas selvagens e património local

- Recolha o lixo gerado durante as visitas;
- Escolha as rotas que causam menor impacto na paisagem (favorecendo estradas existentes e trilhos).



##### Informe-se e seja um turista respeitador

- Tenha em consideração as leis locais e nacionais;
- Respeite os direitos humanos e proteja as crianças da exploração, especialmente sexual e/ou relacionada com trabalho infantil;
- Investigue de antemão os locais onde pode receber atendimento médico.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.4 Informação e sensibilização para o Destino



### O que é?

#### Importância

Como **parte integrante de uma cadeia de valor** do setor do Turismo, **cabe a cada estabelecimento informar e sensibilizar** os seus clientes para o Destino. Deverá ser dado a conhecer ao hóspede o que a Região tem para oferecer enquanto Destino turístico, focando-se em **(A)** aspetos culturais, **(B)** aspetos ambientais e **(C)** diretrizes para a adoção de um comportamento mais sustentável.

Clientes que cheguem ao Destino sem qualquer tipo de contacto prévio com o mesmo, deverão ter ao seu **dispor um residente local responsável** que esteja devidamente preparado para **providenciar a informação** necessária.

Adicionalmente, deverão ser disponibilizados **suportes físicos e/ou digitais** onde conste informação sobre o Destino (e.g. panfletos, cartazes, envio de emails automáticos com informação sobre o Destino após a realização da reserva, secção sobre o Destino no *website* do estabelecimento).



#### Requisitos Biosphere

- Existência de um serviço de informação para os clientes que forneça os elementos básicos necessários para apoiar uma atitude de respeito para com o Destino: aspetos culturais, ambientais e diretrizes de comportamento para orientar a sua conservação e uso sustentável;
  - ✓ Este serviço deve ser centralizado e dirigido por um responsável;

- ✓ A sua existência deverá ser informada aos clientes através de boletins informativos, brochuras, informações em meio eletrónico ou material equivalente;
- ✓ Deve ser disponibilizadas nos idiomas mais comuns dos clientes.
- O estabelecimento deverá informar os seus clientes sobre as atividades que a entidade responsável pela gestão do Destino turístico, Turismo do Alentejo e Ribatejo, tem desenvolvido a favor do mesmo, no âmbito ambiental, social e económico, envolvendo o cliente.



#### Vantagens:

- ✓ Dar oportunidade ao cliente de receber informação integrada acerca do Destino assim que chegue à unidade hoteleira;
- ✓ Promover a economia da Região, impactando o desenvolvimento do Destino;
- ✓ Melhorar a experiência do turista no Destino, redirecionando-o para lugares que irão aumentar o conhecimento e enriquecer a sua experiência na Região.



#### Medidas de operacionalização

- Responsável**  
Designar um responsável ou equipa, devidamente capacitada, para sensibilizar os visitantes para o Destino
- Documentos de suporte**  
Criar documentos de sensibilização para o Destino e mantê-los atualizados com atividades ou novidades que importem dar a conhecer ao cliente, preferencialmente em formato digital passível de disponibilizar na página *web* da unidade



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.5 Acessibilidade universal



### O que é?

A acessibilidade universal no contexto do Alojamento Hoteleiro passa por permitir às **pessoas com necessidades especiais** a vários níveis (visão, mobilidade, audição, problemas cognitivos, entre outros) que durante a sua estada **possam agir de forma independente, digna** e em pé de igualdade com os restantes clientes.

### Importância do Turismo Acessível

O Turismo Acessível representa uma **oportunidade** não só para as pessoas com necessidades especiais, pela sua maior inclusão social, mas também para os estabelecimentos pelas possibilidades de negócio:

#### Pessoas com necessidades especiais

- ✓ Direito básico que garante a não-discriminação;
- ✓ Favorece a participação económico-social e a igualdade de oportunidades;
- ✓ Promove a inclusão das pessoas e das suas famílias.

#### Unidades hoteleiras

- ✓ Pessoas com limitações tipicamente não viajam sozinhas;
- ✓ A existência de espaço adaptado para pessoas com necessidades pode por si só ser um fator de escolha de um estabelecimento.



### Requisito Biosphere

- Garantir condições básicas de acessibilidade e utilização do espaço físico da unidade, garantindo rotas acessíveis para todas as áreas, mobiliário adaptado, entre outros;
- Não discriminação das pessoas com limitações.



### Eixos de atuação

#### 1 Adoção de uma atitude inclusiva

As relações com pessoas com necessidades especiais são geralmente marcadas pela conflitualidade e segregação. A inclusão de todos os hóspedes deverá passar por envolver e responsabilizar o *Staff* por este esforço.

#### 2 Capacidade de atendimento especial

Existem diversas formas de limitações. O estabelecimento deve ter a capacidade de lidar/receber pessoas com qualquer tipo de necessidade especial.

#### 3 Informação disponível em formatos acessíveis

Apresentação da informação sobre a unidade hoteleira, o Destino e outra considerada relevante, em formatos que permitam a sua assimilação por parte de pessoas com limitações.

#### 4 Adaptação do espaço físico

Investimento na adaptação do espaço físico de forma a ir ao encontro das necessidades dos clientes com limitações e satisfazer melhor as suas necessidades, proporcionando uma melhor estada – aumentando a probabilidade de retorno e recomendação do estabelecimento.



### Sabia que?

Cada viagem que uma pessoa com necessidades especiais realiza atrai em média **1,5 pessoas**.

**80 milhões de pessoas na UE**, ou um sexto da população, tem algum tipo de limitação.



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

## 5.5 Acessibilidade universal



### Medidas de operacionalização<sup>1</sup>

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>2</sup>
Capacidade de atendimento especial	<input type="checkbox"/> <b>Antecipação de pedidos de ajuda</b> O <i>Staff</i> deverá estar atento e antecipar potenciais pedidos de ajuda, não insistindo caso o pedido seja negado	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Realocação gratuita (se aplicável)</b> Realocação para quartos mais adequados (mais amplos ou adaptados, caso existam) de forma gratuita e sem pedido prévio pelo cliente	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Cães-guia</b> Permitir o acesso a cães-guia no estabelecimento	Baixa
Informação disponível em formatos acessíveis	<input type="checkbox"/> <b>Responsável de informação</b> Atribuição da responsabilidade a um ou vários colaboradores, devidamente capacitados (e.g. conhecimento de linguagem gestual), de receber e providenciar informações a pessoas com limitações	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Disponibilização alternativa de conteúdos</b> Disponibilização, no espaço físico e <i>online</i> , da informação em formatos que sejam perceptíveis perante as várias limitações (e.g. vídeos com linguagem gestual, afixação de informação em Braille, guias em formato auditivo)	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Sinalização</b> Colocação de sinais indicativos e de condução aos espaços e valências apropriadas para pessoas com limitações (e.g. diretórios e ementas disponíveis em braille, estacionamento, casas de banho, etc.)	Baixa



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> As medidas aqui descritas não eliminam a obrigatoriedade de observar o cumprimento dos requisitos legais aplicáveis; <sup>2</sup> Meramente ilustrativo

## 5.5 Acessibilidade universal



### Medidas de operacionalização (cont.)<sup>1</sup>

Objetivo	Medida	Complexidade <sup>2</sup>
Adaptação do espaço físico	<input type="checkbox"/> <b>Acesso principal</b> A entrada do estabelecimento deverá estar nivelada com o pavimento exterior (ou deverá existir uma rampa/elevador que garanta o acesso sem recurso a escadas) e a porta adaptada à passagem de uma cadeira de rodas	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Receção</b> O balcão da receção deverá ter duas alturas de forma a poder atender pessoas em cadeiras de rodas ou de baixa estatura	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Vias de circulação (verticais e horizontais)</b> As vias de circulação (dentro e fora do estabelecimento) até aos quartos ou espaços comuns (inclusive mudança de piso) não devem conter barreiras/obstáculos ou deverão estar adaptadas a pessoas com limitações	Baixa
	<input type="checkbox"/> <b>Casas de banho</b> Disponibilização de casas de banho para pessoas com necessidades especiais, que cumpram as dimensões recomendadas e possibilitem o livre movimento dos hóspedes	Média
	<input type="checkbox"/> <b>Quartos</b> Oferta de quartos especializados para pessoas com limitações (e.g. portas com pelo menos 90cm de largura, barras laterais de apoio, duche adaptado) ou adaptação de quartos normais em caso de identificação de necessidades especiais (e.g. remoção de mobiliário, colocação de cama de casal)	Alta
	<input type="checkbox"/> <b>Estacionamento</b> Existência de pelo menos um lugar de estacionamento dedicado a pessoas com limitações	Baixa



Índice



Introdução



Turismo sustentável



Património cultural



Económico & social



Ambiental



Cliente



Exemplos de Certificação

<sup>1</sup> As medidas aqui descritas não eliminam a obrigatoriedade de observar o cumprimento dos requisitos legais aplicáveis; <sup>2</sup> Meramente ilustrativo

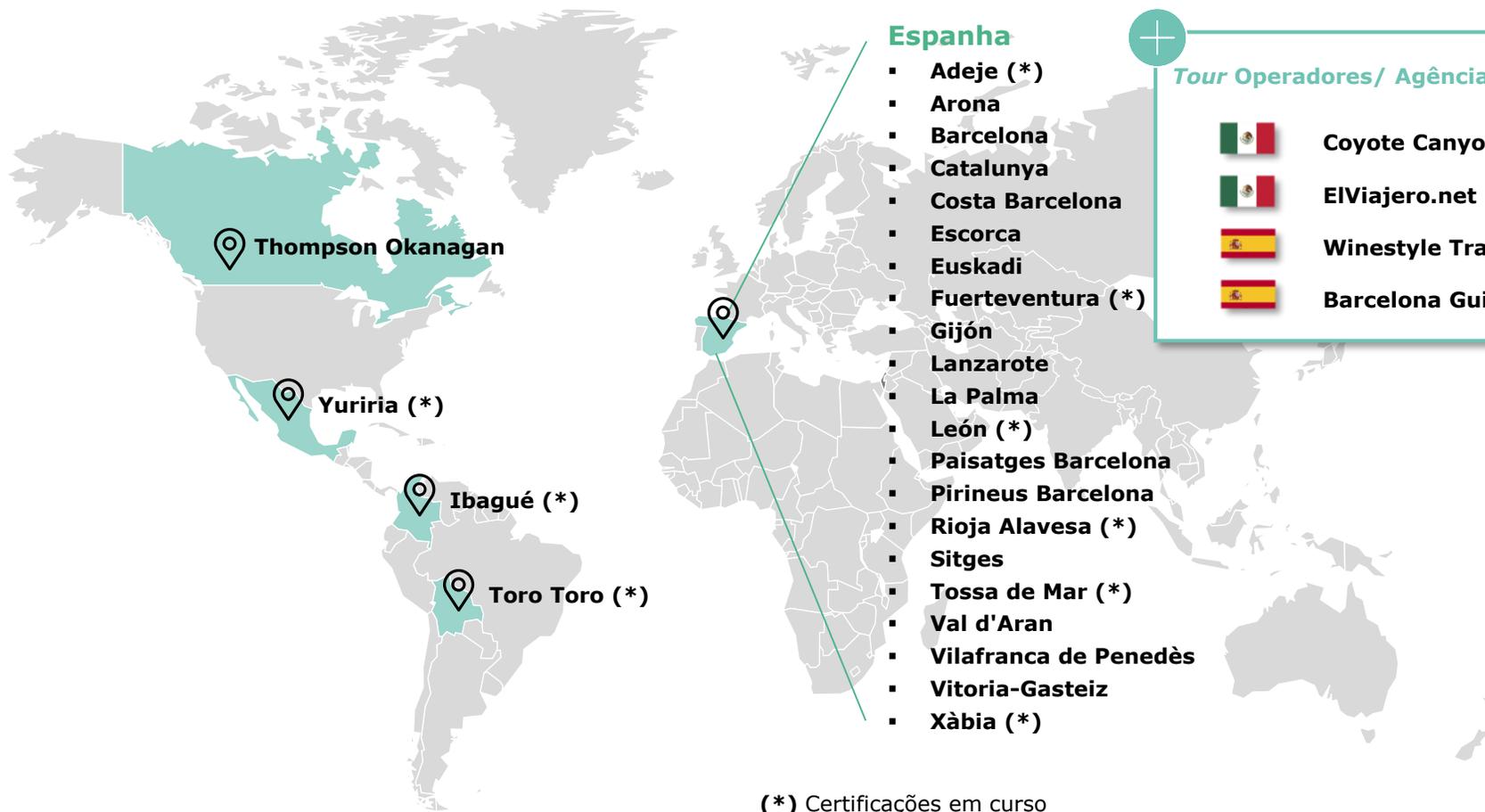
## 6. Exemplos de Certificação Biosphere

66  
99

“A Biosphere é uma grande porta que se abre para que a nossa entidade seja conhecida em todo o mundo.”

*Citação por La Magia Del Cubo, empresa Mexicana de Animação Turística*

## 6. Exemplos da Certificação Biosphere



### Tour Operadores/ Agências de Viagens Certificadas:

-  **Coyote Canyon Adventures**
-  **ElViajero.net**
-  **Winestyle Travel**
-  **Barcelona Guide Bureau**

 *25 destinos certificados, em 5 países diferentes...*

-  Índice
-  I Introdução
-  1. Turismo sustentável
-  2. Património cultural
-  3. Económico & social
-  4. Ambiental
-  5. Cliente
-  6. Exemplos de Certificação

## 6. Exemplos da Certificação Biosphere

### ... que refletem agentes turísticos alicerçados nos Pilares da Sustentabilidade

#### RESTAURANTE LOS MEZQUITES PURÍSIMA DE CHAMACUERO

"Poder estruturar várias ideias sobre a sustentabilidade e a ecologia (flora e fauna) e prepará-las num plano de trabalho com objetivos, metas e indicadores bem identificados é um estímulo e um guia para conservar e ampliar todas as atividades que nos apoiam a preservar o nosso Destino limpo e sustentável."

#### HELADOS FINOS LA FLOR DE DOLORES

"A Biosphere é para a nossa empresa um desafio e um objetivo para podermos contribuir para a qualidade e cuidado com o meio-ambiente e com estas boas práticas ser uma empresa socialmente comprometida com o planeta. Além disso é também muito importante sermos uma empresa totalmente comprometida com os acordos internacionais em matéria de sustentabilidade assim como o uso de boas práticas que possam afetar positivamente o turismo e o meio-ambiente."

#### LOS HORNOS DEL MINERAL

"A Biosphere valida o nosso esforço e desejo de ser um Hotel Sustentável e integrá-lo na comunidade."

#### RUTA PICASO

"Um processo acompanhado de melhorias sustentáveis em toda a nossa operação."

#### HOTEL GRAN REY

"A Biosphere é para nós a distinção mais rigorosa e relevante na hora de medir o nosso desempenho em matéria de sustentabilidade."

#### BAHÍA DEL DUQUE

"Para nós a Certificação Biosphere é um reconhecimento muito prestigioso do trabalho que realizamos com o objetivo de reforçar o nosso compromisso com a sustentabilidade do meio-ambiente e da comunidade."

#### HOTELES CITY EXPRESS MÉXICO

"A Biosphere é uma das melhores certificações internacionais. É a única que se preocupa em criar um standard que cumpra com os 3 pilares da sustentabilidade, e que, além disso, os seus objetivos se adaptem às necessidades de cada país."

#### H10 OCEAN MAYA ROYALE

"Ter uma certificação como a Biosphere ajuda-nos a captar clientes sensíveis em matéria ambiental, além de contribuir para o uso eficiente de recursos e redução dos consumos de energia elétrica, combustíveis, água e matérias primas."

#### BOCAMINA SAN RAMÓN

"A Biosphere é uma grande oportunidade ter um turismo de futuro que considere todos os aspetos necessários para deixar, às gerações futuras, um espaço confortável que possam disfrutar ao máximo."

#### HOTEL EDÉN DE LOS ANGELES

"A Certificação Biosphere é uma grande oportunidade para melhorar e proporcionar um melhor serviço e criar consciência entre os nossos hóspedes para conservar e manter os recursos naturais, culturais, sociais e económicos e, desta forma, contribuirmos para termos um país mais sustentável."

#### LORO PARQUE

"Esta certificação é um reconhecimento do compromisso da nossa organização com o meio-ambiente e dos esforços em conservação e proteção da biodiversidade."

#### LA MAGIA DEL CUBO

"A Biosphere é uma grande porta que se abre para que a nossa entidade seja conhecida em todo o mundo."

#### RESTAURANTE VAN GOGH

"A Biosphere representa uma oportunidade de crescimento a nível global da empresa através da disciplina e compromisso de cada um dos seus colaboradores, conseguindo o desenvolvimento sustentável protegendo o património cultural e natural das gerações futuras."

#### CITY EXPRESS PLAYA DEL CARMEN

"O Processo de Certificação Biosphere é uma grande oportunidade de melhoria das ações a realizar, para contribuir para a sustentabilidade dos recursos naturais, cumprindo com standards internacionais."

#### TWENTYTÚ HI-TECH HOSTEL

"Sermos Biosphere representa uma melhoria na orientação dos nossos objetivos e cumprir com o estabelecimento de políticas responsáveis e sustentáveis, além de valorizar muitas das iniciativas que são desenvolvidas a nível interno. O facto de sermos o primeiro Hostel a obter esta certificação em todo o mundo deu-nos imensa visibilidade e suscitou bastante interesse por parte de clientes e potenciais clientes."



Índice

I

Introdução

1.

Turismo sustentável

2.

Património cultural

3.

Económico & social

4.

Ambiental

5.

Cliente

6.

Exemplos de Certificação



ENTIDADE REGIONAL DE TURISMO

Em colaboração com...

**Deloitte.**



... Rumo a um Destino Sustentável.

Acreditamos que este Manual não servirá apenas como objeto de leitura, mas como ferramenta indispensável ao Alojamento Hoteleiro da região do Alentejo e Ribatejo (Lezíria do Tejo) no traçar do seu caminho para a Sustentabilidade.

Cofinanciado por:





“Deloitte” refere-se a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada de responsabilidade limitada do Reino Unido (DTTL), ou a uma ou mais entidades da sua rede de firmas membro e respetivas entidades relacionadas. A DTTL e cada uma das firmas membro da sua rede são entidades legais separadas e independentes. Aceda a [www.deloitte.com/pt/about](http://www.deloitte.com/pt/about) para saber mais sobre a nossa rede global de firmas membro.

A Deloitte presta serviços de *audit & assurance*, *consulting*, *financial advisory*, *risk advisory*, *tax* e serviços relacionados a clientes nos mais diversos setores de atividade. Quatro em cada cinco empresas da Fortune Global 500® recorrem aos serviços da Deloitte, através da sua rede global de firmas membro presente em mais de 150 países, combinando competências de elevado nível, conhecimento e serviços de elevada qualidade para responder aos mais complexos desafios de negócio dos seus clientes. Para saber como os aproximadamente 245.000 profissionais criam um impacto positivo, siga a nossa página no [Facebook](#), [LinkedIn](#) ou [Twitter](#).

