



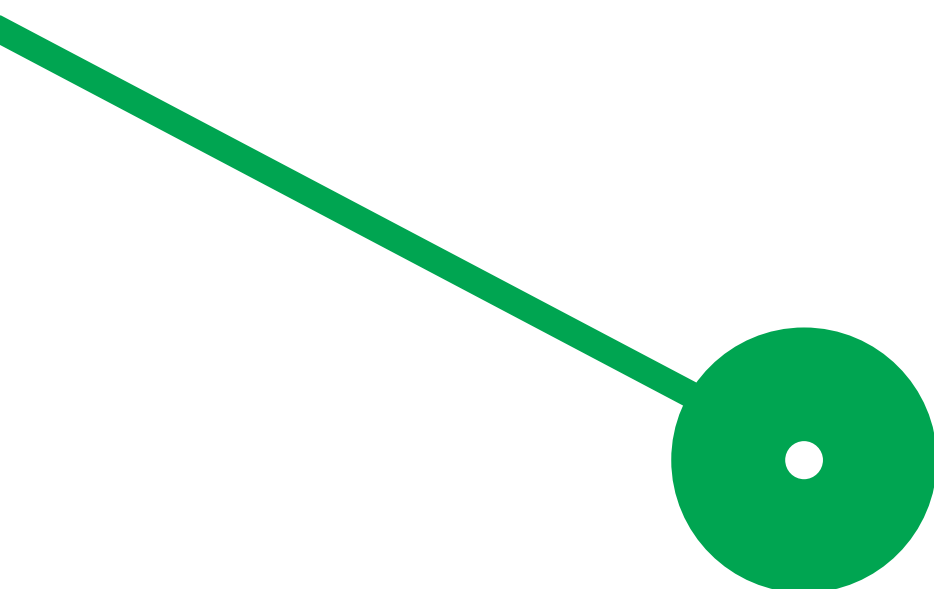
MESTRADO

Mestrado em Direção Hoteleira

# Processo de Planeamento e Execução de Eventos em Hotelaria: Estudo de Caso do Porto Palácio Hotel by The Editory

Tiago Costa da Conceição

11/2025



Vila do Conde, novembro de 2025  
Politécnico do Porto  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Tiago Costa da Conceição

Processo de planeamento e execução de eventos em hotelaria: estudo de caso do  
**Porto Palácio Hotel by The Editory**

Relatório de Estágio de Mestrado

**Mestrado em Direção Hoteleira**

Orientação: Prof.(a) Doutora Cristina Mouta e Prof. Especialista José António Silva

Vila do Conde, novembro de 2025

Tiago Costa da Conceição

**Processo de planeamento e execução de eventos em hotelaria: estudo de caso do  
Porto Palácio Hotel by The Editory**

Relatório de Estágio de Mestrado  
Mestrado em Direção Hoteleira

**Membros do Júri**

Presidente

Prof. Doutor Eduardo Rui Viana Barbas de Albuquerque  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Orientador

Prof.<sup>(a)</sup> Doutor(a) Cristina Susana Mouta Alves da Silva  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

Vogal - Arguente

Prof.<sup>(a)</sup> Doutor(a) Mónica Pereira de Oliveira  
Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Instituto Politécnico do Porto

## AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos que permitiram a realização do estágio e que me apoiaram durante o decorrer deste processo de descoberta e aprendizagem.

Aos meus pais que sempre se mostraram disponíveis para me ajudar, e que sempre apoiaram as minhas decisões, permitindo-me a realização do estágio sem preocupações.

À minha namorada, que esteve sempre ao meu lado, motivando-me a escrever o relatório de estágio e nunca me deixando desistir.

À Professora Doutora Cristina Mouta e ao Professor Especialista José Silva, que, mesmo quando solicitados já tardiamente, se mostraram disponíveis para me orientar, acompanhando-me desde a definição da proposta até à submissão do projeto. Agradeço o apoio, a motivação e a constante disponibilidade para ajudar.

Ao Porto Palácio Hotel e a todos os colaboradores e estagiários que facilmente me incluíram no grupo, ensinaram com prazer e dedicação e que me ajudaram quando necessitava.

Aos meus colegas de trabalho, que sem eles a conclusão deste projeto não seria possível dada a sua participação nas entrevistas realizadas e ao apoio dado na reunião de informação.

À ESHT e a todo o corpo docente do Mestrado em Direção Hoteleira, que me permitiu durante a minha formação académica crescer.

A todos um obrigado.

## RESUMO ANALÍTICO

O presente trabalho investiga os processos de planeamento e execução de eventos em hotelaria, tendo como base o estudo de caso do Porto Palácio Hotel by The Editory. A pesquisa aborda a crescente importância dos eventos para a diversificação de receitas e o combate à sazonalidade na hotelaria. Através de uma metodologia qualitativa, baseada em entrevistas semiestruturadas com colaboradores do Hotel e análise de conteúdo dos dados recolhidos, o estudo explora as fases críticas da gestão de eventos, desde o planeamento inicial até à avaliação pós-evento. São identificadas as sinergias entre equipas, os desafios operacionais e as estratégias adotadas para assegurar o sucesso e a satisfação do cliente. Os resultados oferecem *insights* valiosos sobre as melhores práticas e áreas para melhoria contínua na organização de eventos em contexto hoteleiro, contribuindo para a literatura sobre gestão de eventos e hotelaria.

**Palavras-chave :** Banquetes; Eventos; Gestão de Eventos; Hotelaria; Porto Palácio Hotel;

## ABSTRACT

This study investigates the planning and execution processes of events in the hospitality sector, using the Porto Palácio Hotel by The Editory as a case study. The research highlights the growing importance of events for revenue diversification and avoiding seasonality in the hotel industry. Through a qualitative methodology based on semi-structured interviews with hotel professionals and content analysis of the collected data, the study explores the critical stages of event management, from initial planning to post-event evaluation. It identifies synergies between teams, operational challenges, and the strategies adopted to ensure success and customer satisfaction. The findings offer valuable insights into best practices and areas for continuous improvement in event organisation within the hotel context, contributing to the literature on event management and hospitality.

**Keywords:** Banqueting; Event Management; Events; Hospitality; Porto Palácio Hotel.

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO 1 – REVISÃO DE LITERATURA .....	2
1 ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS.....	2
1.1 Definição e Conceitos Fundamentais.....	3
1.1.1 Classificação por dimensão e tipologia de eventos.....	3
1.1.2 Principais categorias em contexto hoteleiro.....	5
1.2 A importância dos Eventos .....	6
1.2.1 Diversificação de fontes de receita.....	6
1.2.2 Combate à sazonalidade e aumento da taxa de ocupação .....	6
1.2.2.1 O papel dos eventos na redução da sazonalidade.....	7
1.2.3 Desenvolvimento do turismo e valorização da cultura.....	7
1.3 Eventos em Hotelaria .....	7
1.4 Principais desafios enfrentados na organização de eventos.....	8
1.4.1 Sinergias entre equipas.....	8
1.4.2 Desperdício Alimentar .....	9
1.4.3 Gestão de ruídos.....	10
1.5 Influência da realização de eventos em Hotelaria em Portugal.....	10
1.6 Planeamento e Execução de Eventos em Hotelaria .....	11
1.6.1 Fase de Planeamento.....	11
1.6.2 Fase de Execução .....	11
1.6.3 Avaliação de Resultados.....	12
1.7 Oportunidades para o setor em Portugal.....	13
1.7.1 Posicionamento a nível internacional .....	13
1.7.2 Inovação de produtos e serviços.....	14
1.7.3 Evolução do mercado.....	14
CAPÍTULO 2 – APRESENTAÇÃO DO GRUPO .....	15
2 O GRUPO <i>THE EDITORY COLLECTION HOTELS</i> .....	15
2.1 A História.....	15
2.2 A marca (missão, valores e objetivos) .....	16
CAPÍTULO 3 – O PORTO PALÁCIO HOTEL BY THE EDITORY .....	17
3 APRESENTAÇÃO DO PORTO PALÁCIO HOTEL .....	17

3.1	A história.....	17
3.2	Caracterização do Hotel.....	17
3.3	Alojamento .....	18
3.4	SPA.....	18
3.5	Restauração e Banquetes.....	18
3.6	Organograma.....	19
CAPÍTULO 4 – RELATÓRIO DE ESTÁGIO .....		23
4	FUNÇÕES DESEMPENHADAS.....	23
4.1	Tratamento de pedidos.....	23
4.1.1	Contacto e elaboração de propostas.....	23
4.1.2	Realização de visitas de inspeção.....	24
4.2	Planeamento, Organização e Formalização de Eventos.....	24
4.2.1	Confirmação e Contratualização .....	24
4.2.2	Gestão de pagamentos.....	25
4.2.3	Definição de Detalhes Operacionais .....	25
4.3	Comunicação Interna.....	25
4.3.1	Reuniões.....	26
4.4	Supervisão e acompanhamento do evento.....	26
4.4.1	Verificação .....	26
4.4.2	Acolhimento e Ponto de Contacto .....	27
4.4.3	Supervisão.....	27
4.5	Faturação e Feedback.....	27
CAPÍTULO 5 – O DEPARTAMENTO DE F&B.....		28
5	DEPARTAMENTO DE BANQUETES.....	28
5.1	A equipa .....	29
5.2	Centro de Congressos e Salas .....	29
5.2.1	Procedimentos do Centro de Congressos .....	30
5.2.1.1	Acesso.....	30
5.2.1.2	Equipamentos .....	30
5.2.1.3	Catering.....	31
5.2.1.4	Segurança Alimentar .....	31
5.2.1.5	Logística.....	31

5.2.1.6	Comunicação Social .....	32
5.2.1.7	Contratação de serviços externos.....	32
5.3	A Oferta .....	32
5.3.1	Kit de Eventos.....	32
5.3.2	Menus.....	33
5.4	A ordem de serviço.....	34
5.5	Rácios e Gestão Operacional.....	34
5.5.1	A capitação de comida, nos diferentes outlets.....	35
5.5.2	<i>Food and Beverage Cost</i> .....	35
5.5.3	Rácios de colaboradores nos diferentes outlets .....	36
5.5.4	Organização Logística .....	37
CAPÍTULO 6 – OS PROCESSOS DE PLANEAMENTO E EXECUÇÃO DE EVENTOS .....		39
6	OS PROCESSOS DE PLANEAMENTO .....	39
6.1.1	Receção do pedido.....	39
6.1.2	Envio de Proposta .....	39
6.1.3	Follow-up/Contacto com cliente .....	40
6.1.4	Visita de inspeção .....	40
6.1.5	Confirmação de reserva .....	41
6.1.6	Serviços Contratados.....	41
6.1.7	Envio da Ordem de Serviço .....	41
6.1.8	Reunião Semanal.....	41
6.2	Os Processos de Execução .....	41
6.2.1	Montagens do local.....	42
6.2.2	Receção dos Organizadores.....	42
6.2.3	Gestão de equipas e clientes.....	43
6.2.3.1	Gestão de novos pedidos .....	43
6.2.4	Gestão de F&B .....	43
6.2.5	Desmontagens.....	44
6.2.6	Pós-evento .....	44
CAPÍTULO 7 – METODOLOGIA.....		46
7	JUSTIFICAÇÃO DA METODOLOGIA .....	46
7.1	Objetivos da investigação.....	47

7.2	Recolha de Informação.....	47
7.2.1	Guião de Entrevistas.....	48
7.3	Seleção dos Participantes.....	49
7.4	Recolha e Tratamento dos Dados.....	50
CAPÍTULO 8 – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....		52
8	OS PROCESSOS DE PLANEAMENTO E EXECUÇÃO DE EVENTOS EM HOTELARIA.....	52
8.1	Objetivo específico nº1 - Identificar quais as atividades e recursos que são críticos para o sucesso de um evento.....	53
8.2	Objetivo específico nº2 - Analisar as sinergias entre o departamento de eventos e os demais.....	54
8.3	Objetivo específico nº3 - Identificar os principais desafios operacionais encontrados na gestão de eventos.....	56
8.4	Objetivo específico nº4 - Apresentar uma proposta de melhoria do processo de planeamento e execução do departamento de eventos.....	56
CAPÍTULO 9 – PROPOSTA DE PROCEDIMENTOS.....		59
9	PROPOSTA DE <i>CHECKLIST</i> .....	59
9.1	Proposta de Manual de Procedimentos.....	60
CAPÍTULO 10 – CONCLUSÕES E LIMITAÇÕES.....		61
CONCLUSÃO.....		61
LIMITAÇÕES.....		62
SUGESTÕES PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS.....		62
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		64
APÊNDICES.....		68
Apêndice I – Guião de Entrevistas.....		69
Apêndice II – Análise de Entrevistas.....		71
Apêndice III – Proposta de <i>Checklist</i> .....		72
Apêndice IV – Proposta de Manual de Procedimentos.....		74
ANEXOS.....		93
Anexo A – Consentimento Informado.....		94
Anexo B – Kit de Banquetes 2025.....		96

## Lista de ilustrações

Figura 1 - Organograma PPH .....	21
----------------------------------	----

## Lista de tabelas

Tabela 1 - Relação entre objetivos e questões .....	49
---	----

## **Lista de siglas**

F&B – Food and Beverage

HACCP - Hazard Analysis & Critical Control Point

ICCA - International Congress and Convention Association

MICE – Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions

PM – Posting Master

PPH – Porto Palácio Hotel

SPA - Salus Per Aquam

## Glossário

**À la Carte** - Serviço de refeições em que os pratos são escolhidos individualmente de um menu, com preços separados, e preparados na hora.

**Buffet** - Serviço onde os alimentos são dispostos numa mesa, para que os convidados se sirvam livremente.

**Buffet sentado** - Versão do buffet em que os convidados se servem nos balcões, mas consomem as refeições sentados à mesa.

**Buffet volante** - Versão do buffet em que os convidados se servem nos balcões, mas consomem as refeições em pé ou apoiados por mesas bistrô.

**Cabaret** - Estilo de montagem de sala com mesas redondas, mas com cadeiras apenas numa parte da mesa, geralmente viradas para um palco ou zona de apresentações.

**Caixa técnica** - Estrutura embutida no chão de salas, usada para fornecer acesso direto a infraestruturas como energia, internet, telefone, som e vídeo.

**Check-list** - Lista organizada de tarefas que devem ser verificadas e/ou concluídas, garantindo que nada é esquecido durante o planeamento.

**Cocktail Bar** - Balcão ou área onde são preparados e servidos cocktails e outras bebidas, geralmente com um bartender especializado.

**Cocktail Dinatoire** - Serviço informal de alimentação em pé que substitui uma refeição completa. São servidas pequenas porções de comida ao longo do evento.

**Coffee Break** - Intervalo entre sessões de um evento, onde são servidos café, bebidas e snacks leves.

**Coffee Station** - Área fixa onde os participantes podem servir-se de café, chá, água e outras bebidas, geralmente disponível ao longo do dia.

**Escola** - Disposição de sala com mesas e cadeiras organizadas em filas, todas viradas para a frente, como numa sala de aula.

**Follow-up** - Ação de acompanhamento, realizada por email e/ou telefone, para confirmar que o cliente recebeu o orçamento e identificar eventuais dúvidas ou necessidades de apoio.

**Food and beverage cost** - Indicador que representa o custo total das matérias-primas utilizadas na produção e venda de serviços, de comidas e bebidas, em relação às receitas obtidas.

**Foyer** - Área de recepção ou espaço anexo a uma sala principal, usado para acolhimento, credenciação ou pausas durante eventos.

**Hamмам** – Banho Turco

**Iluminação cénica** - Sistema de luzes utilizado para criar ambientes, destacar elementos decorativos ou dar ênfase a palcos e oradores.

**Kit de eventos** - Conjunto de informações e recursos fornecidos aos organizadores, incluindo a disponibilidade e variedade de alimentação e bebidas, bem como as condições, capacidades e opções de disposição das salas e outros serviços relacionados.

**Laconium** – Banho seco

**Mesa única** - Montagem em que todos os participantes se sentam à volta de uma única mesa, normalmente retangular ou oval, usada para reuniões formais ou jantares exclusivos.

**Mesas Bistrô** - Mesas altas e pequenas usadas em eventos informais ou cocktails. Servem de apoio para copos e pratos, permitindo que os convidados permaneçam de pé.

**Menu** – Menu fixo, com valor predeterminado, onde o cliente pode escolher entre algumas opções para cada prato.

**Ordem de serviço** - Documento elaborado e enviado a todas as chefias e departamentos, contendo toda a informação necessária para a preparação e execução de um evento futuro.

**Outlets** - Pontos de venda ou serviços dentro de uma unidade hoteleira, como restaurantes, bares, spas ou lojas.

**Plateia** - Disposição de cadeiras em filas, sem mesas, todas voltadas para o palco ou orador. Usada em palestras, conferências ou apresentações.

**Room Service** - Serviço de entrega de refeições ou bebidas diretamente no quarto de hóspedes de um hotel.

**Régie** - Posto de controlo técnico responsável pela coordenação de som, luz, vídeo e projeção durante um evento.

**Setup** - Processo de montagem de um espaço antes de um evento, incluindo disposição de mobiliário, equipamentos, e materiais necessários.

**Sundeck** - Área ao ar livre, geralmente num terraço ou junto à piscina, equipada com espreguiçadeiras, mesas e guarda-sóis, usada para lazer ou eventos sociais.

U (**em U**) - Montagem de sala em formato de U com mesas e cadeiras à volta, permitindo interação entre participantes e visão clara para o orador.

**Visitas de inspeção** - Visitas realizadas previamente por organizadores a locais de eventos, com o objetivo de avaliar as condições, infraestrutura e serviços disponíveis.

## INTRODUÇÃO

Atualmente o setor hoteleiro enfrenta um cenário competitivo e de constante inovação, onde a diversificação de serviços e a otimização de receitas se tornam fundamentais. Assim, a organização de eventos surge como um pilar estratégico, não apenas para a geração de novos fluxos de receita, mas também como um instrumento eficaz no combate à sazonalidade. Portugal, tem-se afirmado como um destino de relevo no panorama internacional de eventos, com cidades como Lisboa a destacarem-se nos *rankings* globais, o que reforça a importância de aprofundar o conhecimento sobre as práticas e desafios da área.

O presente relatório de estágio pretende analisar o processo de planeamento e execução de eventos no setor hoteleiro, tendo como base o estudo de caso do Porto Palácio Hotel by The Editory. Propõe-se explorar as fases críticas da gestão de eventos, desde o pedido inicial até à avaliação pós-evento, identificando as sinergias necessárias entre as equipas, os desafios enfrentados e as estratégias adotadas para garantir o sucesso dos eventos e a satisfação do cliente.

De forma a alcançar os objetivos propostos, foi adotada uma metodologia de investigação qualitativa. A recolha de dados foi realizada através da realização de entrevistas semiestruturadas com colaboradores envolvidos diretamente na organização de eventos no Hotel em estudo, o que permite registar as suas experiências, perceções e conhecimentos na área.

Estruturalmente, este trabalho encontra-se organizado em capítulos que abordam, sequencialmente, a revisão de literatura sobre eventos em hotelaria, a caracterização do Porto Palácio Hotel by The Editory e do seu Departamento de *Food & Beverage* (F&B), a metodologia de investigação, a discussão dos resultados obtidos e, por fim, as conclusões e recomendações para futuras investigações. Através desta abordagem sistemática, espera-se fornecer *insights* valiosos para colaboradores e académicos interessados na otimização da gestão de eventos no setor hoteleiro, bem como contribuir para o avanço do conhecimento na área. Este estudo visa, ser uma ferramenta útil para a melhoria contínua das práticas de organização de evento, promovendo a excelência e a inovação no setor.

## CAPÍTULO 1 – REVISÃO DE LITERATURA

No capítulo inicial, pretende-se estabelecer as bases teóricas que sustentam a presente investigação. Através da análise da literatura existente, foram explorados os principais conceitos relacionados com a organização de eventos, a importância destes para o setor hoteleiro, permitindo a diversificação da receita e o combate à sazonalidade. Serão abordados os conceitos fundamentais, as tipologias de eventos, os desafios operacionais enfrentados e as oportunidades existentes no mercado português. A revisão de literatura não visa apenas a contextualização do estudo realizado, como pretende identificar lacunas existentes no conhecimento e estudos realizados, fornecendo um enquadramento sólido para a compreensão dos processos de planeamento e execução de eventos em hotelaria.

A presente revisão de literatura está estruturada para abordar os principais aspetos da organização de eventos em hotelaria, desde conceitos fundamentais até desafios operacionais. Esta tem como objetivo fornecer uma base teórica sólida, para o desenvolvimento do projeto permitindo identificar possíveis lacunas na investigação.

### 1 Organização de Eventos

A organização de eventos no setor hoteleiro representa um segmento estratégico, combinando oportunidades significativas de negócio com desafios operacionais complexos (Barradas, 2021). Com esta revisão de literatura pretende-se realizar uma análise abrangente sobre o planeamento e execução de eventos em hotelaria, focando-se nos aspetos práticos e operacionais que determinam o sucesso nesta área.

O mercado de eventos em hotelaria tem apresentado um crescimento consistente no decorrer dos últimos anos, com Portugal a posicionar-se como o 9º destino mundial para eventos, segundo o *ranking* da International Congress and Convention Association (ICCA) de 2023 (Turismo de Portugal, 2024). Lisboa destaca-se como a 3ª cidade a nível mundial para a realização de eventos (TravelBI, 2024).

## **1.1 Definição e Conceitos Fundamentais**

Atualmente, o significado da palavra evento é entendido como uma celebração de um acontecimento especial, uma vez que, quando falamos em evento, estamos a falar de um marco propositado, planeado e organizado com data de realização, bem como hora de início e fim, além do local como é óbvio (Pedro et al. 2005).

Para Caetano et al. (2018), um evento é um acontecimento especial, planeado e organizado com um objetivo, num determinado momento e local, para um público-alvo identificado, que deve, por si só, ser motivo de notícia e causar impacto, para que o resultado seja apenas o sucesso.

Já em hotelaria, os eventos podem ser definidos como acontecimentos planeados, temporários e com propósito específico, realizados em instalações hoteleiras e que requerem a coordenação de diversos recursos e serviços para sua execução bem-sucedida (Getz & Page, 2016). Estes eventos variam significativamente em termos de escala, duração, propósito e público-alvo, exigindo abordagens personalizadas para cada tipologia (Rogers, 2019).

O âmbito dos eventos em hotelaria estende-se desde pequenas reuniões corporativas até grandes congressos internacionais, incluindo celebrações sociais, lançamentos de produtos, exposições e conferências (Fenich, 2019). Esta diversidade representa simultaneamente uma oportunidade e um desafio para os gestores hoteleiros, que precisam desenvolver competências e infraestruturas versáteis para atender diferentes necessidades (Barradas, 2021).

Contudo, Caetano et al. (2018), refere que ao falar de eventos pode-se falar de um jantar de empresa, um convívio de Natal ou uma festa de estudantes, como também se pode falar de uma megafestival de música, uma vez que todos eles têm o comum facto de serem um evento.

### **1.1.1 Classificação por dimensão e tipologia de eventos**

Para Caetano et al. (2018), os eventos podem ser diferenciados pelo que os distingue e não pela generalidade de fatores inerentes à sua organização. Assim, como principal fator de distinção, os autores consideram, a sua dimensão e amplitude, dividindo os mesmos em cinco categorias.

Segundo Davidson e Rogers (2018), são várias as principais categorias identificadas de eventos realizados em contexto hoteleiro. A diferenciação destas categorias é essencial para possibilitar a compreensão das necessidades e expectativas dos clientes.

#### **Micro evento**

Não exige nenhum ou quase nenhum recurso financeiro e logístico, é realizado para um público-alvo específico e não ultrapassa cem pessoas.

#### **Pequeno evento**

Eventos com promoção e participação de entidades e/ou promotores locais, os participantes variam entre cem a quinhentas pessoas.

#### **Médio evento**

Perde-se a especificidade do público-alvo definido e foca-se na divulgação regional do mesmo, o número de participantes varia entre quinhentos e três mil.

#### **Grande evento**

Perda total da definição do público-alvo a nível demográfico, geográfico e etário e o número de participantes varia entre três mil e oitenta mil.

#### **Mega evento**

O público-alvo perde-se totalmente a nível social e cultural, o motivo geográfico deixa de ser considerado e o número de participantes varia entre os cem mil e os milhões, sendo praticamente incontável.

Contudo, para a boa definição e categorização de um evento, é necessário distinguir os eventos pelas suas características e tratá-los de acordo com as suas propriedades, dado que cada evento tem as suas necessidades e características (Caetano et al. 2018).

Assim, os autores apresentam oito tipologias diferentes de eventos, conforme as características e necessidades de cada um, nomeadamente feiras, convenções de vendas,

congressos, workshops, eventos sociais, eventos culturais, eventos desportivos e outros tipos de eventos.

## 1.1.2 Principais categorias em contexto hoteleiro

### **Eventos Corporativos**

Representam uma das categorias mais significativas em termos de volume e receita para hotéis. Incluem: Reuniões e Conferências, Convenções e Congressos, *Team Building* e Incentivos, Lançamentos de Produtos (Fenich, 2019). Estes eventos são caracterizados por terem um foco profissional e objetivos de negócio claros, exigindo infraestruturas tecnológicas avançadas e serviços especializados.

### **Eventos Sociais**

Representam oportunidades significativas de receita, especialmente em períodos de menor procura corporativa: Casamentos e Celebrações Familiares, Galas e Bailes de Finalistas, Festas Temáticas e Comemorativas (Bowdin et al., 2021). Estes eventos têm uma forte componente emocional e exigem atenção especial a detalhes estéticos e experienciais.

### **Eventos Académicos e Científicos**

Segmento em crescimento, especialmente em destinos com forte presença universitária ou centros de investigação: Conferências Académicas, Simpósios e *Workshops*, Feiras de Educação e Carreira (Rogers, 2019). Estes eventos combinam elementos corporativos com necessidades específicas da comunidade académica e científica.

### **Eventos Culturais e de Entretenimento**

Incluem exposições, concertos, espetáculos e festivais, frequentemente integrados na oferta de animação do hotel ou como eventos independentes que utilizam os espaços hoteleiros (Getz, 2018). Estes eventos contribuem para a diferenciação da oferta hoteleira e para a criação de experiências memoráveis.

## **1.2 A importância dos Eventos**

Para Getz (2012), os eventos são formas significativas de criar e celebrar experiências humanas. Estes não só promovem laços sociais e culturais, como servem para alcançar objetivos estratégicos. A organização de eventos transcende o simples entretenimento, são um motor para a economia e para o desenvolvimento regional (Bowdin, et al., 2011).

Segundo Shone e Parry (2013), os eventos são utilizados, atualmente, como uma ferramenta essencial para o posicionamento estratégico das empresas, ao promover interações únicas e ao reforçar a fidelização dos clientes. O crescente desenvolvimento da organização dos eventos e da comunicação, permite a criação de eventos de diferentes tamanhos, este impacto não afeta apenas o espaço onde este decorre, como também mobiliza outros setores como transportes e alojamento.

### **1.2.1 Diversificação de fontes de receita**

A realização de eventos, permite a diversificação da fonte de receita dos hotéis, reduzindo a dependência exclusivamente do alojamento, passando a poder contar com o aluguer de salas de reunião e outras receitas associadas à realização de eventos.

Além da receita direta com o aluguer de espaços, os eventos geram receitas complementares significativas em F&B, Salus per Aquam (Spa) e outras atividades, podendo representar até 40% da faturação total em hotéis com forte vocação para este segmento (Barradas, 2021).

Esta diversificação não só aumenta o volume geral das receitas, como permite alcançar uma maior estabilidade financeira.

### **1.2.2 Combate à sazonalidade e aumento da taxa de ocupação**

No setor hoteleiro, a sazonalidade é um dos maiores desafios enfrentados, com épocas de procura alta e baixa que afeta a rentabilidade das unidades hoteleiras. Segundo Canton (2004), a hotelaria recebe da realização de eventos uma importante contribuição para o equilíbrio entre oferta e procura. A realização de eventos, especialmente durante épocas de baixa ocupação, permite aos hotéis manter níveis de ocupação mais estáveis no decorrer do ano, permite reduzir a inconsistência das receitas e melhorar o planeamento financeiro e operacional (Barradas, 2021).

### **1.2.2.1 O papel dos eventos na redução da sazonalidade**

A realização de eventos desempenha um papel fundamental na redução da sazonalidade no setor hoteleiro, em Portugal. Para Baum e Hagen (1997) as quatro principais formas para gerir a sazonalidade são os eventos e festivais, a diversificação de mercado, a diversificação de produtos e as respostas estruturais e ambientais.

Os eventos, estrategicamente planeados para decorrerem em épocas de menor procura, permitem aumentar a taxa de ocupação hoteleira, equilibrar os períodos de menor procura e garantir a sustentabilidade dos territórios. Os eventos permitem também promover o destino fora da época alta e criar oportunidades de negócio para os hotéis.

### **1.2.3 Desenvolvimento do turismo e valorização da cultura**

A realização de eventos em hotéis contribui significativamente para o desenvolvimento do turismo na região onde estes se realizam. Segundo a Euromonitor International (2023), os eventos culturais contribuem para o aumento do turismo, sendo responsáveis por aproximadamente 20% do crescimento no setor durante os períodos em que são realizados.

Diferentes tipologias de eventos como culturais, sociais e feiras realizados em hotéis contribuem para a valorização e divulgação da cultura da região, através da troca cultural entre visitantes e comunidade local, da promoção da cultural local e do desenvolvimento social através da educação e partilha de conhecimento.

Além dos benefícios diretos para o hotel, a organização de eventos contribui para o desenvolvimento do destino como um todo (Moreira, 2021). Eventos funcionam como catalisadores de desenvolvimento turístico, atraindo visitantes com maior poder aquisitivo e gasto médio superior ao turista convencional, com estudos a indicar um gasto até 3 vezes superior em eventos corporativos e de negócios (Chung et al., 2020).

## **1.3 Eventos em Hotelaria**

Os hotéis desempenham um papel fundamental na realização de eventos devido à capacidade de os receber nas suas infraestruturas, oferecer serviços personalizados garantindo experiências únicas (Fenich, 2014). Assim, o Departamento de

Eventos/Banquetes assume uma importância crescente, com a organização de eventos, para o setor hoteleiro, ao permitir gerar receitas adicionais além das tradicionalmente obtidas pelo Departamento de Alojamento. A organização e execução de eventos em hotéis requer a participação de diversos departamentos, exigindo coordenação estratégica para proporcionar excelência no serviço (Davidson & Cope, 2018). No entanto, para que o departamento atinja os objetivos definidos, é indispensável uma boa gestão, assim como o cumprimento rigoroso dos processos que sustentam a criação e execução dos eventos.

A colaboração entre diferentes departamentos de um hotel é fundamental para o sucesso de um evento. Segundo Fenich (2014), a comunicação eficaz entre departamentos como F&B, *Housekeeping*, Recepção, Manutenção e Segurança é essencial para garantir que todos os aspetos do evento sejam coordenados de forma eficiente.

Esta colaboração interdepartamental permite uma resposta rápida a situações imprevistas e assegura uma experiência consistente para os participantes.

#### **1.4 Principais desafios enfrentados na organização de eventos**

A organização de eventos em hotelaria é complexa, envolvendo a coordenação de diversos departamentos e a gestão de variáveis como a logística e a expectativa dos clientes. A identificação e análise de desafios, como a sinergia entre equipas, o desperdício alimentar e a gestão de ruídos, não só demonstram compreensão da realidade operacional do setor, mas também sublinham a necessidade de criação de estratégias para mitigar as dificuldades e garantir a excelência. Para Paiva (2023), a coordenação eficaz entre diferentes departamentos é um dos maiores desafios operacionais. Já Barradas (2021), diz que a comunicação e transmissão de informações é frequentemente comprometida por falhas de comunicação. Segundo Oliveira (2020), o desperdício alimentar é um problema significativo, especialmente em serviços de alimentação e bebida. Muitas vezes, a incerteza do número final de participantes é o fator crítico que leva à sobreprodução (Martins, 2021).

##### **1.4.1 Sinergias entre equipas**

A coordenação eficaz entre diferentes departamentos representa um dos maiores desafios operacionais na organização de eventos em hotelaria (Paiva, 2023). A

natureza multifacetada dos eventos exige colaboração entre diversos departamentos, com um único evento podendo envolver equipes de vendas, eventos, F&B, *Housekeeping*, Recepção, Segurança, Manutenção e Tecnologias de Informação, cada uma com suas próprias prioridades e processos (Teixeira & Barbosa, 2017).

A transmissão eficaz de informações entre departamentos é frequentemente comprometida por falhas de comunicação, especialmente em eventos com requisitos complexos ou alterações de última hora, com estudos a indicar que até 35% dos problemas em eventos resultam de falhas comunicacionais (Barradas, 2021). Cada departamento possui sua própria cultura, terminologia e métodos de trabalho, criando potenciais barreiras à colaboração eficaz e dificultando a implementação de processos integrados (Paiva, 2023).

A realização de *briefings* pré-evento com representantes de todos os departamentos envolvidos garante alinhamento de expectativas e clareza nas responsabilidades, sendo considerada uma prática essencial por 92% dos gestores de eventos entrevistados em estudos recentes (Barradas, 2021).

O desenvolvimento de protocolos de comunicação padronizados para alterações, resolução de problemas e escalção de decisões durante eventos reduz significativamente o tempo de resposta a situações imprevistas e melhora a percepção de qualidade do serviço (Teixeira & Barbosa, 2017).

#### **1.4.2 Desperdício Alimentar**

O principal desafio enfrentado pelo Departamento de F&B é o desperdício alimentar. Para Oliveira (2020), a realização de serviços de alimentação e bebidas apresenta desafios de sustentabilidade e eficiência, sendo o desperdício um problema significativo. A incerteza do número final de participantes, é um fator crítico, com estudos a apresentar diferenças entre o número de confirmações e presenças efetivas, com variações entre 10% a 30%, o que dificulta o planejamento, levando à sobreprodução (Martins, 2021).

Contudo, nem sempre o desperdício alimentar é proveniente da falta de participantes. Muitas vezes, organizadores e clientes, sem experiência, procuram *buffets* abundantes durante o decorrer dos eventos, solicitando maiores quantidades de comida do que são necessitadas. Segundo Oliveira (2020), o desperdício alimentar, pode

representar entre 5% a 15% do custo total de F&B, somado ao impacto ambiental associado a este, onde com cada tonelada de alimentos desperdiçados gera aproximadamente 4,14 toneladas de CO<sub>2</sub>.

### **1.4.3 Gestão de ruídos**

O equilíbrio entre um evento e o conforto dos restantes hóspedes representa um desafio significativo para a gestão hoteleira (Instituto de Estudos e Pesquisas, 2023). O ruído é identificado como principal fator de influência na reputação online de um hotel, onde 13% dos utilizadores afirmam que não voltariam a um estabelecimento devido a problemas de ruído, segundo a análise das plataformas Booking.com e TripAdvisor (Instituto de Estudos e Pesquisas, 2023).

Segundo Bitencourt et al. (2017), hóspedes em quartos próximos às salas de reuniões, apresentam uma redução na capacidade de concentração, impactando diretamente a experiência global, especialmente para viajantes de negócios.

## **1.5 Influência da realização de eventos em Hotelaria em Portugal**

A realização de eventos em hotelaria impacta diretamente nas estratégias definidas de marketing e de gestão. Segundo Barradas (2021), os eventos de negócios e os eventos desportivos são aqueles que apresentam maior relevância para o setor nas cidades de Lisboa e Porto.

A estratégia de gestão adotada para potenciar os benefícios associados à realização de eventos assenta em diversas práticas que visam a maximização da rentabilidade e a visibilidade da unidade hoteleira. Uma dessas práticas consiste no ajuste dinâmico de preços durante o período do evento, aproveitando o aumento da procura para otimizar as receitas.

Paralelamente, verifica-se uma forte aposta em estratégias de marketing digital, com especial destaque para a segmentação de públicos e a promoção dirigida, que permitem alcançar audiências específicas com maior eficácia e promover os serviços do hotel de forma mais direcionada e estratégica.

## 1.6 Planejamento e Execução de Eventos em Hotelaria

O planejamento e a execução são a base do sucesso de qualquer evento. Ao destacar essa importância é realçada a natureza estratégica da gestão de eventos. Para uma boa gestão é necessária a boa definição dos processos, alocar eficientemente os recursos e comunicar eficaz e claramente. O sucesso de um evento depende intrinsecamente de um planejamento meticuloso e de uma execução impecável (Fenich, 2014)

### 1.6.1 Fase de Planejamento

Segundo Rogers (2019), o sucesso de um evento começa muito antes da sua realização, com um planejamento detalhado e abrangente que deve capturar com precisão as expectativas e necessidades do cliente. Segundo Barradas (2021), o desenvolvimento estruturado para captar todas as necessidades e expectativas do cliente, incluindo os objetivos do evento e o perfil dos participantes, é considerado o primeiro passo crítico para os organizadores de eventos em hotelaria.

A realização de visitas de inspeção ao espaço com o cliente, permite a verificação dos mesmos e das possibilidades do evento, e aumenta significativamente a precisão do planejamento, reduzindo alterações de última hora em até 60% (Fenich, 2019).

Segundo Rogers (2019), a identificação antecipada de potenciais riscos e o desenvolvimento de planos de mitigação são a resposta essencial, especialmente para eventos de grande escala ou com requisitos complexos.

Práticas para garantir rentabilidade e transparência incluem o desenvolvimento de orçamentos que contemplem todos os custos diretos e indiretos, incluindo pessoal, equipamentos, F&B e custos operacionais, permitindo uma precificação adequada e margens sustentáveis (Barradas, 2021). A implementação de estratégias de *pricing* que considerem a sazonalidade, a ocupação do hotel e o valor estratégico do cliente, permitem maximizar receitas sem comprometer a competitividade (Fenich, 2019).

### 1.6.2 Fase de Execução

A implementação eficaz do planejamento é crucial para o sucesso do evento (Barradas, 2021). A realização de reuniões detalhadas com todas as equipas envolvidas, garantindo compreensão clara das responsabilidades e expectativas, reduz erros

operacionais em até 70% e aumenta significativamente a coesão da equipa (Rogers, 2019).

A implementação de sistemas de comunicação em tempo real entre equipas durante o evento, como rádios, aplicações móveis ou grupos de mensagens, permite resposta rápida a situações imprevistas e coordenação eficiente (Buhalis & Leung, 2018). A presença constante de coordenadores que possam tomar decisões rápidas e resolver problemas imediatamente é um fator crítico de sucesso (Davidson & Rogers, 2018).

O estabelecimento de procedimentos específicos para diferentes cenários de crise, com claras linhas de comunicação e tomada de decisão, reduz significativamente o tempo de resposta e o impacto de situações adversas (Rogers, 2019).

A formação das equipas para identificar e responder proactivamente às necessidades dos participantes antes que sejam expressas é considerada um diferencial competitivo por 85% dos hotéis de categoria superior (Bitencourt et al., 2017).

### **1.6.3 Avaliação de Resultados**

Uma vez que o processo não termina com a conclusão do evento, sendo essencial uma avaliação estruturada para melhoria contínua (Barradas, 2021). A recolha sistemática de *feedback* tanto do cliente quanto dos participantes, utilizando metodologias quantitativas e qualitativas, permite identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria com precisão (Rogers, 2019).

Estratégias para transformar eventos pontuais em relacionamentos duradouros incluem o contacto pós-evento para agradecer, recolher impressões adicionais e manter o relacionamento ativo, uma prática que aumenta a probabilidade de repetição em até 40% segundo estudos de comportamento do consumidor (Barradas, 2021). A implementação de benefícios específicos para clientes recorrentes de eventos, como condições preferenciais ou serviços exclusivos, é adotada por 85% das cadeias hoteleiras internacionais como estratégia de fidelização (Fenich, 2019).

A manutenção de contacto regular com clientes de eventos, partilhando novidades, melhorias nas instalações ou ofertas especiais, mantém o hotel presente na mente do cliente e facilita futuras contratações, com estudos a indicar que clientes que recebem comunicação regular têm 65% mais probabilidade de retornar (Davidson & Rogers, 2018).

## 1.7 Oportunidades para o setor em Portugal

O setor de eventos em Portugal tem demonstrado um crescimento significativo, contribuindo para o reconhecimento internacional do país como um destino turístico de excelência. Atualmente, Portugal afirma-se como um destino de referência mundial na realização de eventos, com Lisboa a destacar-se a nível global (Turismo de Portugal, 2024).

### 1.7.1 Posicionamento a nível internacional

Nos últimos anos, Portugal tem se destacado no mercado internacional de eventos, e de acordo com o *ranking* da ICCA de 2023, Portugal posicionou-se em 9º lugar a nível mundial e 7º a nível europeu (TravelBI, 2024).

Já no *ranking* de cidades, Lisboa destaca-se como a 3ª cidade mundial e a 2ª cidade europeia para a realização de eventos, apenas atrás de Paris. Contudo, Lisboa não é a única cidade presente na lista, a cidade do Porto ocupa o 18º lugar, Coimbra o 81º, Cascais o 90º, Aveiro o 135º e Braga o 145º. A presença de várias cidades espalhadas geograficamente permite perceber que não existe a centralização do mercado de eventos na capital do país, havendo uma presença significativa em várias regiões do país.

O contexto específico de Portugal oferece oportunidades únicas para o desenvolvimento de ofertas especializadas para segmentos específicos, como eventos médicos, tecnológicos ou de luxo, aproveitando o reconhecimento de Lisboa como 3ª cidade mundial para eventos (TravelBI, 2024). A criação de um calendário estratégico de eventos próprios que atraiam público internacional em períodos de menor ocupação é adotada por 65% dos hotéis portugueses de categoria superior como estratégia de combate à sazonalidade (Turismo de Portugal, 2024).

A colaboração com entidades de promoção turística, associações setoriais e organizadores internacionais para atrair eventos de grande escala é identificada como prioritária por 80% dos gestores hoteleiros entrevistados, especialmente em destinos como Lisboa, Porto e Algarve (Marrão, 2020).

## 1.7.2 Inovação de produtos e serviços

Diferenciação através da inovação inclui o desenvolvimento de espaços flexíveis que possam ser rapidamente adaptados para diferentes tipos de eventos, maximizando o retorno sobre o investimento e respondendo a uma diversidade maior de necessidades (Host Designers, 2024). A criação de experiências que se estendem além dos limites físicos do hotel, incorporando atrativos locais como parte integral da oferta de eventos, é adotada por 75% dos hotéis portugueses bem-sucedidos neste segmento (TNEWS, 2024).

O investimento em infraestrutura tecnológica de ponta que permita experiências imersivas e conectadas, desde projeções mapeadas até plataformas de *networking* digital, é considerado prioritário por 70% dos hotéis que buscam posicionamento premium no mercado MICE (Buhalis & Leung, 2018).

## 1.7.3 Evolução do mercado

Evolução nas expectativas dos participantes inclui a criação de eventos que envolvam todos os sentidos, criando memórias mais duradouras e diferenciação competitiva, uma abordagem adotada por 75% dos hotéis de luxo em seus eventos emblemáticos (Agapito et al., 2022). A incorporação de elementos de bem-estar em todos os tipos de eventos, desde alimentação saudável até atividades de *mindfulness* e espaços de descompressão, responde a uma procura crescente, com 68% dos participantes indicando valorizar estas componentes (Host Designers, 2024).

A valorização crescente de experiências autênticas que conectam o evento com a cultura, gastronomia e tradições locais é identificada como uma tendência significativa por 90% dos colaboradores do setor, especialmente para eventos internacionais que buscam diferenciação e autenticidade (TNEWS, 2024).

## CAPÍTULO 2 – APRESENTAÇÃO DO GRUPO

O segundo capítulo tem como propósito proceder à apresentação do grupo hoteleiro *The Editory Collection Hotels*, através da contextualização da sua história, missão, valores e objetivos estratégicos. Esta abordagem revela-se fundamental para a compreensão da organização em que se desenvolve o estudo de caso, permitindo não apenas clarificar a cultura organizacional, mas também apresentar o posicionamento do grupo no mercado hoteleiro. A análise inicial grupo é um passo essencial para a interpretação fundamentada das decisões e práticas observadas no Porto Palácio Hotel.

### 2 O Grupo *The Editory Collection Hotels*

O grupo hoteleiro *The Editory Collection Hotels*, pertence ao Grupo Sonae Capital, anteriormente designado como *Shotels*. Um grupo com mais de 30 anos de experiência no setor, conta, ao dia de hoje, com onze unidades hoteleiras de norte a sul do país e em breve com a abertura de mais duas unidades, uma em Lagos e outra no Funchal.

Atualmente, o grupo conta com hotéis em cinco destinos, sendo eles, Viana do Castelo, Porto, Lisboa, Troia e Lagos.

#### 2.1 A História

O grupo hoteleiro nasceu há 39 anos, na cidade do Porto com o Hotel Porto Palácio. Este cresceu de uma maneira desorganizada até à criação da nova marca, a *The Editory Collection Hotels*. Esta marca nasceu quando o grupo contava com cerca de cinco hotéis, em três destinos diferentes, tendo em vista a necessidade da criação de uma marca que conseguisse agregar todas as unidades já existentes e que conseguisse criar um elemento comum a todas as unidades do grupo.

Assim a marca *The Editory Collection Hotels* foi criada em plena pandemia de Covid-19, no ano de 2020, com o intuito de criar uma ligação entre todas as unidades e de preparar a empresa para novos projetos que possam surgir.

O processo de criação de um nome para a nova marca, levou à criação de uma nova palavra, uma palavra que não estivesse no dicionário, mas que remetesse a algo e

assim nasceu “*The Editory*”, uma palavra que não existe, mas que permite que a marca seja moderna e contemporânea alinhando-se com os seus valores.

Com a criação da marca, as diferentes unidades hoteleiras do grupo sofreram alterações nos seus nomes, sendo a marca introduzida no início (ex.: *The Editory Artist* Baixa). Por sua vez o Porto Palácio Hotel manteve o seu nome como base tendo acrescentado no fim a marca (ex.: Porto Palácio Hotel by *The Editory*). Esta mudança deu-se devido à forte notoriedade e presença que a marca tem na cidade do Porto.

## **2.2 A marca (missão, valores e objetivos)**

O grupo hoteleiro apresenta-se como uma coleção de hotéis com atmosferas distintas e propõe-se criar experiências únicas aos seus clientes. Assim, a marca tem como principal missão a de criar experiências memoráveis a todos aqueles que visitam os hotéis *Editory*, para que estes regressem e recomendem os hotéis do grupo.

Quanto aos valores, a marca sustenta-se em quatro pilares que são o local, a sustentabilidade, a arte e a hospitalidade. Estes valores pretendem-se fazer destacar em todas as unidades de maneiras diferentes, tornando as atmosferas de cada hotel únicas e fazendo referência ao local onde se encontram não só pela decoração, mas também pela arte presente em todas as unidades. Com isto, a marca pretende que todos os clientes consigam distinguir as unidades pela marca *Editory*, surpreendendo-se pelas atmosferas distintas de cada hotel.

## CAPÍTULO 3 – O PORTO PALÁCIO HOTEL BY THE EDITORY

Este capítulo foca-se na apresentação detalhada do Porto Palácio Hotel by The Editory, que constitui o estudo de caso principal da presente investigação. Ao longo do capítulo, será abordada a história da unidade hoteleira, a sua oferta de alojamento e os serviços disponibilizados, como o SPA, a restauração e os eventos e banquetes. Por fim, será analisada a sua estrutura organizacional. A análise aprofundada do contexto do hotel revela-se fundamental para a compreensão dos processos de planeamento e execução de eventos.

### 3 Apresentação do Porto Palácio Hotel

O Porto Palácio Hotel, localizado na Avenida da Boavista, é um hotel de cinco estrelas, segmentado para negócios e lazer. Localizado no centro de negócios do Porto e próximo do centro histórico, destaca-se assim como escolha para a realização de turismo de lazer como de negócios. Este hotel oferece uma ampla variedade de comodidades, incluindo restaurantes, bares, um *fitness center*, um SPA, um Centro de Congressos e várias salas de reunião, garantindo uma experiência completa e diferenciada para os seus clientes.

#### 3.1 A história

O Porto Palácio Hotel, o primeiro hotel do grupo, é uma unidade icónica na cidade do Porto, que abriu as suas portas a 16 de janeiro de 1986. Na sua inauguração, operava sob o nome Sheraton Porto, designação que manteve durante 10 anos. Após este período, adotou o nome pelo qual é atualmente conhecido: Porto Palácio Hotel.

#### 3.2 Caracterização do Hotel

O Porto Palácio Hotel, conta com 251 quartos distribuídos por 15 pisos. A estrutura inclui ainda um Centro de Congressos com 11 salas distribuídas por dois pisos, uma das quais é um auditório. Esta variedade de espaços permite uma maior flexibilidade para receber diferentes tipos de eventos. No âmbito do bem-estar, o hotel dispõe de um SPA com 7 salas de tratamento e um circuito de águas, assim como um *fitness center* concessionado ao grupo de ginásios Solinca.

Na área de alimentação e bebidas, o Porto Palácio Hotel oferece dois restaurantes, sendo um no 19.º piso, com uma vista panorâmica sobre a cidade do Porto, e outro no piso -1, destinado ao pequeno-almoço. O hotel conta também com dois bares, localizados nos pisos 0 e 19, e duas salas destinadas a refeições no piso -1.

### 3.3 Alojamento

O Porto Palácio Hotel conta com 251 quartos distribuídos por 15 pisos, com um total de 8 tipologias diferentes, para atender às necessidades de todos os hóspedes. Os quartos incluem 114 *Twin*, 117 Duplos, 18 Suites e 2 adaptados para pessoas com mobilidade reduzida.

Os quartos estão equipados com diversas comodidades, incluindo oferta de água, máquina de café, chaleira com seleção de chás, tábua e ferro de engomar, roupeiro com iluminação interior e serviço de abertura de cama à noite. Para maior conforto dos hóspedes, os quartos dispõem de cofre individual, minibar com garrafeira, mesa de trabalho com iluminação e uma TV LCD de 49”.

As áreas sanitárias dos quartos estão concebidas e pensadas no conforto, com piso aquecido, espelho de aumento, secador de cabelo, e *amenities* da Castelbel.

### 3.4 SPA

O Porto Palácio SPA, concebido para proporcionar diferentes experiências, conta com uma área total de 1.500 m<sup>2</sup> distribuída por dois pisos, o espaço dispõe de sete salas de tratamento, incluindo uma suite de casal

Dentro das instalações, este SPA, conta com um circuito de hidroterapia que inclui piscina interior, camas de hidromassagem, jatos de água, jacuzzi, *hammam*, *laconium*, camas aquecidas, fonte de gelo e uma zona de relaxamento.

### 3.5 Restauração e Banquetes

O hotel conta com dois restaurantes, dois bares e diversas salas para a realização de refeições.

No 19º piso encontra-se o Restaurante Auge, um restaurante elegante e moderno com as vistas de quase 360º sobre a cidade do Porto. Este restaurante de 50 lugares, conta ainda com um *Sundeck*, uma Garrafeira e um *Cocktail Bar*. Podem ser efetuadas as

refeições de almoço e jantar no restaurante, havendo ao almoço, de 2<sup>a</sup> a 6<sup>a</sup>, a possibilidade de usufruir do Menu Executivo, as restantes refeições seriam *à la carte*. Para reservas de grupos, existe também a possibilidade de usufruírem do menu de grupos, ao jantar e fins-de-semana.

O Restaurante Madruga, encontra-se no piso -1 e é o local a onde se realiza o pequeno-almoço *buffet*, todos os dias a partir das 7H da manhã. Este espaço, conta com 200 lugares.

O HUB Gastrobar encontra-se no *lobby* do hotel, oposto à receção. Este espaço foi pensado para que os clientes se sintam em casa. São servidas bebidas e comidas, desde refeições mais compostas a snacks e comidas ligeiras.

Com o intuito de prestar auxílio aos serviços realizados no hotel e no Centro de Congressos, o hotel conta com duas salas de refeições no piso -1, para além do Restaurante Madruga, a Sala Vita Pura e a Sala Salsa. As refeições realizadas nestes espaços podem ser em menu ou *buffet*, com o serviço sentado ou volante. Quanto à capacidade das salas, a Sala Vita Pura tem capacidade máxima de 200 pessoas e a sala Salsa a capacidade máxima de 50 pessoas. A Sala Salsa, conta com uma cozinha aberta, onde se podem realizar *workshops*.

Para dar apoio aos eventos realizados no hotel, as salas de reunião podem ser utilizadas para o serviço de refeições, bem como os *foyers* dos pisos 1 e 2 e do Centro de Congressos, se o serviço for realizado nas salas o mesmo pode ser serviço sentado ou volante, caso seja realizado nos *foyers* este deve ser obrigatoriamente serviço volante.

### **3.6 Organograma**

A estrutura organizacional é fundamental para o sucesso de uma empresa, especialmente no setor da hotelaria, onde a coordenação entre equipas é essencial para a prestação de um serviço de excelência. Uma estrutura hierárquica bem definida permite não só a definição de tarefas, como permite a definição do fluxo de comunicação e a organização e distribuição de tarefas/funções. Esta definição permite reduzir os conflitos e a realização de tarefas em duplicado, permitindo a especialização de equipas com tarefas e obrigações definidas.

Em hotelaria a estrutura organizacional é fundamental dado o elevado número de sinergias entre departamentos. A definição de um organograma permite também uma gestão eficaz dos recursos humanos, financeiros e materiais, otimizando o serviço e, em simultâneo, controlando os custos.

Por fim, o Porto Palácio Hotel conta com 90 colaboradores que trabalham diariamente para prestar um serviço de excelência aos clientes. O hotel gerido pela Diretora Geral que chefia diretamente os departamentos fundamentais à gestão do mesmo, *Housekeeping*, F&B, *Front Office*, SPA e Manutenção. Uma vez que o Porto Palácio, faz parte de um grupo hoteleiro, existem vários departamentos centrais como os Recursos Humanos, Departamento Financeiro, Departamento Comercial e Marketing e o Departamento de *Revenue Management*. Contudo, todos os departamentos trabalham em concordância com o Porto Palácio e com os restantes hotéis de forma a otimizar os serviços.

Na figura 1 podemos encontrar o organograma do Porto Palácio Hotel:

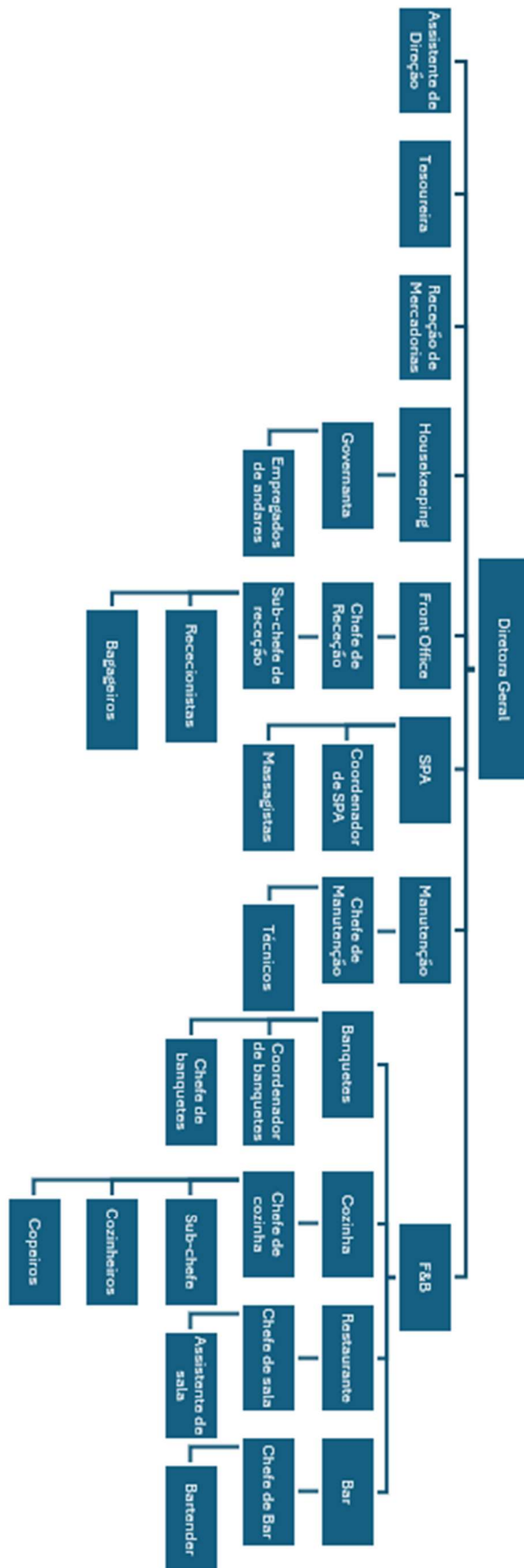


Figura 1 - Organograma PPH (Fonte: Elaboração própria)

O organograma permite compreender de forma clara a hierarquia interna e as interligações entre os diferentes departamentos do Porto Palácio Hotel. A análise do mesmo permite compreender a importância da coordenação e da comunicação entre as equipas para assegurar a eficiência operacional e a manutenção dos altos padrões de qualidade da unidade hoteleira.

## CAPÍTULO 4 – RELATÓRIO DE ESTÁGIO

O capítulo quatro apresenta as atividades desenvolvidas durante o estágio curricular realizado no Departamento de Banquetes do Porto Palácio Hotel by The Editory, com a duração de seis meses e mais de 840 horas. O estágio, desempenhado na função de Coordenador de Eventos e Banquetes, proporcionou uma experiência prática abrangente na gestão e organização de eventos, desde o tratamento de pedidos até à sua execução. Este capítulo tem como objetivo demonstrar a aplicação dos conhecimentos teóricos em contexto profissional, evidenciando as competências desenvolvidas e as tarefas realizadas ao longo do estágio.

### 4 Funções desempenhadas

No decorrer do estágio curricular, foram várias as funções desempenhadas pelo estudante. O que permitiu o envolvimento total na gestão de eventos, desde o primeiro contacto com o cliente até à fase de *follow-up* pós-evento. Este processo exigiu uma articulação constante e meticulosa com os diferentes departamentos operacionais do hotel, desde o de F&B, que inclui as equipas de cozinha e de sala, até aos de *Housekeeping*, Recepção e Manutenção, sendo essencial para assegurar a excelência e o sucesso de cada evento.

#### 4.1 Tratamento de pedidos

Na fase inicial de um evento está a gestão dos pedidos recebidos. Como Coordenador, o estudante foi o ponto de contacto primário para clientes que procuravam o Porto Palácio Hotel para a realização dos seus eventos e reuniões de trabalho.

##### 4.1.1 Contacto e elaboração de propostas

Os pedidos eram recebidos maioritariamente por correio eletrónico e via telefónica. A função do estagiário passava pela identificação das necessidades essenciais do cliente e da confirmação de disponibilidades dos espaços. Esta fase inicial era crítica para a elaboração de uma proposta preliminar atrativa e em simultâneo realista.

Após a recolha de informações, como tipo de evento, datas preferenciais, número estimado de participantes, *setup* da sala e necessidades de F&B, o estudante

procedia à atualização das propostas enviadas, de forma a apresentar as soluções de espaços e serviços, refletindo uma imagem de qualidade e profissionalismo do hotel.

A capacidade de resposta rápida e ajustada era um fator diferenciador no mercado competitivo dos eventos corporativos. Cada proposta era personalizada, considerando as especificidades do evento e as características do cliente, desde empresas multinacionais a organizações locais, cada uma com as suas particularidades e exigências.

#### **4.1.2 Realização de visitas de inspeção**

De forma a conhecerem os diferentes espaços propostos para a organização de um evento, os clientes dirigem-se ao hotel com o objetivo de conhecerem os espaços e os serviços incluídos, e de forma a visualizarem o que inicialmente idealizaram para o seu evento. Estas visitas são realizadas pelo coordenador de banquetes, cuja principal função é ajudar o cliente a visualizar o evento e fornecer soluções adequadas às suas necessidades.

### **4.2 Planeamento, Organização e Formalização de Eventos**

Uma vez aceite a proposta, iniciava-se a fase de planeamento e organização, onde a atenção ao detalhe era primordial para garantir que todas as expectativas do cliente fossem não só atendidas, mas superadas.

#### **4.2.1 Confirmação e Contratualização**

A formalização da reserva implicava o bloqueio das salas no sistema operativo *Opera* e a gestão do processo contratual. Era responsabilidade do estudante solicitar o pagamento de 50% do valor do aluguer das salas para efetivar a reserva, ou o pagamento total em casos de eventos marcados próximos da data de realização.

Este processo requeria uma gestão cuidadosa dos prazos e uma comunicação clara com o cliente sobre as condições contratuais. A utilização do sistema *Opera* exigia conhecimento técnico específico, desde a verificação da disponibilidade das salas até à configuração dos diferentes tipos de *setup* solicitados pelos clientes.

#### 4.2.2 Gestão de pagamentos

A monitorização dos pagamentos era uma tarefa contínua e de extrema importância para a operação. No momento de confirmação, e com a solicitação do pagamento inicial, era solicitado o envio do comprovativo de pagamento aos clientes, que articulado com o Departamento Financeiro era confirmado nos movimentos bancários. Esta informação era depois comunicada à Receção para a realização do correto depósito na *Posting Master* (PM) do evento, conta onde serão lançados todos os créditos e débitos.

#### 4.2.3 Definição de Detalhes Operacionais

Com a reserva confirmada, eram aprofundadas as necessidades dos clientes. O estagiário recolhia todos os detalhes cruciais como a seleção final de menus, a identificação de restrições alimentares, o cronograma detalhado do evento, o número definitivo de participantes e as necessidades específicas de audiovisuais ou outros equipamentos.

Esta fase exigia uma comunicação constante com o cliente, antecipando necessidades e oferecendo soluções. A experiência adquirida permitiu ao estudante desenvolver a capacidade de sugerir alternativas aos clientes, superando as expectativas iniciais e contribuindo para a sua satisfação e fidelização.

#### 4.3 Comunicação Interna

A excelência na execução de um evento depende de uma comunicação interna fluida e eficaz. Para esse efeito, é elaborada a Ordem de Serviço, que funciona como instrumento principal para garantir essa coordenação.

Após a recolha de toda a informação, o estudante era responsável por inserir os dados no sistema operativo *Opera* e emitir a Ordem de Serviço. Este documento funciona como um guião do evento, sendo distribuído por todos os departamentos e respetivas chefias.

Na ordem de serviço, constam os horários, os *setups*, os menus selecionados, o contacto do responsável, os detalhes de faturação e outras notas operacionais relevantes. A precisão na elaboração deste documento é fundamental, pois qualquer erro e/ou

omissão de informação poderia comprometer a execução do evento e a satisfação do cliente.

A distribuição da Ordem de Serviço seguia um protocolo, garantindo que todos os departamentos recebessem a informação com a antecedência necessária para se prepararem adequadamente. Esta comunicação prévia era essencial para a coordenação de recursos humanos, materiais e logísticos.

#### **4.3.1 Reuniões**

Durante o estágio, o estudante participou em diversas reuniões. Estiveram incluídas reuniões diárias com todas as chefias, realizadas no escritório da diretora, nas quais eram apresentados os resultados do dia anterior, eventuais reclamações, manutenções em curso e os eventos ou serviços programados para o dia. Participou também em reuniões semanais com o Departamento Comercial, dedicadas à apresentação de grupos e *tour series*, e ainda nas reuniões semanais do Departamento de F&B, nas quais, em conjunto com a equipa, eram revistas as Ordens de Serviço dos eventos da semana seguinte, permitindo antecipar desafios, esclarecer dúvidas e assegurar a coordenação e coesão na prestação dos serviços.

#### **4.4 Supervisão e acompanhamento do evento**

Chegando a data de realização de um evento, as funções do estudante passam de organizador a supervisor, estando este presente antes e durante o evento, apoiando o cliente em todas as necessidades.

##### **4.4.1 Verificação**

No dia anterior a um evento, nas salas reservadas é realizada uma verificação final, confirmando-se a limpeza, a montagem e a disposição de todos os materiais solicitados pelo cliente, estava em conformidade com a Ordem de Serviço.

Esta verificação incluía também a confirmação do funcionamento de todos os equipamentos técnicos, desde sistemas de som e imagem, iluminação e climatização da sala. Qualquer discrepância era imediatamente comunicada aos departamentos responsáveis para correção.

#### **4.4.2 Acolhimento e Ponto de Contacto**

No dia do evento, o estudante funcionava como ponte de contacto entre o hotel e o cliente. Este é recebido e acompanhado até à sala, onde o estudante realizava uma última verificação conjunta, assegurando que tudo estava de acordo com o solicitado.

Este momento inicial era crucial para estabelecer a confiança do cliente e demonstrar o profissionalismo do hotel. A capacidade de resolver rapidamente qualquer questão ou ajuste de última hora era frequentemente determinante para o sucesso do evento e para a satisfação do cliente.

#### **4.4.3 Supervisão**

Durante um evento, o estudante mantinha-se disponível e em contacto com o cliente e com as equipas operacionais, supervisionando todos os momentos do evento.

A supervisão incluía a monitorização dos tempos de serviço, a qualidade da apresentação dos alimentos e bebidas, o bom funcionamento dos equipamentos audiovisuais e o conforto geral dos participantes. Esta presença constante, contudo, discreta era essencial para garantir que o evento decorresse sem sobressaltos.

#### **4.5 Faturação e Feedback**

A fase pós-evento é crucial para garantir a satisfação do cliente e fidelizar o mesmo.

Após o evento é necessária a realização da confirmação dos serviços e consumos lançados na PM do evento, bem como o lançamento de serviços adicionais. Após a sua conclusão, o estudante procedia à verificação rigorosa da conta, assegurando a sua exatidão antes de emitir e enviar a fatura final ao cliente.

Este processo requeria atenção aos detalhes, desde a confirmação do número real de participantes até ao registo de consumos adicionais não previstos inicialmente. A transparência na faturação era um princípio fundamental, contribuindo para a confiança e satisfação do cliente. Após emissão da fatura, esta é enviada por email, com os dados de faturação solicitados.

Juntamente com a fatura, é solicitado ao cliente um feedback sobre a sua experiência geral. Este retorno é essencial para a melhoria contínua dos procedimentos e para a identificação de oportunidades de melhoria.

## CAPÍTULO 5 – O DEPARTAMENTO DE F&B

O quinto capítulo dedica-se à análise do Departamento de *Food & Beverage* do Porto Palácio Hotel by The Editory, área central na estratégia e operação da unidade hoteleira. Serão abordados os principais aspetos da gestão operacional, incluindo a organização do Departamento de Banquetes, os rácios de desempenho e os procedimentos relacionados com o planeamento e execução de eventos. Esta análise permite compreender a complexidade e a interligação das operações de F&B na gestão de eventos hoteleiros.

### 5 Departamento de Banquetes

O Departamento de Banquetes, integrado no Departamento de F&B, é responsável pela coordenação diária de todos os eventos e banquetes realizados no Porto Palácio Hotel. Esta gestão abrange o Centro de Congressos, as salas de reunião e os almoços ou jantares de grupos, tanto no restaurante como em salas privadas. Além disso, gere reservas de restaurante consideradas de grupo, ou seja, reservas superiores a 9 pessoas, em articulação com o próprio restaurante.

O departamento é composto pelo coordenador de banquetes e pela equipa que apoia o departamento diariamente.

O coordenador de banquetes é responsável pela elaboração e envio de propostas e orçamentos, realização de visitas de inspeção e acompanhamento dos clientes durante o processo de escolha e organização dos eventos. Além disso, supervisiona a execução dos eventos no hotel, assegurando que tudo decorre conforme o planeado.

Para garantir um serviço harmonioso e de excelência, o coordenador de banquetes assegura a coordenação eficaz das diferentes equipas, desde a cozinha até às equipas de sala. Sempre que necessário, colabora com a equipa de receção para coordenar a entrada dos grupos no hotel.

Esta estrutura permite que o Departamento de Banquetes assegure a qualidade e excelência dos serviços prestados, adaptando-se às exigências dos clientes e promovendo uma experiência única e diferenciada.

## 5.1 A equipa

Uma vez que o departamento não conta com uma equipa permanente, exceto pelo coordenador de grupos, a equipa operacional reúne um conjunto de elementos de várias secções, que asseguram a realização de todos os serviços solicitados. Assim sendo, esta equipa realiza as montagens e desmontagens, serviços de catering, montagens de equipamentos técnicos, como audiovisuais, som e luzes, e a limpeza dos espaços. Como não existe uma equipa fixa exclusivamente dedicada ao departamento, sempre que necessário, são contratados trabalhadores extra para reforçar o serviço.

## 5.2 Centro de Congressos e Salas

O PPH dispõe de 11 salas de reunião, incluindo um auditório, distribuídas por dois pisos e um Centro de Congressos, todos interligados por acessos internos.

No Centro de Congressos, encontra-se a Sala Porto, um auditório com uma área de 525 m<sup>2</sup> e capacidade para até 550 pessoas. Esta sala está equipada com um palco móvel, quatro camarins, quatro cabines de tradução simultânea, régie de som, iluminação cénica e equipamentos multimédia atualizados. Para dar apoio a este espaço, existem dois foyers, casas de banho de serviço, um balcão de acreditação e uma entrada independente do hotel, permitindo a receção de grupos grandes sem criar congestionamentos na entrada principal.

As restantes salas estão situadas nos pisos 1 e 2, com acesso pela entrada principal do PPH. No primeiro piso encontram-se as salas Douro e 3 Rios, que são modulares e podem ser divididas em Douro Norte e Douro Sul, bem como a sala 3 Rios, que pode ser segmentada em Minho, Cávado e Lima. Estas salas dispõem de um foyer comum, casas de banho e um balcão de acreditação para apoio aos eventos.

No segundo piso localizam-se as salas Corgo, Tâmega, Sousa, Sabor e Tua, de menor dimensão e ideais para reuniões empresariais e apresentações.

Todas as salas estão equipadas com projetor e tela ou televisão, sistemas de som embutidos e microfones para apresentações. Com exceção das salas Tua e Sabor, todas podem ser organizadas em diferentes configurações, mediante solicitação antecipada dos clientes. As salas e respetivos foyers, dispõem de caixas técnicas com ligação de dados, telefone e energia.

## **5.2.1 Procedimentos do Centro de Congressos**

Para garantir a organização, segurança e eficiência na realização de eventos, foram estabelecidos procedimentos específicos para a utilização do Centro de Congressos. Estes abrangem desde o acesso às salas e utilização de equipamentos até à logística e gestão dos serviços contratados, tanto internos como externos. Todas as normas têm como objetivo assegurar um serviço coordenado e de excelência, independentemente da natureza do evento.

### **5.2.1.1 Acesso**

O acesso ao Centro de Congressos pode ser feito através da entrada principal do hotel ou pela entrada dedicada exclusivamente a este espaço.

À chegada, é necessário levantar a chave na receção do hotel, onde será feito o registo do cliente, incluindo a data e hora da entrega da chave.

Caso seja necessária a utilização de outros espaços não contratados inicialmente, deve ser feita uma solicitação prévia, sendo a sua utilização sujeita a confirmação. No aluguer da Sala Douro ou da Sala Porto, os clientes podem usufruir dos balcões de acreditação disponíveis nos respetivos foyers, bem como dos bengaleiros, ambos acessíveis através de chave magnética.

### **5.2.1.2 Equipamentos**

Todos os equipamentos audiovisuais devem ser solicitados com antecedência, indicando os dias em que serão utilizados, estando a sua disponibilização sujeita a confirmação caso o pedido seja feito no próprio dia.

O hotel dispõe de algum equipamento técnico para utilização, nomeadamente microfones, sistema de som e mesas de mistura. A informação relativa ao material disponível em cada sala é comunicada no momento do envio do orçamento inicial.

Caso seja necessário apoio técnico especializado ou equipamento que não seja fornecido pelo PPH, é disponibilizada uma lista de fornecedores externos, sem carácter vinculativo, que conhecem as instalações e os requisitos técnicos necessários para a realização de eventos.

O sistema de ar condicionado do Centro de Congressos é centralizado e gerido pelo Departamento de Manutenção. No entanto, os clientes têm a possibilidade de ajustar a temperatura da sala através do comando disponível no próprio espaço.

### **5.2.1.3 Catering**

O serviço de catering no Porto Palácio Hotel é exclusivo do próprio hotel, não sendo permitida a contratação de serviços externos. O Departamento de Banquetes está preparado para oferecer produtos e serviços de alta qualidade, desde *coffee breaks* até jantares de gala.

### **5.2.1.4 Segurança Alimentar**

O hotel tem implementado o sistema HACCP, um programa de segurança alimentar que garante a higiene e qualidade dos serviços, assegurando a segurança e satisfação dos clientes.

Para garantir um serviço adequado, os clientes devem comunicar antecipadamente quaisquer alergias ou restrições alimentares do grupo, permitindo que sejam tomadas as medidas necessárias e preparadas opções alternativas para todos os participantes.

### **5.2.1.5 Logística**

A carga e descarga de materiais deve ser realizada dentro do horário previsto para a receção de mercadorias e no local designado para esse fim. O horário deve ser acordado previamente com o hotel e comunicado ao responsável pela receção de mercadorias.

Qualquer material enviado para o hotel deve estar devidamente identificado, incluindo o nome do evento, nome do responsável e destinatário no hotel.

Devido a limitações de espaço, o hotel não aceita mercadorias com mais de dois dias de antecedência em relação ao evento. Após a realização do evento, qualquer material deixado no hotel requer autorização do Departamento de Banquetes e deve ser recolhido no prazo máximo de 24 horas úteis. Após esse período, o hotel não se responsabiliza por materiais perdidos ou danificados.

### **5.2.1.6 Comunicação Social**

A presença de elementos da comunicação social deve ser comunicada previamente ao Departamento de Banquetes e à Direção do Hotel.

### **5.2.1.7 Contratação de serviços externos**

A contratação de serviços externos por parte dos clientes, quando envolva terceiros a operar dentro das instalações do hotel, deve ser comunicada antecipadamente.

Quaisquer danos causados por fornecedores externos são da responsabilidade do cliente, que deverá garantir o cumprimento das normas e regulamentos do hotel.

## **5.3 A Oferta**

A oferta de alimentação e bebidas nos diferentes *outlets* e no Departamento de Banquetes do Porto Palácio Hotel foi desenvolvida para se adaptar às preferências e necessidades dos clientes, garantindo um serviço de excelência. Esta variedade permite manter os elevados padrões de qualidade, proporcionando experiências únicas e memoráveis.

Para responder a diferentes eventos e ocasiões, o hotel disponibiliza diversos menus e um kit de eventos, que oferecem todas as opções e detalhes necessários para a organização de diferentes eventos.

### **5.3.1 Kit de Eventos**

O Kit de Eventos do Porto Palácio Hotel constitui uma ferramenta estratégica de apoio à venda e ao planeamento, direcionada a clientes empresariais e particulares que pretendem realizar eventos na unidade. Trata-se de um documento disponibilizado aquando do envio de propostas, com o objetivo de comunicar a capacidade de resposta do hotel e apresentar, de forma clara e profissional, as diferentes opções de serviços disponíveis.

Durante o estágio, foi possível acompanhar a implementação de um novo modelo de Kit de Banquetes (ANEXO B), resultado da colaboração entre o Departamento de F&B e a equipa operacional de eventos, sob a coordenação do Chefe Executivo. Esta nova versão representa uma rutura com o formato anterior, que assentava em menus

pré-definidos, como o Coffee Break Basic Break, Healthy Break, Menu Douro, Menu Porto, entre outros, passando agora a adotar uma lógica de personalização total da oferta de alimentação e bebidas.

A estrutura anteriormente rígida do antigo kit limitava as opções disponíveis, o que resultava em frequentes pedidos de alterações por parte dos clientes. A nova abordagem baseia-se na eliminação quase total dos menus fechados, permitindo a construção de propostas flexíveis e adaptadas às necessidades específicas de cada evento. Desta forma, torna-se possível alinhar a natureza do evento com uma oferta de F&B mais ajustada e personalizada.

O novo modelo não impõe escolhas predefinidas ao cliente, mas convida à sua participação ativa na definição da experiência gastronómica, em colaboração com a equipa do hotel. Este envolvimento favorece a criação de eventos mais autênticos e exclusivos, ainda que acarrete uma maior exigência ao nível da operação. No entanto, essa exigência é compensada pela possibilidade de o hotel se posicionar de forma diferenciadora no mercado MICE e de banquetes.

A transição para um kit personalizável trouxe diversas vantagens, nomeadamente a redução de ajustes de última hora, uma vez que todas as decisões são tomadas, desde as fases iniciais do planeamento, pelo cliente. Este novo modelo reflete uma filosofia centrada no cliente e na experiência, constituindo um avanço significativo face ao modelo anterior, mais rígido e padronizado.

### 5.3.2 Menus

O Porto Palácio Hotel disponibiliza uma variedade de serviços de Alimentação e Bebidas, garantindo opções diversificadas para os seus hóspedes. Entre eles, destacam-se dois bares, um restaurante e o serviço de *room service*, todos concebidos para oferecer menus ajustados ao momento e às preferências de cada cliente.

O Gastrobar HUB, localizado no *lobby*, está disponível 24 horas por dia, oferecendo um menu com snacks e refeições ligeiras. Este mesmo menu é partilhado com o *room service*, que opera ininterruptamente para garantir conveniência e conforto aos hóspedes.

No 19.<sup>o</sup> piso, o Restaurante e Bar Auge funcionam diariamente entre as 12h00 e as 24h00, prolongando o horário até 00h45 às sextas-feiras e sábados. Ao almoço,

disponibiliza um menu executivo sazonal, atualizado semanalmente e diariamente. Ao jantar, o serviço é exclusivamente à carta. Para grupos superiores a 10 pessoas, está disponível um menu especial, aplicado aos jantares e fins de semana. Além da carta do restaurante, o espaço conta ainda com uma carta de bar, com opções de snacks, bebidas e uma seleção de vinhos cuidadosamente escolhida.

#### 5.4 A ordem de serviço

Os processos de comunicação interna do hotel são geridos através de ordens de serviço, enviadas com uma semana de antecedência em relação à data do evento. No caso de reservas de última hora para aluguer de salas sem pré-reserva, é enviado um email com toda a informação necessária.

A elaboração da ordem de serviço exige a recolha e organização de diversas informações essenciais, garantindo que todos os departamentos envolvidos disponham dos dados necessários para a correta execução do evento. Entre as informações incluídas estão:

- **Informação do Evento** : nome, data, horário e contacto do responsável;
- **Espaços**: salas atribuídas, disposição e equipamentos audiovisuais necessários;
- **Serviços de F&B**: momentos desejados, composição do serviço e horários previstos;
- **Faturação**: discriminação dos serviços contratados, valores associados e data de realização.

Todas as ordens de serviço são revistas semanalmente, às sextas-feiras, durante a reunião de banquetes, onde são analisados os eventos da semana seguinte, ocorrências nos diferentes *outlets* e outros assuntos relevantes.

#### 5.5 Rácios e Gestão Operacional

A eficiência operacional do Departamento de F&B, exige o domínio de indicadores que permitam equilibrar a qualidade do serviço com a sustentabilidade económica da operação. No PPH, este equilíbrio é alcançado através da análise continua de rácios, como *Food Cost* e *Beverage Cost*, previsões de ocupação e planeamento um logístico.

### 5.5.1 A capitação de comida, nos diferentes outlets

A capitação de comida passa pela definição da quantidade de alimentos necessários por pessoa, para cada tipologia de serviço de catering. Este processo é fundamental para garantir uma gestão eficaz dos recursos disponíveis, assegurando a satisfação das necessidades dos clientes, sem gerar qualquer desperdício nem comprometer o serviço.

No PPH, a capitação é prevista de acordo com o tipo de serviço a realizar e o outlet onde este se irá realizar, sejam em eventos de banquetes, no Restaurante e Bar Auge, ou no Gastrobar HUB. Por exemplo, em serviços de *coffee break*, a capitação pode ser realizada através do número de sandes por pessoa, um sumo e um café. Já em buffets ou jantares sentados, são calculadas as quantidades médias de proteína, acompanhamento e sobremesa por pessoa, levando em consideração a tipologia do evento e o número de participantes. Por exemplo, se for um serviço de almoço ou jantar volante, em que a comida é preparada e porções de menor dimensão, a quantidade média de proteína, acompanhamento e sobremesa é menor, dado o histórico existente que permite perceber que nestes serviços o consumo é menor.

Assim, este método permite uma maior previsibilidade na produção de alimentos o que contribui para o controlo de custos operacionais, redução de desperdício e garante uma experiência de qualidade ao cliente, mantendo os standards de serviço definidos pela unidade hoteleira.

### 5.5.2 *Food and Beverage Cost*

A gestão eficiente dos custos de alimentação e bebidas constitui um dos rácios mais analisados e de maior relevância para o Departamento de F&B, sendo um elemento essencial para a rentabilidade do hotel. Estes rácios permitem avaliar a relação entre o custo das matérias-primas utilizadas e as receitas obtidas, possibilitando o controlo das margens de lucro.

No PPH, a análise é efetuada mensalmente, após a contabilização do inventário em stock. Para garantir a precisão dos resultados, é necessário um controlo rigoroso dos produtos, de forma a evitar desperdícios e ruturas de stock.

Deste modo, o controlo sistemático dos inventários, aliado ao cálculo mensal do *food and beverage cost*, contribui significativamente para a sustentabilidade financeira da unidade e para a redução do desperdício alimentar.

### 5.5.3 Rácios de colaboradores nos diferentes outlets

O rácio de colaboradores refere-se à proporção entre o número de colaboradores afetos ao serviço e o número de clientes a atender. Este indicador é fundamental para garantir a eficiência operacional, a qualidade do serviço prestado e uma gestão eficaz dos recursos humanos disponíveis.

No Porto Palácio Hotel, os rácios são ajustados em função do *outlet*, do tipo de serviço a realizar e da ocupação do hotel. A estrutura organizacional caracteriza-se pela flexibilidade, sendo que todos os colaboradores desempenham funções em diferentes *outlets*. Esta polivalência permite uma resposta ágil e adaptada às exigências operacionais de cada turno.

As equipas estão essencialmente divididas em dois turnos: manhã e tarde. A equipa da manhã é responsável pelos serviços de pequeno-almoço, *room service*, almoços, operação dos bares e realização de banquetes, assegurando o funcionamento do hotel desde as primeiras horas do dia. A equipa da tarde, por sua vez, assume os serviços de jantar, operação dos bares e continuidade do *room service*, mantendo a qualidade do atendimento até ao encerramento do dia.

Nos diferentes *outlets*, os rácios variam consoante a complexidade e o perfil do serviço. No Restaurante e Bar Auge, que se destaca por uma oferta mais sofisticada e personalizada, é comum haver um colaborador por cada seis clientes, especialmente durante os serviços de jantar. Já no Gastrobar HUB, devido ao seu conceito mais informal e ao horário de funcionamento ininterrupto (24 horas), o rácio é mais flexível, ajustando-se aos períodos de maior ou menor afluência. Neste *outlet*, a equipa é partilhada com o serviço de *room service*.

No que diz respeito ao Departamento de Banquetes, os rácios de pessoal são definidos com base na tipologia do evento. Para jantares com serviço à mesa, é habitual considerar-se um colaborador por cada 15 participantes. Os colaboradores trabalham essencialmente em duplas, estabelecendo-se, assim, um rácio de dois colaboradores para 30 clientes, o que corresponde, em média, a dois colaboradores por cada três mesas.

Nos serviços em regime de buffet, o rácio praticado é de um colaborador para cada 20 clientes, também organizados em pares, garantindo que cada profissional possa cobrir o outro, sempre que necessário.

Já nos serviços volantes, como *coffee breaks* ou *cocktails*, o número de colaboradores envolvidos depende da complexidade, duração e exigência logística do serviço. Nestes casos, o rácio pode variar entre um colaborador para 25 clientes até um para 50, sendo ajustado consoante o grau de exigência operacional de cada evento.

Dado o carácter imprevisível do mercado de eventos e a ausência de uma equipa fixa exclusivamente dedicada aos banquetes, o hotel recorre frequentemente à contratação de colaboradores externos. Esta gestão é da responsabilidade das chefias, que ajustam o número de colaboradores conforme a previsão semanal ou mensal de serviços. Sempre que possível, é dada preferência a colaboradores externos com experiência prévia na unidade ou recomendados pelas empresas parceiras.

A gestão rigorosa dos rácios e a integração criteriosa de recursos humanos externos permite ao Porto Palácio Hotel responder eficazmente à procura, mantendo elevados padrões de qualidade e consistência no serviço prestado.

#### **5.5.4 Organização Logística**

A organização do Departamento de F&B, é realizada de forma a garantir com eficiência a prestação de serviços. Esta organização passa pela gestão de recursos humanos, materiais técnicos e matérias-primas, percebendo se estes estão alocados corretamente às necessidades dos diferentes *outlets* e eventos.

Esta logística passa pela gestão dos horários dos colaboradores, pela coordenação dos horários e momentos dos diferentes eventos como a montagem e desmontagem de espaços e a conciliação de diferentes horários entre diferentes eventos. É realizada também a gestão de stocks e encomendas de matérias-primas, através da recomendação de certos menus para serem escoados produtos ou pela escolha prévia de menus no Restaurante Auge, de forma a agilizar o serviço e realizar uma melhor previsão dos recursos necessários.

No que confere ao material técnico, este deve ser sempre solicitado até dois dias antes da realização do evento, de forma a ser garantida disponibilidade.

Contudo a articulação com os demais departamentos é fundamental para serem assegurados os serviços e a qualidade dos mesmos. A comunicação com os vários departamentos é realizada através das ordens de serviço, enviadas com uma semana de antecedência, para todos os departamentos e para respectivas chefias. Após o envio das mesmas, os eventos são discutidos e apresentados na reunião da manhã, às chefias, permitindo alinhar os procedimentos e a identificação de necessidades não previstas.

Já o planejamento semanal realizado pelas chefias, é feito com base na precisão da taxa de ocupação, no número de eventos confirmados, sendo ajustado conforme as necessidades diárias.

## **CAPÍTULO 6 – OS PROCESSOS DE PLANEAMENTO E EXECUÇÃO DE EVENTOS**

O presente capítulo aprofunda os processos de planeamento e execução de eventos no Porto Palácio Hotel by The Editory, complementando a análise das atividades desenvolvidas durante o estágio curricular. Serão apresentadas as principais fases que compõem o processo, desde a receção do pedido e elaboração de propostas até à execução e avaliação final do evento. Esta abordagem permite compreender a sequência operacional e a articulação entre os diferentes departamentos, apresentando as boas práticas observadas e a importância de uma gestão integrada para o sucesso dos eventos.

### **6 Os Processos de Planeamento**

A fase de planeamento de um evento é crucial para garantir o sucesso e a satisfação dos clientes. O primeiro passo deste processo é o contacto inicial com o cliente, realizado pelo coordenador de eventos e banquetes. Este contacto inicial é fundamental para recolher todas as informações necessárias e entender as expectativas e necessidades do cliente, estabelecendo uma base sólida para todo o planeamento subsequente. Este processo de planeamento é essencial para assegurar que cada detalhe do evento seja cuidadosamente considerado, proporcionando uma experiência personalizada e bem-sucedida para o cliente.

#### **6.1.1 Receção do pedido**

Diariamente, o Departamento de Banquetes recebe inúmeros pedidos de orçamentos para a realização de eventos nas instalações do PPH. Estes pedidos são recebidos via correio eletrónico ou via contacto telefónico. No primeiro contacto é reunida toda a informação relevante para a elaboração de uma proposta.

#### **6.1.2 Envio de Proposta**

Após a receção de um pedido é feita uma análise detalhada ao mesmo, é verificada a capacidade de realização do evento nas instalações, bem como a disponibilidade dos espaços necessários para a realização. No caso da possibilidade da realização do mesmo é elaborado um orçamento adequado, alinhado ao pedido inicial do cliente.

Juntamente com a proposta, são enviadas as políticas e condições do hotel, garantindo que o cliente esteja totalmente informado sobre todos os aspetos do serviço e o que esperar durante a realização do evento.

### **6.1.3 Follow-up/Contacto com cliente**

Com o envio da proposta, geralmente o departamento recebe uma resposta do cliente, seja ela positiva, solicitando a pré-reserva ou reserva dos espaços; negativa, informando que irão optar por outra alternativa; ou com mais questões sobre o serviço/espaços. Na eventualidade de não ser recebida qualquer resposta por parte do cliente, é enviado um e-mail de *follow-up*, no qual o coordenador de banquetes questiona se o cliente teve oportunidade de analisar a proposta enviada e se coloca à disposição para esclarecer quaisquer questões que possam surgir durante a sua leitura.

Geralmente os clientes, pretendem sempre obter mais informação sobre os espaços e tirar possíveis dúvidas que surjam com a leitura da proposta. Este contacto, permite aos clientes perceber se as infraestruturas têm a capacidade necessária para a realização do evento de acordo com o pretendido, bem como perceber quais serviços são prestados.

Havendo um pedido de reserva/pré-reserva, o bloqueio no sistema operativo *Opera*, deve ser realizado com toda a informação relevante e disponível até ao momento. Este bloqueio deve ser realizado assim que surja o pedido, uma vez que, a reserva destes espaços não se encontra de total exclusividade do Departamento de Banquetes. A realização da pré-reserva, segue com um *deadline* para confirmação da mesma.

### **6.1.4 Visita de inspeção**

De forma a conhecerem os espaços e a terem uma perceção real dos espaços disponibilizados pelo hotel, os clientes solicitam a realização de visitas de inspeção. Estas visitas são realizadas com os clientes finais, com os agentes turísticos ou até com ambos, caso haja um intermediário. A principal motivação da realização das visitas de inspeção, é dar a conhecer aos clientes, as dimensões das salas, os equipamentos de audiovisuais disponíveis e os diferentes *outlets* de F&B.

### **6.1.5 Confirmação de reserva**

Com a confirmação da reserva, é efetuado o bloqueio da data e solicitado o pagamento de 50% do valor de aluguer da(s) sala(s) de reunião solicitada(s). Este valor inicial serve como garantia, podendo ser devolvido em caso de cancelamento prévio, desde que este seja efetuado dentro do prazo previsto para tal.

### **6.1.6 Serviços Contratados**

Duas semanas antes do evento, devem ser regularizados todos os pagamentos em falta pelos serviços solicitados, e, sempre que possível, devem ser definidos todos os serviços necessários para a realização do evento.

Caso sejam solicitados serviços de F&B, as escolhas devem ser finalizadas uma semana antes da data prevista para a realização do evento.

### **6.1.7 Envio da Ordem de Serviço**

A comunicação interna do serviço, é fundamental para a boa gestão do mesmo e dos recursos disponíveis, desde recursos humanos a recursos materiais. A comunicação interna é realizada através do envio da Ordem de Serviço, uma semana antes do evento. Este documento é emitido pelo sistema operativo, e espelha toda a informação necessária para a preparação dos espaços e das equipas.

### **6.1.8 Reunião Semanal**

O último passo, para a organização interna do serviço, decorre na reunião semanal do Departamento de F&B, onde estão presentes as chefias do departamento, a Diretora Geral, o Chefe Executivo e o Coordenador de Grupos.

Esta reunião permite, uma análise detalhada de todos os serviços da semana seguinte, de forma a esclarecer dúvidas existentes e organizar o serviço.

## **6.2 Os Processos de Execução**

Após a realização de todo o processo de planeamento de um evento, segue-se o processo de execução do mesmo. Este processo, reflete todos os processos físicos do processo de planeamento, contemplando as montagens do local a receção das equipas e

clientes, a receção e execução de novos pedidos, a logística do serviço solicitado as desmontagens e todo o processo final do pós-evento.

### **6.2.1 Montagens do local**

As montagens do espaço são da responsabilidade da equipa do Departamento de Banquetes e realizam-se com base na ordem de serviço previamente enviada. Estas montagens têm lugar na sala e na data definida para o efeito ou no momento que se revele mais conveniente para as equipas envolvidas, podendo ocorrer entre quatro e um dia antes do evento, consoante a disponibilidade da sala e dos recursos logísticos necessários.

Nos casos em que o evento requer montagens de maior complexidade por parte da entidade organizadora, é obrigatória a reserva do espaço para esse fim, sendo esta necessidade incluída na respetiva ordem de serviço. Nestas situações, a sala deve estar preparada com maior antecedência e é fundamental garantir a disponibilidade de um colaborador do hotel para prestar apoio às equipas externas, sempre que possível.

Entre as diversas configurações disponíveis no PPH, as mais frequentes são: disposição em plateia, em escola, em cabaret e em formato menu. Adicionalmente, é possível optar por outras disposições, como montagem em “U”, mesa única ou configurações personalizadas, de acordo com os pedidos específicos dos clientes. Através da ordem de serviço, a equipa tem acesso a toda a informação necessária para a correta preparação do espaço, nomeadamente o número de lugares, a disposição pretendida, os equipamentos audiovisuais requeridos e outros elementos relevantes, como a colocação de uma mesa de presidência ou de uma mesa de apoio no fundo da sala.

### **6.2.2 Receção dos Organizadores**

A receção dos organizadores no hotel é assegurada pelo coordenador ou pelo chefe de banquetes, o que permite estabelecer um primeiro contacto direto com a organização, promovendo uma relação de proximidade e confiança. Esta presença inicial contribui para demonstrar a disponibilidade da equipa em apoiar a realização do evento, funcionando como elo entre a organização do mesmo e as várias equipas operacionais do hotel.

### 6.2.3 Gestão de equipas e clientes

A organização das equipas operacionais é da responsabilidade das respetivas chefias, abrangendo tanto as equipas técnicas do hotel como as equipas de serviço. No entanto, o coordenador de banquetes assume um papel central como elo entre a entidade organizadora do evento e as diferentes equipas do hotel.

#### 6.2.3.1 Gestão de novos pedidos

A estrutura organizacional interna permite que todos os pedidos por parte da organização sejam canalizados diretamente para o coordenador de banquetes ou para o chefe de banquetes, garantindo um registo claro e eficaz de quem solicitou cada serviço, bem como do momento em que o fez. Este controlo contribui para uma gestão mais eficiente dos consumos associados ao evento, permitindo a sua correta imputação à conta final, enquanto assegura maior fluidez e coordenação no serviço prestado.

### 6.2.4 Gestão de F&B

Os eventos realizados, podem ter como principal foco, o catering como por exemplo um Jantar de Gala, ou pode funcionar apenas de apoio aos eventos, como por exemplo os *coffee breaks*.

Os diferentes serviços de F&B requerem processos específicos, que abrangem desde o empratamento até ao atendimento ao cliente. O serviço de menu exige um número mínimo de 20 participantes e deve ser realizado numa sala privada, com uma duração máxima de duas horas. Caso o grupo tenha menos de 25 participantes, será cobrado o aluguer da sala, exceto se o valor do serviço de F&B for suficiente para cobrir os custos operacionais, situação em que o espaço poderá ser disponibilizado sem custos adicionais. Este tipo de serviço requer ainda a instalação de uma estação de empratamento próxima da sala, de forma a otimizar o processo e evitar atrasos que possam comprometer a qualidade do serviço.

O serviço em regime de buffet segue as mesmas regras no que respeita ao número mínimo de participantes e à duração do evento. No entanto, a disposição do espaço varia consoante o formato escolhido e o número de participantes. No caso do buffet volante, são disponibilizadas mesas bistrô para apoio, e a comida é

cuidadosamente preparada para ser consumida apenas com garfo. Neste tipo de serviço, são fornecidos apenas os talheres estritamente necessários, normalmente garfo e colher, e disponibiliza-se um suporte que permite prender o copo ao prato, facilitando a mobilidade dos participantes e tornando o consumo mais prático.

Por sua vez, no buffet sentado, as mesas são previamente dispostas e preparadas com o objetivo de permitir que os participantes se sirvam de forma autónoma. A organização da sala e a localização dos pontos de bebidas são ajustadas em função do número de participantes, de modo a garantir um fluxo de serviço eficiente e sem congestionamentos.

O serviço de *cocktail dinatoire* requer igualmente um mínimo de 20 participantes e tem uma duração prevista de 30 minutos. Neste formato, os alimentos são distribuídos por vários pontos estratégicos da sala e são disponibilizadas mesas bistrô para apoio, uma vez que se trata de um serviço volante.

#### **6.2.5 Desmontagens**

Com o término do evento, é habitual que as equipas da organização iniciem de imediato as desmontagens, de forma a otimizar o tempo disponível para esse efeito.

Relativamente às desmontagens internas, o Departamento de Banquetes considera, habitualmente, duas opções: a primeira consiste na desmontagem completa da sala, facilitando assim futuras montagens ou permitindo a alocação do material a outro evento; a segunda opção passa pela reorganização do espaço, ajustando-o à próxima função a decorrer na mesma sala.

#### **6.2.6 Pós-evento**

Após o evento, o coordenador de grupos realiza uma verificação de todos os lançamentos realizados na conta do cliente, verificando se estes são compatíveis com o pedido inicialmente realizado pelo cliente, caso esteja tudo de acordo, é enviada a fatura final para o cliente; caso haja valores por pagar é enviado um extrato para o cliente, juntamente com o prazo de pagamento dos valores em falta. Por fim, caso seja um cliente recorrente, que disponha de conta corrente, é enviada a fatura final com prazo de pagamento a 30 dias.

Com o envio de uma das opções anteriormente mencionadas, é solicitado o envio de um feedback por parte do cliente e da organização do evento, de forma a entender possíveis falhas e aspetos a melhorar, na organização ou na prestação do serviço.

## CAPÍTULO 7 – METODOLOGIA

O Capítulo sete apresenta a metodologia adotada na investigação, detalhando os objetivos específicos, a opção por uma abordagem qualitativa e os métodos de recolha de informação, incluindo o guião de entrevistas semiestruturadas e os critérios de seleção dos participantes. Serão também descritas as técnicas de tratamento dos dados. Esta explanação visa garantir a transparência e a fiabilidade do estudo, permitindo compreender como os dados foram obtidos e analisados para responder às questões de investigação.

### 7 Justificação da Metodologia

A escolha da abordagem metodológica é um passo fundamental em qualquer investigação científica, uma vez que define o caminho a seguir de forma a serem alcançados os objetivos propostos. Neste estudo, adotou-se uma metodologia qualitativa, pela sua pertinência à profundidade e complexidade do fenómeno em análise: o processo de planeamento e execução de eventos no contexto hoteleiro, com foco no Porto Palácio Hotel by The Editory. A pesquisa qualitativa, conforme defendem Creswell (2014) e Denzin & Lincoln (2011), permite compreender significados, experiências e perspetivas que dificilmente seriam captados por abordagens quantitativas, privilegiando o “como” e o “porquê” das ações em vez da sua quantificação.

Dentro deste enquadramento, recorreu-se ao estudo de caso como estratégia metodológica. Segundo Yin (2009), esta é particularmente adequada para fenómenos inseridos em contextos reais, quando as fronteiras entre fenómeno e contexto não estão claramente definidas, permitindo ainda a utilização de múltiplas fontes de evidência, como documentos, entrevistas e a observação; e a triangulação de dados recolhidos. Adicionalmente, Eisenhardt (1989) destaca o potencial do estudo de caso na construção de teoria indutiva, isto é, através de um processo participante é possível o surgimento de novos *insights*. Assim, a integração destas perspetivas assegura simultaneamente o rigor científico e a flexibilidade necessários para explorar em profundidade o caso do Porto Palácio Hotel.

## **7.1 Objetivos da investigação**

Os objetivos da investigação são o pilar que orienta todo o processo de pesquisa, definindo o que se pretende alcançar com o estudo. Neste trabalho, os objetivos foram delineados para proporcionar uma compreensão abrangente do tema.

O objetivo geral consiste em identificar e compreender todos os processos desde o planeamento até à execução de eventos em hotéis de luxo.

### **Objetivos Específicos:**

1. Identificar quais as atividades e recursos que são críticos para o sucesso de um evento;
2. Analisar as sinergias entre o Departamento de Eventos e os demais;
3. Identificar os principais desafios operacionais encontrados na gestão de eventos.
4. Apresentar uma proposta de melhoria do processo de planeamento e execução do Departamento de Eventos.

Estes objetivos foram formulados de forma clara e mensurável, servindo como um roteiro para a recolha e análise dos dados, e garantindo que o estudo responda às questões de pesquisa levantadas.

## **7.2 Recolha de Informação**

Para a realização de estudos qualitativos, são vários os métodos de recolha de dados utilizados, como as entrevistas, a observação e a análise de dados documentais.

Para a realização deste estudo, os dados secundários utilizados foram documentos internos do Porto Palácio Hotel by The Editory, como um guião operacional e relatórios de eventos, para obter uma compreensão inicial do contexto e das práticas existentes no departamento. A observação foi também uma das metodologias utilizadas para a análise dos processos, permitindo compreender de forma direta e prática o funcionamento do departamento. Adicionalmente, foi realizada uma revisão de literatura, que incluiu a consulta de artigos científicos, livros e outras publicações relevantes sobre gestão de eventos, hotelaria e metodologias de pesquisa qualitativa. Esta revisão permitiu contextualizar o estudo, identificar lacunas na literatura e fundamentar as escolhas metodológicas.

Quanto aos dados primários, a principal fonte foi a realização de entrevistas semiestruturadas. Este método foi escolhido, pois permite interagir com os participantes, onde é possível recolher informações ricas e detalhadas sobre as suas experiências, perceções e conhecimentos sobre o processo de organização de eventos. As entrevistas foram conduzidas de forma a permitir a flexibilidade necessária para explorar tópicos emergentes, enquanto se mantinha o foco nos objetivos da investigação.

### **7.2.1 Guião de Entrevistas**

O guião de entrevistas foi cuidadosamente elaborado para garantir a consistência na recolha de dados, enquanto permitia a flexibilidade inerente às entrevistas semiestruturadas.

Este foi estruturado em torno dos principais temas de interesse do estudo, nomeadamente o planeamento e a execução de eventos, os desafios operacionais, as sinergias entre equipas e as estratégias para a satisfação do cliente. As questões foram formuladas de forma aberta, de modo a incentivar os participantes a partilhar as suas perspetivas e perceções. O guião serviu como um roteiro, e não como um script rígido, o que permitiu ao entrevistador adaptar as questões e aprofundar determinados tópicos com base nas respostas dos entrevistados, conforme sugerido por Bernard (2017) e Fontana & Frey (2000).

Com o intuito de garantir a coerência entre a informação recolhida e os objetivos traçados, cada questão do guião foi estruturada de forma a corresponder diretamente a um dos objetivos específicos da investigação, conforme demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1 - Relação entre objetivos e questões

OBJETIVOS	QUESTÕES
<p><b>Objetivo geral:</b> Identificar e compreender todos os processos desde o planeamento até à execução de eventos em hotéis de luxo.</p>	<p><b>Questão 3:</b> Quais são, na sua opinião, as principais fases do planeamento de eventos/banquetes nesta unidade</p> <p><b>Questão 4:</b> Quais fases considera fundamentais para garantir a execução de acordo com o planeado?</p>
<p><b>Objetivo 1:</b> Identificar quais as atividades e recursos que são críticos para o sucesso de um evento.</p>	<p><b>Questão 5:</b> Que atividades/tarefas considera essenciais para o sucesso de um evento/banquete?</p> <p><b>Questão 6:</b> Quais dos recursos (humanos, materiais e logísticos) são fundamentais para garantir a qualidade do serviço prestado?</p>
<p><b>Objetivo 2:</b> Analisar as sinergias entre o Departamento de Eventos e os demais.</p>	<p><b>Questão 7:</b> Qual departamento colabora com mais regularidade com o Departamento de Banquetes?</p> <p><b>Questão 8:</b> De que forma é assegurada a comunicação e cooperação entre equipas durante a realização de um evento?</p>
<p><b>Objetivo 3:</b> Identificar os principais desafios operacionais encontrados na gestão de eventos.</p>	<p><b>Questão 9:</b> Quais os principais desafios encontrados, no planeamento e execução de eventos/banquetes?</p>
<p><b>Objetivo 4:</b> Apresentar uma proposta de melhoria do processo de planeamento e execução do Departamento de Eventos.</p>	<p><b>Questão 10:</b> De que forma o processo de planeamento e execução de eventos/banquetes poderia ser melhorado, de forma a eliminar lacunas existentes?</p> <p><b>Questão 11:</b> Que sugestões implementaria para otimizar a experiência do cliente e os processos internos de organização de eventos?</p>

### 7.3 Seleção dos Participantes

A seleção dos participantes foi um processo intencional, visando incluir indivíduos que possuíam conhecimento e experiência relevantes sobre o fenómeno em

estudo. Foram selecionados colaboradores diretamente envolvidos na organização de eventos no Porto Palácio Hotel by The Editory, nomeadamente elementos do Departamento de F&B e da Direção.

A escolha destes participantes foi estratégica, pois as suas perspetivas e experiências são cruciais para uma compreensão autêntica e aprofundada das práticas e desafios no terreno.

Para a realização das entrevistas semiestruturadas, foram selecionados três participantes com funções distintas, estratégicas e operacionais, ligadas diretamente ao planeamento, à coordenação e à execução de eventos e banquetes no PPH. Assim, os entrevistados escolhidos foram a Diretora do Hotel, o Coordenador de Eventos e Banquetes e o Chefe Executivo.

A Diretora do hotel foi incluída no estudo por deter uma visão estratégica e transversal sobre a unidade hoteleira, assegurando a supervisão dos diferentes departamentos e a definição dos objetivos operacionais e comerciais.

O Coordenador de Eventos e Banquetes, responsável pela comunicação com os clientes, acompanha todo o processo, desde o primeiro contacto até à conclusão do evento, garantindo a articulação entre os diversos departamentos envolvidos.

Por sua vez, o Chefe Executivo lidera as equipas de cozinha e é responsável por toda a produção alimentar e de bebidas disponibilizada nos diferentes *outlets* do hotel.

A seleção destes participantes deve-se à complementaridade das suas funções, que permite obter uma visão abrangente e integrada dos processos em análise. Esta abordagem contribui para uma compreensão mais rigorosa da realidade interna do hotel, possibilitando a recolha de informação relevante e fundamentada para alcançar os objetivos da investigação.

#### **7.4 Recolha e Tratamento dos Dados**

A recolha dos dados primários, foi realizada através da gravação áudio das entrevistas realizadas, após obtenção do consentimento informado por parte dos participantes (ANEXO A). Posteriormente, estas foram transcritas integralmente, de forma a facilitar o processo de análise do conteúdo.

O tratamento e análise dos dados foram conduzidos com base na técnica de análise de conteúdo, uma técnica bastante reconhecida na investigação qualitativa, conforme proposto por Bardin (2011) e Hsieh & Shannon (2005).

Este processo desenvolveu-se em três etapas:

**Pré-análise** : Onde se realizou uma primeira leitura nas transcrições realizadas, permitindo compreender os dados recolhidos e perceber de uma forma global o conteúdo das entrevistas.

**Exploração do material** : Nesta fase, foi realizada a análise dos dados, identificando-se as temáticas mencionadas e o seu contexto. Posteriormente, as temáticas foram agrupadas em categorias, em concordância com os objetivos da investigação.

**Tratamento dos resultados, inferência e interpretação** : Por fim, foi realizada uma análise aprofundada das categorias e subcategorias, com o objetivo de identificar padrões, relações e significados relevantes.

## CAPÍTULO 8 – DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo procede-se à discussão dos resultados obtidos na investigação, em alinhamento com os objetivos específicos definidos. Serão analisadas as atividades e recursos necessários para o sucesso de um evento, as interações entre o Departamento de Eventos e os restantes departamentos do hotel, bem como os principais desafios operacionais identificados. A discussão interpreta os dados de acordo com a revisão de literatura, apresentando as contribuições do estudo para a gestão de eventos em hotelaria e preparando o enquadramento para as propostas de melhoria.

### **8 Os processos de planeamento e execução de eventos em hotelaria**

Após a realização das questões introdutórias a cada entrevistado, como é o caso de qual a função desempenhada na unidade e há quanto tempo a desempenham, foi questionado sobre quais as principais fases de planeamento de eventos/banquetes na unidade. As respostas à questão 3 apresentam uma perspetiva diversificada sobre quais as principais fases do planeamento de eventos e banquetes. O Coordenador de Eventos e Banquetes destaca a fase inicial da venda e da triagem, onde apresenta a importância de alinhar a expectativa do cliente com a capacidade do hotel. Esta visão apresenta a seleção criteriosa de eventos a realizar nas instalações para evitar problemas futuros na execução dos mesmos. Por outro lado, a Diretora Geral, apresenta uma visão sobre os processos mais abrangente, onde inclui todas as etapas desde o pedido inicial até à comunicação interna do evento, sugerindo a necessidade de uma abordagem processual mais detalhada formalizada. Por fim, o Chefe Executivo, foca-se na preparação e elaboração do orçamento, onde destaca da criação de uma estrutura consistente e adaptada ao cliente. Esta visão mais criativa, apresenta maior preocupação com a personalização e a experiência do cliente, desde o momento inicial.

Contudo, a gestão de eventos em hotelaria, não se foca apenas no planeamento do evento, a componente da execução de eventos em hotelaria torna todos os processos diários mais complexos. Segundo o Coordenador de Eventos e Banquetes:

*"Para as equipas, além de todas as tarefas do dia a dia necessárias para manter o hotel em funcionamento, os eventos representam uma responsabilidade adicional."*

Para compreender de que forma é garantida a execução de eventos e banquetes na hotelaria, os entrevistados foram questionados sobre as fases fundamentais que asseguram o cumprimento do planeado. As suas perspetivas convergem na importância de um planeamento detalhado, destacando a comunicação eficaz e a capacidade de adaptação como elementos cruciais durante o decorrer do evento.

O Coordenador de Eventos e Banquetes salienta como ponto principal a definição atempada das necessidades do cliente, o que permite uma gestão eficaz dos stocks e dos recursos humanos, bem como uma comunicação direta e objetiva com o cliente. Já a Diretora Geral, embora reconheça a relevância de todas as fases, destaca a negociação e a gestão de pedidos como aspetos determinantes para assegurar a realização do evento. Por sua vez, o Chefe Executivo considera que a execução de um evento deve manter-se fiel ao planeamento inicial, demonstrando uma preferência por uma execução rigorosa e pela minimização de desvios ao previsto.

As entrevistas revelam que o processo de planeamento e execução de eventos em hotelaria é percebido de forma geral pelos entrevistados, embora com perspetivas diferentes. Existe consenso sobre a importância das fases planeamento como a venda e triagem dos pedidos, alinhando as expectativas do cliente às capacidades disponíveis. A execução bem-sucedida depende de um planeamento detalhado e bem definido, onde a comunicação com o cliente e a capacidade de adaptação a imprevistos, são destacadas como fundamentais para garantir a conformidade com o planeado. Em suma, o processo deve ser compreendido na sua totalidade e complexidade, e não apenas através da análise das suas etapas individuais.

### **8.1 Objetivo específico nº1 - Identificar quais as atividades e recursos que são críticos para o sucesso de um evento.**

Com o intuito de identificar as atividades e recursos críticos para o sucesso de um evento, foi questionado aos entrevistados quais as tarefas/atividades essenciais para o sucesso de um evento. Em resposta, o Coordenador de Eventos e Banquetes, reforça a importância da receção e triagem do pedido, e a avaliação da capacidade do hotel para acolher os diferentes eventos. Com esta perspetiva, é reforçada a ideia de que a base para

o sucesso de um evento/banquetes encontra-se numa gestão cuidadosa de pedidos. A Diretora Geral destaca a necessidade de uma comunicação clara e atempada, bem como a gestão de imprevistos, apontando para a necessidade de equipas ágeis e resilientes na operação. O Chefe Executivo, destaca a supervisão contínua dos eventos/banquetes, durante e após o evento, sendo o feedback essencial para a identificação de possíveis falhas e/ou aspetos a melhorar. Esta visão permite entender que o sucesso é medido não só por uma boa execução, mas também pela satisfação do cliente.

Na questão 6, sobre quais os recursos fundamentais para garantir qualidade no serviço prestado, o Coordenador de Eventos e Banquetes atribui um papel central aos recursos humanos, alertando para o impacto negativo que a sua baixa qualificação pode ter na qualidade do serviço prestado, mesmo quando estão garantidos materiais e infraestruturas de excelência. Já a Diretora Geral, menciona os recursos disponíveis como salas e material, como fundamentais para garantir a qualidade dos serviços, seguidos dos recursos humanos, indicando que a infraestruturas são um pré-requisito, contudo a qualidade do serviço depende sempre das pessoas.

É de notar que, o Chefe Executivo, destaca a comunicação como fundamental para a qualidade do serviço, o que, mesmo não sendo um recurso tangível, como os demais mencionados, é um recurso crítico que condiciona os demais recursos.

Os resultados obtidos, que identificam a receção e triagem do pedido e a supervisão contínua como atividades críticas, confirmam a perspetiva apresentada na revisão de literatura que define o evento como um acontecimento planeado e organizado com um propósito específico (Caetano et al., 2018). Já a comunicação, mesmo não sendo um recursos tangível, assume-se como um recurso transversal e fundamental espelhando a necessidade de comunicação eficaz entre departamentos que Fenich (2014) e Davidson e Cope (2018) consideram essencial para a excelência no serviço e para a resposta rápida a imprevistos.

## **8.2 Objetivo específico nº2 - Analisar as sinergias entre o departamento de eventos e os demais.**

Para identificar as sinergias entre departamentos, os entrevistados revelaram uma concordância nas suas respostas. Tanto o Coordenador de Eventos e Banquetes

como a Diretora Geral afirmam que o Departamento de Banquetes colabora com todos os restantes departamentos, desde a Recepção ao *Housekeeping*, passando pela Manutenção e pelas diferentes equipas do Departamento de F&B. Esta visão evidencia a posição central do Departamento de Banquetes e a interligação operacional entre setores. Já o Chefe Executivo destaca que as equipas de F&B, nomeadamente de sala e cozinha, são as que mais interagem entre si, o que reflete a sua área de atuação. No entanto, reforça igualmente a importância da interação com todos os departamentos.

Na questão 8, relativa à forma como é assegurada a comunicação e cooperação entre equipas, o Coordenador de Eventos e Banquetes descreve o Departamento de Banquetes como um elo, responsável por transmitir os pedidos do cliente às equipas. Por sua vez, a Diretora Geral detalha os métodos concretos utilizados, que vão desde a emissão das Ordens de Serviço antes do evento até à comunicação via telefone, WhatsApp ou email durante o decorrer do mesmo, evidenciando a flexibilidade e a preferência do cliente quanto ao método a utilizar. O Chefe Executivo destaca ainda a importância da definição de lideranças claras, de modo a evitar falhas na transmissão da informação. Quando analisadas em conjunto, estas respostas evidenciam a relevância da utilização de canais de comunicação formais para a partilha interna de informação, bem como de canais informais para contactos rápidos durante os eventos, reforçando igualmente a necessidade de clareza nas responsabilidades para garantir a fluidez da informação e a cooperação entre as equipas.

A análise das sinergias entre departamentos, posiciona o Departamento de Banquetes como uma unidade central e interdependente que colabora com todos os setores do hotel, para a organização de eventos. Davidson e Cope (2018) destacam que a organização de eventos requer a participação de diversos departamentos, exigindo uma coordenação estratégica para proporcionar excelência. Os resultados apresentam esta coordenação, revelando que a comunicação é assegurada através de canais formais, como a Ordem de Serviço, e canais informais, como o telefone e mensagens, o que se alinha com a necessidade de protocolos de comunicação padronizados para alterações e resolução de problemas, conforme apresentado por Teixeira & Barbosa (2017).

### **8.3 Objetivo específico nº3 - Identificar os principais desafios operacionais encontrados na gestão de eventos.**

De forma a responder ao objetivo específico nº3, que pretende identificar os principais desafios operacionais encontrados na gestão de eventos, foi questionado aos entrevistados quais os entraves encontrados no planeamento e na execução de eventos. O Coordenador de Eventos e Banquetes aponta a falta de mão de obra qualificada e a alta rotação de equipas, como o principal desafio encontrado, identificando também que este era um problema crónico em muitos setores. A Diretora Geral e o Chefe Executivo, em concordância identificam a expectativa do cliente e da comunicação, sugerindo que gerir as expectativas do cliente e comunicar com este de forma eficaz são os principais desafios.

A combinação dos desafios identificados, como os recursos humanos e a gestão de expectativas e de comunicação, revela que a complexidade da gestão de eventos reside tanto em fatores internos como em fatores externos. A falta de mão de obra qualificada e a alta rotação de equipas são desafios que afetam a consistência e a qualidade do serviço. Em simultâneo, a gestão das expectativas do cliente e a eficácia da comunicação emergem como desafios centrais à gestão de eventos, exigindo a capacidade de manter o alinhamento e transparência. A complexidade da gestão de eventos, reside na constante necessidade de equilibrar a otimização dos recursos humanos com a satisfação das expectativas e necessidades dos clientes, muitas vezes imprevisíveis.

### **8.4 Objetivo específico nº4 - Apresentar uma proposta de melhoria do processo de planeamento e execução do departamento de eventos.**

Com o objetivo de identificar a proposta de melhoria mais adequada no planeamento e execução de eventos, foi colocada aos entrevistados a questão de como o processo de gestão de eventos poderia ser melhorado, de forma a eliminar lacunas existentes. O Coordenador de Eventos e Banquetes propõe o aumento e a formação das equipas, com vista a uma melhor distribuição de tarefas, abordando diretamente o desafio da escassez de mão de obra previamente identificado. A Diretora Geral destaca a necessidade de uma comunicação interna mais atempada e propõe melhorias na oferta de equipamentos audiovisuais e na variedade de *setups* de buffets, revelando as

principais lacunas tanto na comunicação interna como na limitação das opções de serviço. O Chefe Executivo, em concordância com a Diretora Geral, sublinha a importância de se trabalhar com maior antecedência, salientando que esta medida atua como um mecanismo preventivo para evitar pressões de última hora.

Na última questão, os entrevistados foram convidados a apresentar sugestões para otimizar a experiência do cliente e os processos internos. As respostas revelam várias propostas concretas. O Coordenador de Eventos e Banquetes sugere a introdução de uma função de *Guest Relations* dedicada aos eventos, a criação de manuais de procedimentos para a formação de colaboradores e a utilização de *checklists* internas para o controlo de tarefas pendentes, revelando uma forte orientação para a formalização dos processos e para a melhoria da experiência do cliente através de um acompanhamento mais próximo. A Diretora Geral propõe a criação de uma *checklist* para clientes e de um documento ‘contratual’ partilhado, com o objetivo de reforçar a clareza e a transparência na relação com o cliente. Por sua vez, o Chefe Executivo sugere o desenvolvimento de menus com indicação de alergénios, demonstrando uma preocupação com a segurança alimentar. A diversidade destas propostas reflete a complexidade das áreas passíveis de otimização, abrangendo desde a padronização de processos e a personalização do serviço até à comunicação eficaz com o cliente.

As propostas de melhoria apresentadas centram-se na otimização dos processos internos e na valorização da experiência do cliente. Sugere-se o reforço e a formação das equipas, com vista a uma delegação de tarefas mais eficiente. A melhoria da comunicação interna, através de uma atuação mais atempada, bem como a ampliação da oferta de equipamentos audiovisuais e de *setups* de buffets, são identificadas como formas de diversificar o serviço e garantir maior eficácia operacional. No que respeita à experiência do cliente, destacam-se a introdução de uma função de *Guest Relations* dedicada a eventos e o desenvolvimento de menus com indicação de alergénios.

O desenvolvimento de menus com indicação de alergénios e a necessidade de trabalhar com maior antecedência demonstram uma preocupação com a eficiência operacional e com a sustentabilidade, abordando o desafio do desperdício alimentar que

Oliveira (2020) e Martins (2021) identificam como críticos no serviço de alimentação e bebidas.

Assim, as melhorias propostas visam formalizar a coordenação interdepartamental e garantir a excelência no serviço, elementos que a Revisão de Literatura estabelece como fundamentais para o sucesso dos eventos em hotelaria.

## CAPÍTULO 9 – PROPOSTA DE PROCEDIMENTOS

O capítulo nove apresenta propostas de melhoria para os processos de planeamento e execução de eventos no Porto Palácio Hotel by The Editory. Com base nos resultados da investigação e nos desafios operacionais identificados, são sugeridos uma *checklist* e um manual de procedimentos detalhado, com o objetivo de otimizar a eficiência, a qualidade e a consistência na organização de eventos, contribuindo para a melhoria contínua do departamento.

### 9 Proposta de *Checklist*

A necessidade de criação de uma *checklist* com diferentes finalidades no contexto da organização de eventos e banquetes no Porto Palácio Hotel tornou-se evidente durante a análise das entrevistas realizadas. As respostas dos participantes revelaram um consenso quanto à importância da formalização e padronização dos processos de planeamento e execução de eventos, destacando os benefícios da utilização de ferramentas simples que garantam o controlo e a coerência dos procedimentos.

Segundo os entrevistados, a ausência de um registo estruturado e visível das tarefas a cumprir pode originar falhas de comunicação entre departamentos e omissões na preparação dos eventos.

A proposta de *check-list* apresentada [Apêndice III] constitui uma resposta prática e imediata às lacunas identificadas na comunicação entre equipas e na distribuição de tarefas, promovendo uma abordagem mais estruturada e fiável. A sua conceção resultou da observação e prática no terreno, complementadas com contributos recolhidos junto dos colaboradores do Porto Palácio Hotel. Pretende-se que esta proposta seja de fácil implementação, com custos reduzidos e elevado impacto organizacional.

Esta *checklist* visa acompanhar as diferentes fases do planeamento e execução de eventos, desde a recolha de informação e o planeamento inicial, até à supervisão nas fases pré-evento, durante e pós-evento, assegurando que nenhuma etapa crítica é negligenciada. Simultaneamente, reforça a responsabilização das equipas e permite monitorizar o cumprimento das tarefas atribuídas.

## 9.1 Proposta de Manual de Procedimentos

A proposta de elaboração de um Manual de Procedimentos [Apêndice IV] resulta da análise das práticas operacionais observadas no Porto Palácio Hotel e das sugestões dos entrevistados, que destacaram a importância da existência de normas claras e partilhadas entre os vários intervenientes na organização de eventos.

Apesar da elevada qualidade dos serviços prestados, a ausência de documentação formal que consolide os procedimentos operacionais revela-se como uma fragilidade em momentos de pressão, bem como uma fonte de incoerência na execução de processos por diferentes membros das equipas. Como salientado por um dos entrevistados, a padronização dos processos, através de um manual, pode mitigar a dependência do conhecimento tácito dos colaboradores e reduzir a margem de erro na realização dos eventos.

O Manual de Procedimentos [Apêndice IV] proposto assume um papel estratégico no seio do departamento, funcionando como repositório de boas práticas, orientando as funções das equipas, reforçando a consistência do serviço e apoiando a integração de novos colaboradores. Este documento refletirá a cultura organizacional da unidade, os seus padrões de excelência e o compromisso com a melhoria contínua.

De acordo com os entrevistados, a existência de um manual de procedimentos poderá também funcionar como uma ferramenta formativa, especialmente útil para novos colaboradores ou staff externo, contribuindo assim para a uniformização do serviço prestado.

A proposta apresentada baseia-se nos dados recolhidos ao longo do estágio e nas entrevistas realizadas, estando estruturada por fases do evento, desde o planeamento à execução, e responsabilidades departamentais. A sua implementação poderá representar um avanço qualitativo na gestão do conhecimento interno, na eficiência dos processos e na satisfação global dos clientes.

## CAPÍTULO 10 – CONCLUSÕES E LIMITAÇÕES

O capítulo final sintetiza as principais conclusões da investigação, recapitulando os achados mais relevantes e a sua contribuição para o conhecimento na área da gestão de eventos em hotelaria. Serão igualmente abordadas as limitações do estudo, reconhecendo as suas fronteiras e aspetos que não foram totalmente explorados. Por fim, serão apresentadas sugestões para futuras investigações, indicando caminhos para aprofundar o tema e expandir o corpo de conhecimento existente, consolidando o impacto e a relevância desta tese.

### **Conclusão**

A realização do estágio curricular no Porto Palácio Hotel by The Editory, como Coordenador de Banquetes, permitiu consolidar e aprofundar conhecimentos nas áreas de organização de eventos e de alimentação e bebidas, nomeadamente no domínio de rácios operacionais e logística. Esta experiência prática complementou o conhecimento adquirido no Mestrado em Direção Hoteleira, apresentando-se como uma mais-valia a nível profissional.

A elaboração deste projeto de investigação permitiu uma visão abrangente das boas práticas na gestão de eventos em hotelaria, identificando os processos essenciais de planeamento e execução de eventos em hotéis. A conjugação da experiência prática do estágio com a investigação académica possibilitou uma definição mais clara dos objetivos pretendidos, assim como a aplicação concreta dos conceitos aprendidos, organizando eventos e coordenando diferentes departamentos.

A análise dos dados recolhidos através das entrevistas evidenciou que um planeamento eficaz exige, inicialmente, uma análise detalhada do pedido do cliente, considerando a capacidade do hotel e os recursos disponíveis. Segue-se a elaboração de um orçamento adaptado às necessidades do cliente, bem como etapas fundamentais como a negociação, a adjudicação do orçamento e a comunicação constante. Para garantir uma execução bem-sucedida, destacam-se a definição antecipada das necessidades do cliente, a comunicação clara e objetiva com este e a execução de acordo com o planeado.

Relativamente às sinergias entre equipas, verificou-se que o Departamento de Banquetes desempenha um papel central na organização de eventos, sendo essencial a interação com todos os restantes departamentos, desde o *housekeeping* até à manutenção. Entre os desafios identificados, destacam-se a dimensão reduzida das equipas, a sua rotatividade e, principalmente, a gestão das expectativas dos clientes em relação aos serviços, equipamentos e infraestruturas, que se revela um desafio central na gestão de eventos e na hotelaria em geral.

Por fim, as propostas de melhoria sugerem a implementação de um Manual de Procedimentos, capaz de transmitir claramente as funções de cada equipa e de mitigar os efeitos da rotatividade das equipas, funcionando como guia operacional e manual de aprendizagem para novos colaboradores. Adicionalmente, a criação de *check-lists* específicas, sendo prioritária, numa fase inicial, a implementação de uma *check-list* referente aos processos do Departamento de Banquetes, garantindo que todos os passos são cumpridos e que a informação necessária é devidamente recolhida.

### **Limitações**

Durante o estágio curricular e a elaboração do projeto de investigação, verificaram-se algumas limitações relevantes. A principal prendeu-se com a elevada necessidade de recolha e análise de informação na fase inicial do projeto, o que implicou conciliar de forma exigente as tarefas do estágio com o desenvolvimento da investigação. Acresce que a distância geográfica entre o hotel e a residência do estagiário apresentou-se como um obstáculo, reduzindo o tempo disponível para a pesquisa e a redação do projeto.

Outra limitação identificada foi a escassez de literatura científica dedicada especificamente aos processos de organização de eventos em contexto hoteleiro, o que exigiu uma maior amplitude na revisão de literatura.

### **Sugestões para investigações futuras**

Para investigações futuras, e com o objetivo de dar continuidade ao presente trabalho, recomenda-se o desenvolvimento de uma segunda *check-list* que permita recolher informação frequentemente esquecida e que possa ser enviada diretamente ao cliente.

Sugere-se, igualmente, a implementação dos materiais desenvolvidos neste estudo durante um período determinado, adaptando-os às diferentes realidades hoteleiras, de forma a avaliar as melhorias obtidas em comparação com um período equivalente anterior à implementação. O foco principal deverá ser a análise organizacional interna, procurando aferir se houve otimização dos serviços e melhoria na sua prestação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agapito, D., Valle, P., & Mendes, J. (2022). Marketing sensorial: Casos no retalho, hospitalidade e turismo. ResearchGate.  
[https://www.researchgate.net/publication/359383887\\_Marketing\\_Sensorial\\_casos\\_no\\_retalho\\_hospitalidade\\_e\\_turismo](https://www.researchgate.net/publication/359383887_Marketing_Sensorial_casos_no_retalho_hospitalidade_e_turismo)
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Barradas, I. M. A. (2021). *A influência dos eventos no marketing hoteleiro das cidades de Lisboa e do Porto [Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Hotelaria e Turismo – Politécnico do Porto]*.
- Baum, T., & Hagen, L. (1997). Responses to seasonality: The experiences of peripheral destinations. *International Journal of Tourism Research*, 1(5), 299–312.
- Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Rowman & Littlefield.
- Bitencourt, R. F., Souza, V. B., & Lopes, E. R. (2017). Gestão da comunicação em hotelaria e o seu impacto na experiência do hóspede. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27/28, 1057–1068.
- Bowdin, G., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). *Events management* (3rd ed.). Routledge.
- Bowdin, G., Allen, J., O’Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2021). *Events management* (5.<sup>a</sup> ed.). Routledge.
- Buhalis, D., & Leung, R. (2018). Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 41–50. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.11.011>
- Caetano, J., Portugal, M., Cruz, R., Diniz, R., & Matos, P. L. (2018). *Gestão de eventos*. Escolar Editora.
- Canton, A. M. (2004). *Eventos: Ferramenta de sustentação para as organizações do terceiro setor*. Roca.
- Chung, W., Choi, J., Sumner, A., & Seo, Y. (2020). The economic impact of hosting mega-sporting events. *Journal of Economic Studies*, 47(1), 95–110.  
<https://doi.org/10.1108/JES-02-2018-0088>

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE.
- Davidson, R., & Cope, B. (2018). *Business travel: Conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel*. Pearson.
- Davidson, R., & Rogers, T. (2018). *Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events* (3.<sup>a</sup> ed.). Routledge.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). SAGE.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14(4), 532–550. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308385>
- Fenich, G. G. (2014). *Meetings, expositions, events, and conventions: An introduction to the industry* (4th ed.). Pearson.
- Fenich, G. G. (2019). *Business events* (2.<sup>a</sup> ed.). Routledge.
- Fontana, A., & Frey, J. H. (2000). The interview: From structured questions to negotiated text. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 645–672). SAGE.
- Getz, D. (2012). *Event management and event tourism* (2.<sup>a</sup> ed.). Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2018). *Event studies: Theory, research and policy for planned events* (3.<sup>a</sup> ed.). Routledge.
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Host Designers. (2024). *Tendências no design de hotéis em 2025*. <https://www.hostdesigners.com/blog/tendencias-no-design-de-hotelaria-em-2025>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Instituto de Estudos e Pesquisas. (2023). *Avaliação de ruído na hotelaria e restauração*. IEP. <https://www.iep.pt/a-importancia-da-avaliacao-de-ruído-na-hotelaria-erestauracao/>
- Marrão, J. (2020). *Estratégias de captação de eventos internacionais para unidades hoteleiras em Portugal* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Algarve].

Martins, L. M. (2021). Gestão do desperdício alimentar no departamento de F&B em plena pandemia [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico do Porto].

<https://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/19090>

Moreira, V. (2021). Análise do impacto económico dos eventos turísticos do concelho de Mirandela [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Bragança].

<https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/24861/1/Victor%20Moreira.pdf>

Oliveira, J. M. A. (2020). Desperdício de alimentos: Aplicação de indicadores para avaliação em restaurantes comerciais e hotéis [Tese de Doutoramento, Universidade de São Paulo].

Paiva, R. (2023). Gestão integrada de departamentos em hotelaria: Desafios e soluções (2.<sup>a</sup> ed.). Editora Lidel.

Pedro, F., Caetano, J., Christiani, K., & Rasquilha, L. (2005). Gestão de eventos. Quimera Editores.

Rogers, T. (2019). Conferences and conventions: A global industry (4.<sup>a</sup> ed.). Routledge.

Shone, A., & Parry, B. (2013). Successful event management: A practical handbook (4.<sup>a</sup> ed.). Cengage Learning.

Teixeira, M., & Barbosa, C. (2017). Comunicação interdepartamental em hotelaria: Estratégias e desafios. *Revista Portuguesa de Gestão Hoteleira*, 5(2), 8–15.

TNEWS. (2024, 15 de janeiro). Tendências de eventos em hotelaria para 2024: Autenticidade e experiências locais ganham destaque.

<https://www.tnews.pt/tendencias-eventos-hotelaria-2024>

The Editory Collection Hotels. (n.d.). *Quem somos*. The Editory Hotels.

<https://www.editoryhotels.com/quem-somos/>

The Editory Hotels. (n.d.). *Porto Palácio Hotel*.

<https://www.editoryhotels.com/porto-palacio/>

TNEWS. (2024). Tendências emergentes no turismo para 2025: Uma viagem pela inovação e sustentabilidade. <https://tnews.pt/tendencias-emergentes-no-turismo-para-2025-uma-viagem-pela-inovacao-e-sustentabilidade/>

TravelBI. (2024, 10 de maio). Portugal 9.<sup>o</sup> destino com mais eventos realizados em 2023 segundo ranking ICCA. Turismo de Portugal.

<https://travelbi.turismodeportugal.pt/tendencias/portugal-9%C2%BA-destino-mais-eventos-realizados-2023-ranking-icca/>

Turismo de Portugal. (2024). Lisboa terceira cidade do mundo com mais congressos em 2023. Portugal Global.

<https://portugalglobal.pt/noticias/2024/maio/lisboa-terceira-cidade-do-mundo-com-mais-congressos-em-2023/>

UNWTO – World Tourism Organization. (2020). Tourism for development: Tourism events and destinations. UNWTO Publications.

Yin, R. K. (2009). Case study research: Design and methods (4th ed.). SAGE.

## APÊNDICES

## Apêndice I – Guião de Entrevistas

1. Que funções desempenha no Porto Palácio Hotel e há quanto tempo?

R:

2. Que papel desempenha o seu departamento no planeamento e execução de eventos/banquetes?

R:

3. Quais são, na sua opinião, as principais fases do planeamento de eventos/banquetes nesta unidade.

R:

4. Quais fases considera fundamentais para garantir a execução de acordo com o planeado?

R:

5. Que atividades/tarefas considera essenciais para o sucesso de um evento/banquete?

R:

6. Quais dos recursos (humanos, materiais e logísticos) são fundamentais para garantir a qualidade do serviço prestado?

R:

7. Qual departamento colabora com mais regularidade com o Departamento de Banquetes?

R:

8. De que forma é assegurada a comunicação e cooperação entre equipas durante a realização de um evento?

R:

9. Quais os principais desafios encontrados, no planeamento e execução de eventos/banquetes?

R:

10. De que forma o processo de planeamento e execução de eventos/banquetes poderia ser melhorado, de forma a eliminar lacunas existentes?

R:

11. Que sugestões implementaria para otimizar a experiência do cliente e os processos internos de organização de eventos?

R:

## Apêndice II – Análise de Entrevistas

ANÁLISE ÀS ENTREVISTAS			
QUESTÕES	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
Q1. Que funções desempenha no Porto Palácio Hotel e há quanto tempo?	Coordenador de Eventos e Banquetes e Assistente de F&B, desde agosto de 2023.	Diretora Geral, desde abril de 2023.	Chefe Executivo, desde agosto de 2023
Q2. Que papel desempenha o seu departamento no planeamento e execução de eventos/banquetes?	Papel principal, realiza a gestão global de todos os eventos e banquetes do hotel.	Supervisão e controlo, apoio e coaching.	Construção de Menus e Kits de Banquetes, bem como a confeção dos mesmos.
Q3. Quais são, na sua opinião, as principais fases do planeamento de eventos/banquetes nesta unidade?	As principais fases do planeamento são a fase de venda, onde deve ser realizada uma triagem inicial e um encaminhamento adequado, alinhando as expectativas às capacidades do hotel.	Todas, desde a fase do pedido, a o acompanhamento da proposta, à confirmação e à reserva dos espaços, a gestão de depósitos e por fim a comunicação interna.	A preparação e a boração do pedido, criando uma estrutura consistente e agradável para o cliente. Esta estrutura deve incluir uma oferta abrangente e adaptada à preferência do cliente.
Q4. Quais fases considera fundamentais para garantir a execução de acordo com o planeado?	A definição atempada das necessidades do cliente, permitindo ajustar as equipas e materiais às necessidades. A comunicação direta e objetiva com o cliente e com as equipas (através das OS).	A negociação, para garantir o evento e posteriormente a a gestão de pedidos do cliente. (contudo todas as fases são fundamentais)	Manter o evento "strait to the line", direto ao objetivo, podendo haver exceções mas tentando sempre manter conforme planeado.
Q5. Que atividades/tarefas considera essenciais para o sucesso de um evento/banquete?	A parte inicial do processo, desde a receção do pedido e a boa triagem das necessidades do cliente. Essencial perceber se existe capacidade de receber o evento.	É a comunicação clara, atempada e a gestão de imprevistos.	A supervisão de um evento, desde a receção do cliente até ao fim do evento, mantendo o contacto pós evento de forma a obtermos feedback.
Q6. Quais dos recursos (humanos, materiais e logísticos) são fundamentais para garantir a qualidade do serviço prestado?	Os Recursos Humanos têm o papel principal, muitas vezes existindo material e estruturas aliado a recursos humanos menos qualificados, o resultado não é positivo.	Os recursos disponíveis, desde salas e material, seguido dos recursos humanos.	A comunicação é fundamental para garantir a qualidade da prestação do serviço.
Q7. Qual departamento colabora com mais regularidade com o departamento de banquetes?	Todos, devido à posição central do departamento, existe um elevado contacto com todos os departamentos desde receção, hsk, cozinha, equipas de sala e manutenção.	Todos, housekeeping para manter tudo limpo, manutenção para manter tudo funcional e F&B para entregar aquilo que foi vendido.	Os departamentos de F&B, equipa de sala e de cozinha.
Q8. De que forma é assegurada a comunicação e cooperação entre equipas durante a realização de um evento?	O departamento de banquetes funciona como elo de comunicação, transmitindo os pedidos do cliente às equipas.	Antes do evento, é emitida a OS. Durante o evento, esta pode ser feita por telefone, whatsapp ou email, depende do cliente.	A definição de quem está à frente de cada equipa, permite evitar falhas ou erros na transmissão de informação.
Q9. Quais os principais desafios encontrados, no planeamento e execução de eventos/banquetes?	A falta de mão de obra qualificada, muita rotação nas equipas aliada à fraca qualificação das equipas.	É a expectativa do cliente e a comunicação.	Assegurar a expectativa do cliente.
Q10. De que forma o processo de planeamento e execução de eventos/banquetes poderia ser melhorado, de forma a eliminar lacunas existentes?	Tanto o processo de planeamento e de execução poderiam ser melhorados com o aumento das equipas, e formação das mesmas. Possibilitando uma melhor distribuição de tarefas, o que levaria a tarefas melhor realizadas.	Comunicação mais atempada e oferta mais alargada de AV's e setups de buffets.	Trabalhar com maior antecedência.
Q11. Que sugestões implementaria para otimizar a experiência do cliente e os processos internos de organização de eventos?	Introdução de um Guest Relations dedicada a Eventos, como melhoria experiência do cliente. Manual para formação e check.list como ferramenta de verificação pré-evento. E criação check-list interna de tarefas pendentes.	Criação de uma check-list para clientes, com algumas questões. Criação de um documento "contratual" partilhado com o cliente com todos os serviços acordados.	Desenvolvimento de menus com a indicação de alérgicos. Recolha de mais informação do cliente, estando as restrições associadas a uma pessoa.

### Apêndice III – Proposta de *Checklist*

CHECKLIST - DEPARTAMENTO DE BANQUETES			
Elaboração da Ordem de Serviço			
Solicitado	Confirmado	Tarefa	Observações
		<b>Nome e tipologia do evento</b>	
		Data e hora do evento	
		Empresa/organização	
		Nome e contacto do responsável do evento	
		Número de participantes	
		<b>Salas reservadas</b>	
		Horário de montagem e desmontagem	
		Layout da sala	
		Área de apoio (acreditação, coffee break, etc.)	
		Material extra necessário (mobiliário)	
		<b>Equipamento Audiovisual</b>	
		Microfones	
		Sistema de projeção	
		Sistema de som	
		Iluminação especial	
		Wifi dedicada	
		Material extra necessário (Audiovisual)	
		<b>F&amp;B</b>	
		Momentos desejados	
		Definição de escolhas (menus, pacotes de bebidas, etc.)	
		Horários de serviços	
		Local de serviços	
		<b>Decoração</b>	
		Decoração de sala (flores, centros de mesa, etc.)	
		Atoalhados	
		Contratação de música ambiente (DJ, Banda de Música)	

Gestão de Pagamentos			
Solicitado	Confirmado	Tarefa	Observações
		Envio de condições e políticas	
		Emissão fatura proforma	
		Depósito recebido	
		Pagamento final	
Controlo e Supervisão			
Solicitado	Confirmado	Tarefa	Observações
		<b>Comunicação Interna</b>	
		<b>Briefing semanal</b>	
		Confirmação da limpeza da sala e das áreas	
		Teste final de equipamentos	
		Verificação da disposição e do mobiliário	



# MANUAL DE PROCEDIMENTOS

DEPARTAMENTO DE EVENTOS

Julho 2025



# 1 Índice

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2. ESPAÇOS E RECURSOS DISPONÍVEIS.....</b>	<b>2</b>
2.1. SALAS E CENTRO DE CONGRESSOS .....	2
2.2. CAPACIDADES .....	6
<b>3. TRATAMENTO DE PEDIDOS .....</b>	<b>6</b>
3.1. TELEFONE .....	7
3.2. CORREIO ELETRÔNICO .....	7
<b>4. CONFIRMAÇÃO DE RESERVAS .....</b>	<b>9</b>
<b>5. ORDEM DE SERVIÇO .....</b>	<b>10</b>
<b>6. TAREFAS POR SECÇÕES .....</b>	<b>12</b>
6.1. DEPARTAMENTO BANQUETES .....	12
6.2. DEPARTAMENTO DE RESTAURAÇÃO .....	13
6.3. DEPARTAMENTO DE COZINHA .....	13
6.4. DEPARTAMENTO DE HOUSEKEEPING.....	13
6.5. DEPARTAMENTO DE RECEÇÃO .....	14
6.6. DEPARTAMENTO DE RECEÇÃO DE MERCADORIAS.....	14
<b>7. FOLLOW-UP PÓS EVENTO .....</b>	<b>15</b>
<b>8. CONCLUSÃO .....</b>	<b>16</b>

## Lista de ilustrações

Figura 1 - Sala Porto, Plateia.....	3
Figura 2 - Sala Porto, Plateia.....	3
Figura 3 - Sala Douro, Banquete.....	3
Figura 4 - Sala Douro, Banquete.....	3
Figura 5 - Sala 3 Rios, Plateia.....	4
Figura 6 - Sala 3 Rios, Plateia.....	4
Figura 7 - Sala Tâmega, Cabaret.....	4
Figura 8 - Sala Corgo, Escola.....	4
Figura 9 - Sala Sousa, Mesa em U.....	5
Figura 10- Sala Sabor, Mesa Única.....	5
Figura 11 - Sala Tua, Mesa Única.....	5
Figura 12 - Sala Salsa, Cocktail.....	5
Figura 13 - Sala Vita Pura, Banquete.....	5
Figura 14 - Capacidade de pessoas por sala por disposição.....	6
Figura 15 - Exemplo de Ordem de Serviço.....	10

## 1. Introdução

O presente Manual de Procedimentos constitui um instrumento fundamental para o adequado funcionamento do departamento e para a uniformização dos processos que o integram.

Este documento tem como principal objetivo comunicar aos colaboradores do Porto Palácio Hotel by The Editory as boas práticas associadas à organização e realização de eventos, estabelecendo de forma clara as tarefas atribuídas a cada departamento envolvido. Pretende-se, assim, promover a harmonização interdepartamental e a sistematização das operações, através da definição de instruções de trabalho específicas para cada interveniente.

Com vista à manutenção da atualidade e eficácia dos procedimentos operacionais, o manual deverá ser revisto periodicamente, com uma frequência semestral, ou sempre que se verifiquem alterações significativas nos processos, normas ou boas práticas relacionadas com a organização e gestão de eventos.

## 2. Espaços e recursos disponíveis

O Porto Palácio Hotel by The Editory dispõe de um total de 11 salas de reunião, distribuídas por dois pisos do edifício principal e por um centro de congressos dedicado.

No centro de congressos localiza-se a Sala Porto, um auditório com entrada independente e uma área total de 525 m<sup>2</sup>, com capacidade para acolher até 550 participantes. Este espaço está equipado com dois foyers de apoio, instalações sanitárias de serviço e um balcão de acreditação, assegurando a funcionalidade necessária para eventos de grande dimensão.

As restantes salas encontram-se no edifício principal, distribuídas pelos pisos 1 e 2, com acesso pela entrada principal do hotel.

No primeiro piso situam-se as salas Douro e 3 Rios, ambas modulares. A sala Douro pode ser subdividida em Douro Norte e Douro Sul, enquanto a sala 3 Rios permite a divisão em três espaços distintos: Minho, Cávado e Lima. Estas salas partilham um foyer comum, instalações sanitárias e um balcão de acreditação, assegurando o suporte necessário para a realização de eventos de média dimensão.

O segundo piso acolhe as salas Corgo, Tâmega, Sousa, Sabor e Tua, de menor capacidade, especialmente indicadas para reuniões empresariais, sessões de formação ou apresentações corporativas.

### 2.1. Salas e Centro de Congressos

O PPH dispõe de um Centro de Congressos equipado com um auditório com capacidade para receber até 550 pessoas. Este espaço possui uma entrada exclusiva, permitindo a separação total entre o hotel e o centro de congressos, o que o torna ideal para a realização de congressos e eventos de grande dimensão. Esta estrutura permite a utilização autónoma, contando com dois foyers de apoio, um balcão de acreditação, instalações sanitárias e acesso direto ao cais de mercadorias.

A Sala Porto, que corresponde ao auditório principal do Centro de Congressos, está equipada com palco modular, púlpitos, sistema de som e microfones, sistema de projeção, iluminação cénica, cortina de palco, régie técnica, quatro camarins e quatro cabines de tradução simultânea.



Figura 2 - Sala Porto, Plateia



Figura 1 - Sala Porto, Plateia

No primeiro piso do edifício principal localiza-se a Sala Douro, a segunda maior sala do hotel, com capacidade para acolher até 260 pessoas. Trata-se de uma sala modular, que pode ser dividida em Douro Norte e Douro Sul. Esta sala dispõe de foyer, balcão de acreditação e instalações sanitárias de apoio. Está equipada com um palco modular, púlpito, sistema de som e microfones, bem como sistema de projeção.



Figura 4 - Sala Douro, Banquet



Figura 3 - Sala Douro, Banquete

Também no primeiro piso encontra-se a Sala 3 Rios, com capacidade para até 120 pessoas. Esta sala é de igual forma modular, podendo ser dividida nas salas Minho, Lima e Cávado. A sala dispõe de foyer e casas de banho de apoio, estando equipada com sistema de som e microfones, bem como sistema de projeção.



Figura 5 – Sala 3 Rios, Plateia



Figura 6 - Sala 3 Rios, Plateia

No segundo piso situam-se as salas Corgo e Tâmega, com capacidade para até 80 pessoas. Estas salas partilham um foyer e instalações sanitárias de apoio, estando equipadas com sistema de som e microfones, e com sistema de projeção e/ou televisão.



Figura 8 - Sala Corgo, Escola



Figura 7 - Sala Tâmega, Cabaret

Ainda no segundo piso encontram-se as salas Sousa, Tua e Sabor, com capacidade até 20 pessoas, indicadas para reuniões de pequena escala. Todas estas salas dispõem de televisores e casas de banho de apoio.



Figura 9 - Sala Sousa, Mesa em U



Figura 11 - Sala Tua, Mesa Única



Figura 10- Sala Sabor, Mesa

Localizados no piso-1, encontram-se os espaços destinados à realização de refeições. As salas Vita Pura, Salsa e o Restaurante Madrug, foram concebidos para este fim e têm capacidade para receber, em simultâneo, até 500 pessoas.



Figura 13 - Sala Vita Pura, Banquete



Figura 12 - Sala Salsa, Cocktail

## 2.2. Capacidades

O Centro de Congressos e as salas de reunião do PPH apresentam uma elevada versatilidade, permitindo a sua preparação para diferentes finalidades, conforme os requisitos apresentados pelos clientes. Com o objetivo de garantir conforto, funcionalidade e eficiência na organização dos eventos, foram definidas capacidades máximas para cada sala, de acordo com a disposição solicitada. Estas configurações incluem, entre outras, os formatos em plateia, escola, cabaret, mesa em U, sendo a escolha da disposição dependente da natureza do evento e da dimensão do grupo.

PORTO PALÁCIO HOTEL								
CAPACIDADES								
SALA	PLATEIA	ESCOLA	CABARET	MENU	COCKTAIL	BUFFET DENTRO DA SALA	BUFFET FORA DA SALA	U
PORTO	550	240	216	450 S/ PALCO 360 C/ PALCO	500	240	280	90
DOURO	250-280	120	108	180	250	160	X	50
DOURO NORTE	120-140	66	60	100	120	70	X	30
DOURO SUL	120	66	60	100	120	70	X	30
3 RIOS	120	55	55	90	100	70	80	45
MINHO	40	25	20	30	X	X	X	20
LIMA	40	10	10	20	X	X	X	15
CÁVADO	30	10	10	20	X	X	X	15
CORGO	80	40	35	60	80	50	60	35
TÂMEGA	80	40	35	60	80	50	60	35
SOUSA	20	15	10	20	15	X	X	15
TUA	Boardroom/ Mesa única 8 Pax							
SABOR	Boardroom/ Mesa única 8 Pax							
MADRUGA				180	200	160	180	
VITA PURA	200	80	120	200	250	180		
SALSA				60		50		

Figura 14 - Capacidade de pessoas por sala por disposição

## 3. Tratamento de pedidos

Todos os pedidos relacionados com a organização de eventos são centralizados e geridos pelos Coordenadores de Eventos e Banquetes, que assumem a responsabilidade pelo primeiro contacto com o cliente. Estes pedidos são habitualmente recebidos por via telefónica e/ou correio eletrónico, sendo essencial,

6

nesta fase inicial, a recolha do maior número possível de informações relevantes, com vista à elaboração de uma proposta orçamental preliminar. Esta abordagem permite uma resposta célere, eficaz e ajustada às necessidades do cliente, assegurando uma base sólida para o planeamento do evento.

### **3.1. Telefone**

Sempre que for recebida uma chamada telefónica no Departamento de Banquetes, esta deverá ser atendida de forma célere, preferencialmente até ao segundo toque. O colaborador responsável pelo atendimento deve identificar-se de forma clara e cordial, mencionando o nome do departamento e o seu nome próprio. Por exemplo: “Departamento de Banquetes, bom dia/boa tarde, fala o (nome), em que posso ajudar?”

Durante a chamada, o colaborador deve procurar esclarecer, de forma clara e objetiva, todas as questões colocadas pelo cliente. Independentemente do grau de esclarecimento prestado telefonicamente, é essencial informar o cliente de que o pedido deverá ser formalizado por email, a fim de garantir o seu registo e possibilitar o devido seguimento por parte da equipa.

Caso o assunto da chamada não possa ser resolvido de imediato, o colaborador deve encaminhar a chamada para o responsável adequado, informando previamente o cliente da transferência e explicando o motivo. Se, por qualquer razão, não for possível transferir a chamada ou prestar esclarecimento no momento, deverá ser recolhida toda a informação relevante, assegurando ao cliente que será contactado posteriormente com a resposta solicitada.

Antes de concluir a chamada, o colaborador deverá confirmar se o cliente tem mais alguma questão, reforçar o pedido de envio do email e encerrar a chamada de forma cordial. Um exemplo de despedida adequada será: “Ficamos ao dispor para qualquer esclarecimento adicional. Aguardamos o seu email com os detalhes do seu pedido. Continuação de um bom dia.”

### **3.2. Correio eletrónico**

Os pedidos de cotação para a realização de eventos, quando recebidos por correio eletrónico, devem ser tratados e respondidos através do mesmo canal. Após a receção do pedido, o colaborador responsável deverá verificar se o cliente forneceu

7

toda a informação necessária para a elaboração da proposta, nomeadamente: tipo de evento, data prevista, número aproximado de participantes, horário estimado, setup pretendido, serviços desejados, bem como eventuais necessidades adicionais, como equipamentos audiovisuais, materiais específicos ou alojamento. Caso alguma informação essencial esteja em falta, o cliente deverá ser prontamente contactado, por email e/ou telefone, de forma a solicitar os dados em falta.

Nos casos em que o pedido diga respeito exclusivamente à utilização de salas de reunião ou à realização de eventos que não envolvam alojamento, a proposta deverá ser elaborada diretamente pelo Departamento de Banquetes, com base na disponibilidade existente e nas condições em vigor. A proposta deve apresentar, de forma clara e detalhada, a designação das salas disponíveis, respetiva capacidade, configuração recomendada, serviços incluídos e valor por período de utilização. Deve, ainda, ser enviada em anexo a documentação complementar que inclui as políticas e condições gerais do hotel.

Nos pedidos que envolvam alojamento até 9 quartos, o Departamento de Reservas deverá ser incluído em cópia no email, para que possa informar o cliente relativamente à disponibilidade, tarifas e condições da reserva. Sempre que o pedido inclua alojamento igual ou superior a 10 quartos, este deverá ser reencaminhado para o Departamento Comercial, que assumirá a gestão integral do mesmo.

A proposta deve ser enviada ao cliente no formato previamente definido pela unidade, garantindo uniformidade na comunicação e integrando, obrigatoriamente, as políticas e condições de reserva em anexo.

Caso não se registre qualquer resposta por parte do cliente no prazo de sete dias úteis após o envio da proposta, deverá ser remetido um email de follow-up, cordial, a relembrar o envio da proposta e a manifestar a disponibilidade do departamento para prestar esclarecimentos adicionais.

#### 4. Confirmação de reservas

Em caso de confirmação do pedido por parte do cliente, procede-se ao bloqueio das salas pretendidas, para as datas indicadas, no sistema operativo Opera. Para formalizar a reserva, é solicitado ao cliente o pagamento de 50% do valor referente ao aluguer das salas, no momento da reserva, sendo os 50% remanescentes liquidados até duas semanas antes da data do evento, juntamente com os valores correspondentes a outros serviços contratados, como refeições, equipamentos ou alojamento.

Nos casos em que a reserva seja efetuada com menos de duas semanas de antecedência em relação à data do evento ou reunião, é exigido o pagamento total de todos os serviços contratados, como condição obrigatória para a confirmação da reserva.

A monitorização e validação dos pagamentos são da responsabilidade do Departamento de Banquetes, que deverá solicitar ao cliente o envio do comprovativo de pagamento por correio eletrónico. Para efeitos de controlo financeiro, a equipa deverá confirmar os movimentos bancários consultando a documentação fornecida pelo Departamento Financeiro, onde constam todos os lançamentos na conta do hotel. Após confirmação da entrada do valor correspondente, a informação deve ser comunicada à Receção, que procederá ao depósito do montante na PM (Posting Master) previamente criada para o evento.

Uma vez confirmada a reserva, inicia-se a fase de gestão e organização do evento, com o objetivo de garantir que todas as necessidades do cliente sejam devidamente atendidas.

Nos eventos que incluam refeições, o cliente deverá enviar, com pelo menos duas semanas de antecedência, os menus selecionados, bem como a identificação de quaisquer restrições alimentares dos participantes. Neste mesmo momento, é fundamental que o cliente envie também o cronograma final do evento, o número definitivo de participantes, o setup das salas, as necessidades de material audiovisual ou outros equipamentos, e ainda o logótipo ou imagem gráfica que se pretenda utilizar para a sinalética personalizada do evento.

## 5. Ordem de Serviço

Após a recolha de todas as informações necessárias à realização do evento, procede-se à emissão da ordem de serviço. Este documento, em formato PDF, é gerado pelo sistema operativo Opera, após a inserção de toda a informação relevante ao evento nos respetivos blocos de grupo, destinada aos diferentes departamentos do hotel.

CONGRESS HOTEL & SPA ***** ORDEM DE SERVIÇO						
Entidade:	Emirates airline	Nr. de Contrato:	617507			
Contacto:		Resp. Catering:	Opera Supervisor			
Morada:	P.O Box 686 Dubai UAE	Sales Manager:	Opera Supervisor			
Telefone:	Dubai,	Reserva:	<b>Emirates Recruitment</b>			
Fax:		Entrada/Saída:	<b>11-JUL-25 / 11-JUL-25</b>			
N.C.:	100281902500003	Representado por:				
Sexta-Feira, Julho 11, 2025						
Hora	Sala	Função	Montagem	Código	Risq	Aluguel
08:00 - 20:00	3Rios	Reuniao	Plataea	68		A 726.00 A.1
LOCAL: 3 Rios DATA: 11.07.2025 HORARIO: 08H até 20H SETUP: Plataea » EQUIPAMENTOS - Teta e projetor - Sistema de Som »» ATT BANQUETES: PF colocar: - Setup plateia para 60 PAX; - Mesa e 2 cadeiras na entrada da sala; - Mesa para acreditação no Foyer. »» ATT RECEÇÃO PF enviar 2 chaves da Sala 3 Rios para entregar ao cliente.						
Billing Instruction						
FATURAÇÃO: »»ATT. BANQUETES Por favor debitar os seguintes valores: Sala 3 Rios: 726€ Todos os extras devem ser cobrados diretamente ao cliente. Total: 726€ PM 9087 Pagamento já efetuado por link.						
Depósito	%	Depósito Res.	Limite	Depósito Pago	Montante	Descrição
Unallocated				726.00	- 726.00	
				726.00	- 726.00	
						Opera Supervisor 03-07-25

Figura 15 - Exemplo de Ordem de Serviço

Para que a ordem de serviço seja corretamente elaborada, é imprescindível que, antes da introdução dos dados, seja efetuada a correção do bloco de reserva e dos

eventos associados, verificando-se o nome do evento, os horários de utilização, o número de participantes, as salas reservadas e as suas disposições, bem como o valor do aluguer por sala.

Após a confirmação do bloco de reserva, são adicionadas, nas notas de cada evento associado ao bloco, as informações específicas. Nas notas relativas às reservas de salas, devem constar a data e os horários previstos para a realização do evento, o número de participantes, o setup desejado, o nome e contacto do responsável pelo evento, os equipamentos audiovisuais requisitados e outras necessidades, tais como materiais de apoio ou a instalação de coffee station, com indicação detalhada da sua composição.

Nas notas dos foyers alocados ao evento, são registados os horários e momentos previstos para coffee-breaks, cocktails e outras atividades, incluindo a respetiva composição e o número estimado de participantes.

No caso de reserva de restaurantes para o evento, as notas devem conter o número de participantes, o horário das refeições e a composição dos menus selecionados.

Por fim, nas notas relativas à faturação, devem ser inseridos os valores de todos os serviços contratados pelo cliente, discriminados por dia, bem como os dados de faturação e o método de pagamento acordado.

Concluído o preenchimento de todos os campos necessários, a ordem de serviço é enviada por email a todos os departamentos envolvidos e às respetivas chefias. Na semana anterior à realização do evento, durante a reunião do departamento de F&B, as ordens de serviço referentes aos eventos da semana seguinte são revistas e confirmadas em conjunto com a equipa, assegurando assim a coordenação e coesão dos serviços prestados.

## 6. Tarefas por secções

### 6.1. Departamento Banquetes

O Departamento de Banquetes é responsável pela montagem das diferentes salas, garantindo a disponibilização de todo o material solicitado pelo cliente para a realização da reunião ou evento. A equipa encarrega-se da preparação do setup da sala, incluindo a colocação de toalhas, copos, águas, blocos e canetas.

No dia anterior à realização do evento, o Coordenador de Eventos e Banquetes deve dirigir-se à sala com a respetiva ordem de serviço e confirmar se tudo está conforme o planeado, verificando a limpeza, a montagem da sala e se todo o material solicitado foi devidamente disponibilizado.

No dia do evento, antes do seu início, o responsável deve deslocar-se à sala, ligar as luzes, confirmar que a temperatura ambiente está agradável e efetuar a última verificação do espaço. Caso seja identificada alguma avaria ou dano em equipamentos, deve-se proceder à reposição imediata pela equipa de Banquetes. No caso de falhas relacionadas com material audiovisual ou sistemas de ar condicionado, deve ser contactado o técnico de serviço, para que o problema seja resolvido ou substituído com a maior brevidade possível.

No momento da chegada do cliente, o colaborador responsável deve ser previamente notificado, de modo a acolher o cliente e acompanhá-lo até à sala, certificando-se de que tudo se encontra conforme o previsto e verificando a existência de eventuais necessidades de última hora.

Durante o evento, o Coordenador de Eventos e Banquetes deve manter-se permanentemente disponível e em contacto próximo com o cliente, supervisionando todas as fases do evento e prestando apoio às diferentes equipas sempre que necessário.

No final de cada dia, o departamento deverá, com base na faturação da ordem de serviço, proceder ao débito na PM do evento de todos os serviços realizados.

## **6.2. Departamento de Restauração**

O Departamento de Restauração é responsável pelo serviço de todos os momentos que envolvam alimentação e bebidas. Este departamento executa a montagem dos coffee-breaks nos foyers e das coffeestations nas salas, assegurando a reposição contínua de alimentos e bebidas, bem como o atendimento aos clientes durante o serviço.

No que se refere aos coffee-breaks, as equipas devem preparar as mesas, dispondo os alimentos 10 minutos antes do início do serviço, garantir o atendimento aos clientes, proceder à reposição dos produtos durante o evento e, ao final do serviço, recolher o serviço.

Durante o serviço de almoço ou jantar, o departamento deve assegurar a correta execução do serviço de refeições, orientando-se pela ordem de serviço para garantir que o atendimento ocorre no local e horários previamente estabelecidos. É também responsabilidade do departamento monitorizar o número de participantes, caso ocorra um aumento não previsto, deve comunicar imediatamente o Coordenador de Eventos e Banquetes para que a faturação seja atualizada e o cliente informado acerca da alteração.

## **6.3. Departamento de Cozinha**

A Cozinha tem como função a confeção de todas as refeições solicitadas pelos clientes e especificadas na ordem de serviço. Deve considerar o número de refeições a servir, os horários previstos e as eventuais restrições alimentares indicadas. A confeção abrange desde os coffee-breaks e coffeestations até aos almoços e jantares. Este departamento deve manter uma comunicação constante e alinhada com o Departamento de Restauração, garantindo assim a prestação dos serviços dentro dos horários estabelecidos.

## **6.4. Departamento de Housekeeping**

O Departamento de Housekeeping é responsável por manter todos os espaços alocados ao evento limpos antes, durante e após a sua realização. As suas tarefas incluem aspirar o chão e as cadeiras, remover o pó de prateleiras e limpar os vidros. Nas casas de banho, o departamento deve assegurar a reposição do papel higiénico e das

13

toalhas de mãos, repor o sabão e realizar a higienização adequada dos espaços sanitários. No foyer, é necessário aspirar o chão, recolher o lixo e limpar, assim como tirar o pó das mesas de acreditação.

O Departamento de Housekeeping recebe as informações referentes aos eventos através da governanta, que é responsável por gerir a ordem de serviço contendo todos os horários definidos, de modo a programar as limpezas nos espaços nos períodos em que os clientes não estejam presentes.

#### **6.5. Departamento de Recepção**

A Recepção é responsável pelo primeiro contacto com o cliente, efetuando a entrega da chave da sala e notificando o Coordenador de Eventos e Banquetes sobre a chegada do cliente ao hotel. A sinalética relativa ao evento é entregue à Recepção, que deve garantir a sua colocação antes do início do evento, de modo a orientar os participantes diretamente para a respetiva sala.

No final do evento, o cliente deve dirigir-se à Recepção para entregar a chave da sala. Nesta ocasião, é recomendado que o colaborador solicite um feedback ao cliente, questionando se o evento decorreu conforme o esperado.

#### **6.6. Departamento de Recepção de Mercadorias**

Este departamento é responsável pela requisição e receção de todo o material necessário para a realização dos eventos, solicitado pelos diversos departamentos, como Housekeeping e Cozinha. Além disso, recebe todo o material enviado para o hotel relacionado com os eventos, conforme indicado na ordem de serviço.

O material deve ser recebido até três dias antes da data do evento, sendo obrigatório informar o Departamento de Banquetes sobre a sua receção. Caso a receção de mercadorias não esteja prevista na ordem de serviço, nenhuma mercadoria deve ser recebida sem antes contactar o Coordenador de Eventos e Banquetes, para confirmação e autorização da receção.

## 7. Follow-up pós evento

Com a conclusão do evento, procede-se à verificação e confirmação de todos os serviços debitados na conta do evento, assegurando que estes correspondem rigorosamente ao solicitado pelo cliente e ao que foi previamente informado na ordem de serviço. Este processo é fundamental para garantir a transparência e a satisfação do cliente, evitando qualquer divergência ou erro na faturação.

Após a validação dos serviços e valores, é emitida a fatura final, que deverá ser enviada ao cliente por email, acompanhada de um documento claro e detalhado que discrimine os serviços prestados.

Simultaneamente, é solicitado ao cliente o envio de um feedback sobre a experiência geral e a qualidade dos serviços prestados. Este retorno é essencial para o contínuo aperfeiçoamento dos procedimentos internos e para assegurar que eventuais oportunidades de melhoria sejam identificadas e implementadas.

## 8. Conclusão

Este manual de procedimentos visa garantir a excelência na organização e execução dos eventos realizados no Porto Palácio Hotel by The Editory, promovendo a uniformidade, eficiência e qualidade em todas as etapas do processo. A padronização das práticas aqui descritas contribui para a concordância do trabalho entre os diversos departamentos envolvidos, assegurando uma experiência memorável para os clientes e participantes.

A atualização periódica deste manual é fundamental para acompanhar as necessidades do mercado e as melhorias internas, mantendo os procedimentos alinhados com as melhores práticas e as expectativas dos nossos clientes. Assim, todos os colaboradores são encorajados a seguir rigorosamente estas diretrizes e a contribuir com sugestões para o contínuo aprimoramento dos processos.

O compromisso de cada membro da equipa com este manual reflete-se na reputação e sucesso do hotel, reforçando a posição do Porto Palácio Hotel como referência na realização de eventos de qualidade.

## ANEXOS

## Anexo A – Consentimento Informado

### CONSENTIMENTO INFORMADO

#### PROCESSO DE PLANEAMENTO E EXECUÇÃO DE EVENTOS EM HOTELARIA: ESTUDO DE CASO DO PORTO PALÁCIO HOTEL BY THE EDITORY

O meu nome é Tiago Costa da Conceição e sou aluno do Mestrado em Direção Hoteleira, lecionado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto.

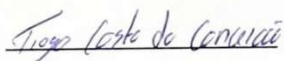
Venho por este meio solicitar a sua colaboração na realização de uma entrevista, no âmbito do estágio curricular que está a ser realizado no Porto Palácio Hotel, sob a orientação da Professora Doutora Cristina Silva e do Professor Doutor José Silva. O principal objetivo deste estudo é analisar os processos de planeamento e execução de eventos em hotelaria, tendo como estudo de caso o Porto Palácio Hotel by The Editory.

A sua participação neste estudo é voluntária, podendo desistir ou recusar a participação a qualquer momento, sem que isso implique qualquer prejuízo. O estudo de investigação não implicará qualquer custo ou risco para os participantes.

Eu, Bruno da Silva Gomes, declaro ter tomado conhecimento dos objetivos e características do estudo, incluindo a recolha de informação com uma duração aproximada de vinte minutos. Assim sendo, autorizo a gravação da entrevista na sua íntegra (em formato áudio), sabendo que todos os dados obtidos serão confidenciais e utilizados exclusivamente no âmbito deste estudo. Após o período de análise, os dados serão tratados de forma teórica, sendo eliminadas quaisquer informações irrelevantes para a investigação, em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD).

O tratamento de dados será da responsabilidade do aluno Tiago Conceição, com o número de estudante 41200378, em colaboração com os docentes orientadores, Professora Doutora Cristina Silva e Professor Doutor José Silva.

Desta forma, autorizo a utilização dos meus dados para fins académicos. Qualquer esclarecimento adicional poderá ser solicitado através do email: 41200378@esht.ipp.pt.



Tiago Costa da Conceição



Bruno Gomes

Mestrado em Direção Hoteleira

## CONSENTIMENTO INFORMADO

### PROCESSO DE PLANEAMENTO E EXECUÇÃO DE EVENTOS EM HOTELARIA: ESTUDO DE CASO DO PORTO PALÁCIO HOTEL BY THE EDITORY

O meu nome é Tiago Costa da Conceição e sou aluno do Mestrado em Direção Hoteleira, lecionado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto.

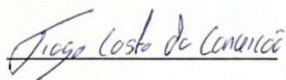
Venho por este meio solicitar a sua colaboração na realização de uma entrevista, no âmbito do estágio curricular que está a ser realizado no Porto Palácio Hotel, sob a orientação da Professora Doutora Cristina Silva e do Professor Doutor José Silva. O principal objetivo deste estudo é analisar os processos de planeamento e execução de eventos em hotelaria, tendo como estudo de caso o Porto Palácio Hotel by The Editory.

A sua participação neste estudo é voluntária, podendo desistir ou recusar a participação a qualquer momento, sem que isso implique qualquer prejuízo. O estudo de investigação não implicará qualquer custo ou risco para os participantes.

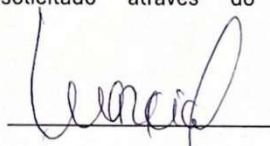
Eu, Márcia Batista, declaro ter tomado conhecimento dos objetivos e características do estudo, incluindo a recolha de informação com uma duração aproximada de vinte minutos. Assim sendo, autorizo a gravação da entrevista na sua íntegra (em formato áudio), sabendo que todos os dados obtidos serão confidenciais e utilizados exclusivamente no âmbito deste estudo. Após o período de análise, os dados serão tratados de forma teórica, sendo eliminadas quaisquer informações irrelevantes para a investigação, em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD).

O tratamento de dados será da responsabilidade do aluno Tiago Conceição, com o número de estudante 41200378, em colaboração com os docentes orientadores, Professora Doutora Cristina Silva e Professor Doutor José Silva.

Desta forma, autorizo a utilização dos meus dados para fins académicos. Qualquer esclarecimento adicional poderá ser solicitado através do email: 41200378@esht.ipp.pt.



Tiago Costa da Conceição



Márcia Batista

Mestrado em Direção Hoteleira

## CONSENTIMENTO INFORMADO

PROCESSO DE PLANEAMENTO E EXECUÇÃO DE EVENTOS EM HOTELARIA: ESTUDO DE CASO DO PORTO PALÁCIO HOTEL BY THE EDITORY

O meu nome é Tiago Costa da Conceição e sou aluno do Mestrado em Direção Hoteleira, lecionado na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Instituto Politécnico do Porto.

Venho por este meio solicitar a sua colaboração na realização de uma entrevista, no âmbito do estágio curricular que está a ser realizado no Porto Palácio Hotel, sob a orientação da Professora Doutora Cristina Silva e do Professor Doutor José Silva. O principal objetivo deste estudo é analisar os processos de planeamento e execução de eventos em hotelaria, tendo como estudo de caso o Porto Palácio Hotel by The Editory.

A sua participação neste estudo é voluntária, podendo desistir ou recusar a participação a qualquer momento, sem que isso implique qualquer prejuízo. O estudo de investigação não implicará qualquer custo ou risco para os participantes.

Eu, Hugo Dias, declaro ter tomado conhecimento dos objetivos e características do estudo, incluindo a recolha de informação com uma duração aproximada de vinte minutos. Assim sendo, autorizo a gravação da entrevista na sua íntegra (em formato áudio), sabendo que todos os dados obtidos serão confidenciais e utilizados exclusivamente no âmbito deste estudo. Após o período de análise, os dados serão tratados de forma teórica, sendo eliminadas quaisquer informações irrelevantes para a investigação, em conformidade com o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD).

O tratamento de dados será da responsabilidade do aluno Tiago Conceição, com o número de estudante 41200378, em colaboração com os docentes orientadores, Professora Doutora Cristina Silva e Professor Doutor José Silva.

Desta forma, autorizo a utilização dos meus dados para fins académicos. Qualquer esclarecimento adicional poderá ser solicitado através do email: 41200378@esht.ipp.pt.

Tiago Costa da Conceição

Tiago Costa da Conceição

Hugo Dias

Hugo Dias

Mestrado em Direção Hoteleira



---

**PORTO PALÁCIO**  
CONGRESS HOTEL & SPA

**EVENTOS**

---



PORTO PALÁCIO  
CONGRESS HOTEL & SPA

**PEQUENO-ALMOÇO**

Pequeno-almoço Continental

Pequeno-almoço Americano

Brunch

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## PEQUENO-ALMOÇO

Serviço em sala privada | Mínimo 20 pessoas

### CONTINENTAL

- Seleção de pão (3 variedades)
- Seleção de pasteleria (2 variedades)
- Cereais (2 variedades)
- Cesto de fruta da época em peça (3 variedades)
- Seleção de frutas laminadas
- Sumo de laranja
- Sumo de fruta (1 variedade)
- Iogurte natural e de aromas
- Queijo e fiambre
- Compotas variadas
- Manteigas e mel
- Café, leite e chocolate
- Seleção de chás

Preço por pessoa: 20.00€

### AMERICANO

- Seleção de pão (5 variedades)
- Seleção de pasteleria (2 variedades)
- Cereais (2 variedades)
- Cesto de fruta da época em peça (3 variedades)
- Bolo caseiro
- Manteiga, variedade de compotas e mel
- *Maple Syrup* e chocolate em calda
- Fiambre, presunto e fiambre de aves
- Queijos nacionais e internacionais
- Queijo fresco e requeijão
- Salada de fruta
- Sumo de laranja natural
- Sumos de fruta (2 variedades)
- Iogurte natural, aromas e fruta
- Tomate assado com ervas aromáticas
- Ovos mexidos
- Bacon
- Salsichas de Porco
- Vegetais do dia
- Panquecas
- Café, leite e chocolate
- Seleção de chás

Preço por pessoa: 25.00€

Complemente o seu Pequeno-almoço com uma estação de omeletes:

- Queijo; Fiambre; Cogumelos; Cebola; Tomate; Bacon; Salsa

Suplemento por pessoa: 9,50€

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

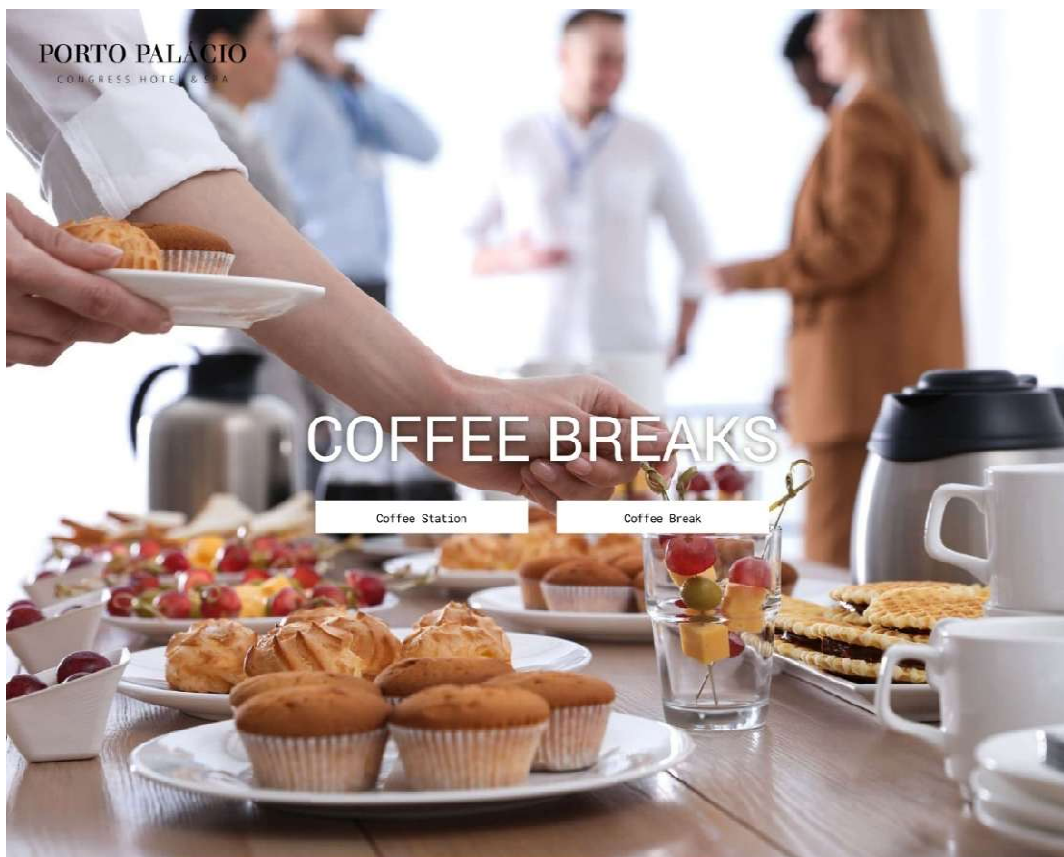
COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES



PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## COFFEE BREAK

Tempo de serviço considerado: 30 minutos | Mínimo 20 pessoas

### WELCOME COFFEE

- Água mineral com e sem gás
- Café americano
- Leite
- Seleção de chás

**6,00€ por pessoa**

### PASTELARIA

**Escolha 2: 5,00€ por pessoa**

**Escolha 3: 8,00€ por pessoa**

- Mini pastel de nata
- Mini *croissant* com queijo e fiambre
- Mini pão artesanal com queijo e fiambre
- Bolo caseiro do dia
- *Brownie* de chocolate
- Mini pasteleria (2 variedades)
- Mini pasteleria tradicional Portuguesa - pastel de nata, bolas de berlim e queijadas
- Seleção de madalenas e queques
- Biscoitos tradicionais

### MINI SANDUÍCHES

**Escolha 2: 8,00€ por pessoa**

**Escolha 3: 12,00€ por pessoa**

- Mini sanduiche de tofu, pesto e tomate *cherry*
- Mini pão de alfarroba com salmão fumado e *creme fraiche*
- Wrap de frango com espinafres e molho de mostarda e mel
- Brioche com presunto e queijo *bric*
- *Focaccia* com tomate e *mozzarella*

### SELEÇÃO DE FRUTA

**Selecione 1 opção: 4,00€ por pessoa**

- Cesto de fruta da época em peça (3 variedades)
- Salada de fruta

### SUMOS NATURAIS E INFUSÕES

**Escolha 1: 5,00€ por pessoa**

**Escolha 2: 7,00€ por pessoa**

- Sumo de laranja natural
- Sumo de fruta
- Infusão fresca de hortelã da ribeira ou Infusão de maracujá e menta

### HEALTHY BREAK

**Escolha 2: 5,00€ por pessoa**

**Escolha 3: 7,00€ por pessoa**

- Iogurte natural, aromas e fruta
- Iogurte natural e de aromas (vegan)
- Granola
- Pudim de chia com frutos vermelhos
- Leite de soja
- Leite de aveia

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

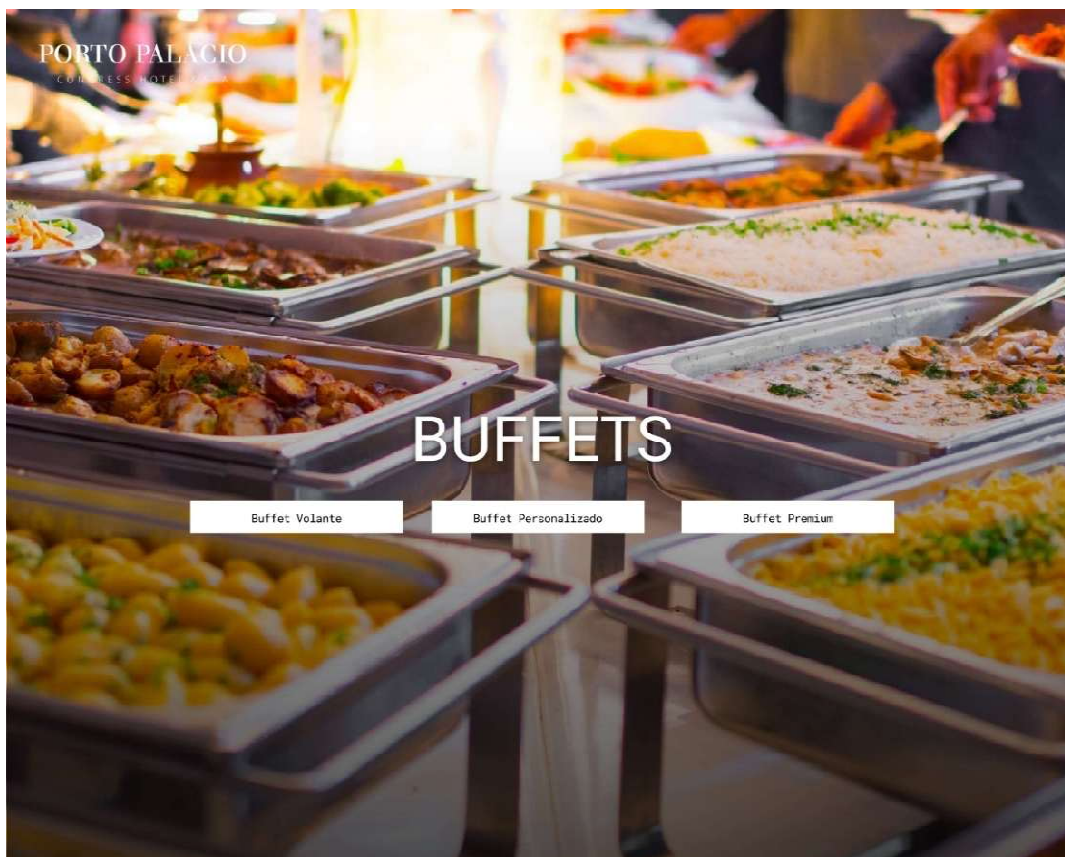
COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES



PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## BUFFET VOLANTE

Tempo de serviço considerado: máximo 2 horas | Mínimo 20 pessoas | Suplemento para buffet sentado: 7,50€ por pessoa

### BUFFET VOLANTE A

#### Sopa

- Sopa seleção do Chef

#### Saladas simples e compostas (Escolha 3 saladas)

- Alface, tomate, cenoura, pepino, milho e beterraba
- Salada de legumes assados com sementes de abóbora
- Salada César com peito de frango laminado
- Salada asiática com frango agridoce grelhado
- Salada algarvia com azeitona preta e frutos secos

#### Quentes (Escolha 1 prato principal)

- Seleção de peixes da nossa lctá com molho à portuguesa
- Tiras de frango com espargos verdes e molho de cogumelos
- Lasanha de legumes assados gratinada com parmesão

#### Guarnições

- Arroz no forno
- Batatinha assada com vinho do douro e alecrim
- Legumes da época estufados

#### Sobremesas (Escolha 4 sobremesas)

- Seleção de fruta da época laminada (3 variedades)
- Verrine de chocolate e crocante de polacha
- Bolo caseiro do dia
- Pudim de chia e frutos vermelhos
- Bolo de chocolate e caramelo salgado
- Tarte de amêndoa

#### Bebidas

Água com e sem gás e café

**Preço por pessoa: 40.00€**

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## BUFFET PERSONALIZADO

Serviço em sala privada | Tempo de serviço considerado: máximo 2 horas | Mínimo 20 pessoas

### Buffet personalizado 1 | 45€

1 Sopa | 2 entradas | 4 saladas | 1 quente | 2 guarnições | 4 sobremesas

### Buffet personalizado 2 | 55€

1 Sopa | 4 entradas | 4 saladas | 2 quentes | 3 guarnições | 6 sobremesas

### Buffet personalizado 3 | 75€

1 Sopa | 6 entradas | 6 saladas | 3 quentes | 3 guarnições | 10 sobremesas

#### Sopa

- Creme de cenoura e laranja
- Creme de abóbora e gengibre
- Creme de espargos verdes
- Creme de couve flor e trufa
- Sopa da horta
- Creme de legumes

#### Entradas

- Quiche vegetariana
- Quiche *lorraine*
- Seleção de salgados tradicionais portugueses
- Tortilha de legumes
- *Focaccia* de azeitona e tomate
- Torre de marisco variado (acresce 1,0€ por pessoa)
- Ostras em sal e lima (acresce 5€ por pessoa)
- Perna de presunto laminado (acresce 8€ por pessoa)
- Travessa de enchidos tradicionais portugueses - (acresce 5€ por pessoa)
- Seleção de sushi (acresce 8€ por pessoa)

#### Saladas simples - incluídas

- Alface, tomate, pepino, milho e beterraba

#### Saladas compostas

- Salada de legumes assados com sementes de abóbora
- Salada de polvo a baixa temperatura com molho verde com pimentos
- Salada de algarvia com azeitona preta e frutos secos
- Salada asiática com frango agridoce grelhado
- Salada de tradicional de atum com molho verde
- Salada Caprese
- Salada César com peito de frango laminado
- Salada de couscous com frutos secos e legumes

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## BUFFET PERSONALIZADO

Serviço em sala privada | Tempo de serviço considerado: máximo 2 horas | Mínimo 20 pessoas

### QUENTES

#### Peixe

- Seleção de peixes da nossa lota com molho à portuguesa
- Salmão tostado em legumes com molho de manteiga e ervas
- Bacalhau tostado com broa e especiarias em migas de feijão, grelos e azeite do douro
- Filete de perca gratinada com amêndoa torrada e ervas
- Garoupa braseada com molho de crustáceos (acresce 6€ por pessoa)

#### Carne

- Salteado de vitela e cogumelos
- Naco de vaca com presunto e molho da posta
- Frango no forno com molho agri-doce
- Vitela assada a modo de lãfões
- Lombo de porco assado com cravinho e mel
- Lombo de novilho em molho de vinho do porto (acresce 8€ por pessoa)

#### Vegetariano

- Esparguete com molho pesto, tomate cherry e manjeriço
- Estufado de soja com feijão manteiga e couve coração
- Chili vegan três feijões e milho doce tostado
- Lasanha vegetariana gratinada com parmesão

#### Guarnições

- Arroz no forno
- Misto de legumes salteados e flor de sal
- Polenta de tomate e enchidos
- Legumes da época estufados e aromatizados com tomilho
- Batatinhas assadas no forno com alecrim
- Puré de batata
- Arroz de açafraão

#### Sobremesas

- Seleção de fruta da época laminada (3 variedades)
- Bolo de chocolate e caramelo salgado
- Cheesecake de frutos vermelhos
- Bolo de chocolate e frutos vermelhos
- Bolo de bolacha
- Tarte de maçã
- Leite-creme
- Tarte de amêndoa
- Pão-de-ó
- Arroz-doce
- Pudim Abade de Priscos
- Folhado de frutos vermelhos
- Toucinho do céu
- Verrine de chocolate e crocante de bolacha
- Pudim de chia e frutos vermelhos
- Seleção de queijos nacionais e internacionais com compotas (acresce 5€ por pessoa)

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES



PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## SET MENUS

Serviço em sala privada | Tempo de serviço considerado: máximo 2 horas | Mínimo 20 pessoas

### ENTRADA

- Creme de abóbora com amêndoa tostada
- Escabeche de pato a baixa temperatura e tosta de sementes com folhas verdes
- Creme de espargos verdes assados com redução de nata azeda e pinhão tostado
- Creme de abóbora assada com batata doce e amendoa torrada
- Tártaro de salmão com caviar de arenque, alga *wakame* e *vichyssoise*
- Couve-flor e cogumelos em texturas com cremoso de ervilha (vegan)
- Cremoso de batata-doce roxa e crocante de tofu com pólen de flores e emulsão de balsâmico e folhas verdes

### PRATOS PRINCIPAIS

#### PEIXE

- Garoupa braseada com molho de caril e côco, tupinambo e crustáceos
- Salmão braseado com puré de coentros, legumes estufados e molho de manteiga branca perfumada com espumante
- Bacalhau em crocante de *kadaiif* em esmagada de batata com tomate seco e cebola roxa, tapenade de azeitona e azeite do douro (acresce 8€ por pessoa)
- Robalo com crosta de pistachio em puré de feijão branco e couve-flor tostada

#### CARNE

- Bochecha de porco estufada a baixa temperatura em vinho do douro, batata alourada e grelos ao alho
- Naco de vaca lardeada com bacon em migas de broa, grelos e feijão encarnado
- Magret de pato em arroz cremoso de cogumelos selvagens e espargos verdes e molho de vinho do porto
- Lombo de novilho em duo de batata doce e côco com *kale* e redução de vinho do porto (acresce 12€ por pessoa)

### VEGETARIANO

- Brás de legumes com azeitona negra
- Estufado de legumes com abóbora *hokkaido*, batata-doce, tomate e ovo a baixa temperatura
- Cogumelos florestais em migas de feijão encarnado com couve portuguesa e crocante de milho
- Arroz caldoso de cogumelos florestais, espargos verdes e *cherry* confitado
- Tofu em tempura com estufado de legumes, quinoa tricolor e balsâmico (Vegan)

### SOBREMESA

- Brownie de avelã e chocolate com gelado de *toffe* de caramelo salgado
- Chocolate e frutos vermelhos em diferentes texturas
- *PannaCotta* de matcha com caramelo de miso e crumble de gengibre e chocolate branco
- Sericaia de maracujá com pêra em vinho do Porto
- Creme de água queimado com crocante de pistachio e frutos vermelhos
- Cenoura e batata-doce em diferentes texturas

### Menu 3 pratos

(Entrada, Prato Principal e Sobremesa)

**45€ por pessoa**

### Menu 4 pratos

(Entrada, dois Pratos Principais e Sobremesa)

**65€ por pessoa**

O Menu escolhido deverá ser comum a todo o grupo (salvo restrições alimentares especiais previamente acordadas)

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

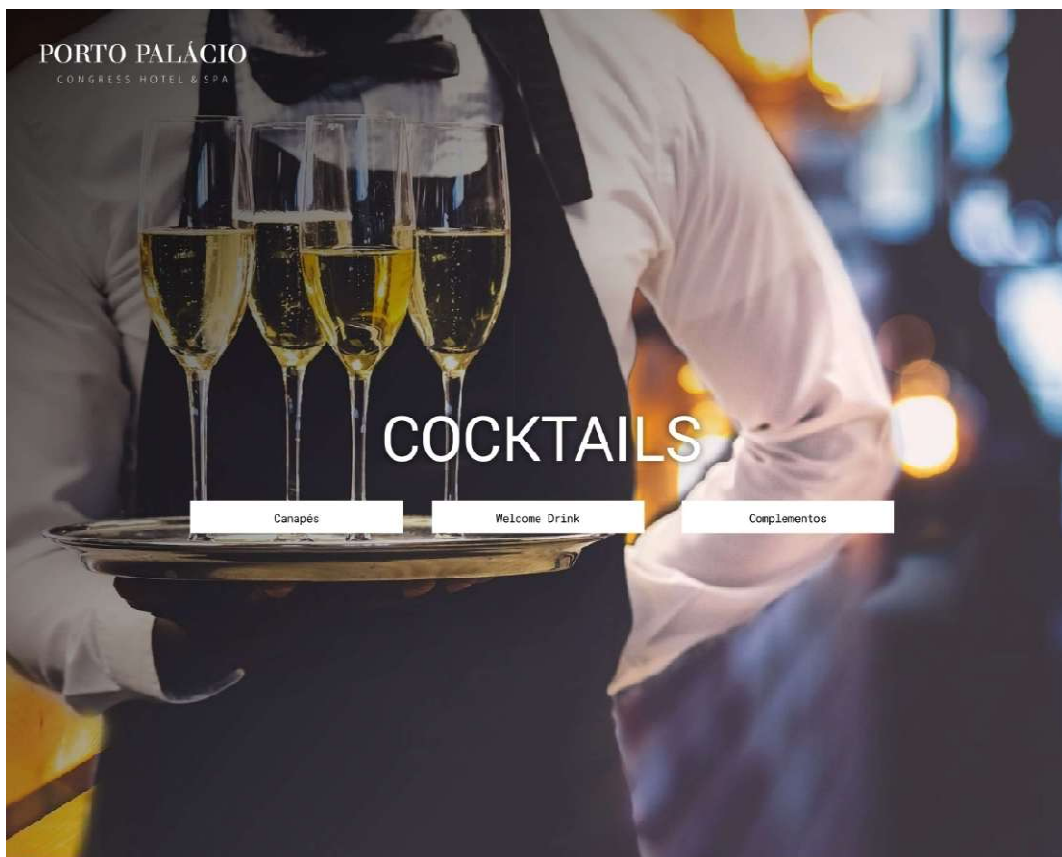
COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES



PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## CANAPÉS

Tempo de serviço considerado: 30 minutos | Mínimo 20 pessoas

### FRIOS

**Escolha 2: 9,00€ por pessoa**

**Escolha 3: 14,00€ por pessoa**

- Shots de *vichyssoise* com cebolinho fresco
- Tártaro de vieiras, caviar de arenque e crocante de alga
- Salmão curado com creme de queijo e lima
- *Focaccia* de legumes e *tzatziki*
- Peito de pato fumado com pera bêbeda

### QUENTES

**Escolha 2: 9,00€ por pessoa**

**Escolha 3: 14,00€ por pessoa**

- Crocante de camarão com molho de caril exótico
- Empadinhas de frango do campo com maionese de alho negro
- Cogumelos recheados com charcutaria nacional e queijo das ilhas
- Peixinhos da horta com maionese de *wasabi*
- Seleção de mini salgados tradicionais portugueses

### VEGETARIANOS

**Escolha 1: 6,00€ por pessoa**

**Escolha 2: 9,00€ por pessoa**

- Grão-de-bico, *hummus*, *confit* limão em tosta de brioche
- *Vol-au-vent* de tofu agridoce e caju
- Tartelete de *shitake* e espargos verdes em balsâmico

### VEGAN/SEM GLÚTEN

**Escolha 1: 6,00€ por pessoa**

**Escolha 2: 9,00€ por pessoa**

- Grão-de-bico, *hummus*, *confit* limão
- Tofu agridoce e caju
- *Shitake* e espargos verdes em balsâmico

### SOBREMESAS

**Escolha 3 peças: 8,00€ por pessoa**

**Escolha 6 peças: 16,00€ por pessoa**

- Tarteletes de frutos de baga com creme de pasteleiro
- *Verrine* de chocolate e crocante de bolacha
- *Brownie* de chocolate e avelã
- Espetadas de fruta
- Tarteletes de limão merengadas e *Yuzu*
- *Verrine* de frutos vermelhos marinados
- Variedade de *macarons*
- Pastel de nata

### COMBINAÇÃO PERSONALIZADA

(aplicável a todas as categorias)

**4 opções - 16,00€ por pessoa**

**6 opções - 23,00€ por pessoa**

**8 opções - 30,00€ por pessoa**

**10 opções - 38,00€ por pessoa**

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

PORTO PALÁCIO  
CONGRESS HOTEL & SPA

**BEBIDAS**

Pacotes de Bebidas      Bar Aberto      Digestivos

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## PACOTES BEBIDAS

O serviço de bebidas acompanha a duração da refeição (buffet ou menu) contratada

### PACOTE SEM ÁLCOOL

- Refrigerantes
- Seleção de Infusões

**Preço por pessoa: 7,50€**

### PACOTE STANDARD

- Refrigerantes
- Cerveja Super Bock
- Vinho Burmester Tavedo DDC (Região do Douro)

**Preço por pessoa: 15,00€**

### PACOTE SUPERIOR

- Refrigerantes
- Cerveja Super Bock
- Vinho Bulas DDC (Região do Douro)

**Preço por pessoa: 20,00€**

### PACOTE PREMIUM

- Refrigerantes
- Cerveja Super Bock
- Vinho Bulas DDC (Região do Douro)
- Espumante Murganheira Reserva Bruto (Região de Távora e Varosa)

**Preço por pessoa: 30,00€**

### Todos os pacotes de bebidas incluem:

- Água mineral com e sem gás
- Café e chá

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES



PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

BEBIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## SALAS

SALA	TAMANHO M <sup>2</sup>	PF DIREITO	PLATEIA	ESCOLA	CAEARET	MENU	COCKTAIL	BUFFET DENTRO DA SALA	BUFFET FORA DA SALA	U	SISTEMA DE SOM	TERRAÇO
PORTO	526 m <sup>2</sup>	E	550	240	216	450 SEM PALCO 360 Com PALCO	500	240	290	90	SIM	X
DOURO	240 m <sup>2</sup>	3,5	250-260	120	108	180	250	160	X	50	SIM	X
DOURO NORTE	120 m <sup>2</sup>	3,5	120-140	66	60	100	120	70	X	30	X	X
DOURO SUL	120 m <sup>2</sup>	3,5	120	66	60	100	120	70	X	30	X	X
3 RIOS	114 m <sup>2</sup>	3,5	120	55	55	90	100	70	80	45	SIM	X
MINHO	44 m <sup>2</sup>	3,5	40	25	20	30	X	X	X	20	X	X
LIMA	34 m <sup>2</sup>	3,5	40	10	10	20	X	X	X	15	X	X
CAVADO	36 m <sup>2</sup>	3,5	30	10	10	20	X	X	X	15	X	X
CORGÓ	94 m <sup>2</sup>	2,7	80	40	35	60	80	50	60	35	SIM	SIM
TÁMEGA	93 m <sup>2</sup>	2,7	80	40	35	60	80	50	60	35	SIM	X
SOUSA	38 m <sup>2</sup>	2,7	20	15	10	20	15	X	X	15	X	SIM
TLJA	18 m <sup>2</sup>	2,7	Mesa única para máximo de 8 pessoas								X	X
SABOR	20 m <sup>2</sup>	2,7	Mesa única para máximo de 8 pessoas								X	X

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

REBETIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

## INFORMAÇÕES

### ANIMAÇÃO

O Hotel poderá recomendar animação para os eventos. Os pedidos deverão ser dirigidos ao departamento de Banquetes.

### BENGALEIRO

O Hotel providencia serviço de bengaleiro com a custo de 150,00€. Sujeito a disponibilidade e reserva com antecedência.

### COMIDAS E BEBIDAS

Não poderão entrar no Hotel quaisquer alimentos trazidos pelos organizadores ou seus convidados, sem prévia autorização escrita da direção do Hotel. Poderão aplicar-se custos adicionais.

### DANOS

O Cliente é responsável pelos danos ocorridos no Hotel, incluindo danos envolvendo o recurso a qualquer empresa independente contratada ou coordenada pelo Cliente ou o seu representante.

### DECORAÇÃO

Teemos todo o gosto em ajudá-lo a escolher a decoração final para o seu evento junto dos nossos fornecedores externos (mediante disponibilidade).

### ENCOMENDAS, EMBALAGENS E ARMAZENAGEM

O Hotel poderá receber, em nome dos organizadores do evento, material que será utilizado no mesmo. A recolha dos materiais deve ser feita imediatamente após o evento, uma vez que o Hotel não se responsabiliza por qualquer estrago ou perda de qualquer artigo deixado nas instalações durante ou após o evento.

Todas as entregas deverão estar etiquetadas devidamente, incluindo o nome do evento e o contacto do organizador e o nome do interlocutor no Hotel e a data do evento. Se for necessária assistência no manuseamento do material, o Hotel cobrará uma taxa de € 20,00 por funcionário, por hora. Não serão recebidas encomendas entregues à cobrança.

### EQUIPAMENTO AUDIOVISUAL

As nossas salas dispõem de equipamento audiovisual disponível para consulta no raider técnico.

O equipamento audiovisual adicional pode ser providenciado pelos nossos fornecedores habituais, com ou sem intermediação do Hotel. Também é possível o Cliente contratar diretamente este serviço.

### ESCOLHA DE MENUS

Excecтуando restrições alimentares, a escolha de um menu de grupo será igual para todo o grupo. Estamos disponíveis para qualquer sugestão ou alteração aos menus apresentados, podendo a mesma implicar custos adicionais.

### ESTACIONAMENTO

O Hotel dispõe de um parque coberto pago, com 112 lugares. Condições e preços sob consulta. Serviços de "valet parking" poderão ser disponibilizados a pedido e com custo adicional, sujeito a disponibilidade e a solicitação prévia. Estão disponíveis outros parques de estacionamento pagos cobertos no perímetro do Hotel.

### GARANTIA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

O Hotel deverá receber o número aproximado de pessoas que participarão no evento até 10 dias antes do seu início. O número final de participantes garantidos deverá ser comunicado até 7 dias úteis antes do início do evento e será esse o número final para efeitos de faturação. Se o número de presenças no evento for superior ao garantido, a faturação será feita de acordo, podendo haver a necessidade de cobrar valor adicional, se o crescimento do número de pessoas implicar alterações significativas na operação programada para o evento. O Hotel reserva-se, ainda, o direito de mudar o(s) local(is) reservado(s) se o número de pessoas garantido for superior ou inferior ao inicialmente previsto.

### INTERNET

O Hotel poderá providenciar uma linha de internet (cabo ou wi-fi) dedicada, mediante custo adicional, dependendo da largura de banda e alcance da extensão.

### NÚMERO MÍNIMO DE PESSOAS:

Todos os serviços com número mínimo poderão ser considerados para um número inferior de pessoas, sendo o Cliente responsável pelo pagamento do valor correspondente ao número mínimo estabelecido e mediante avaliação prévia do Hotel.

### PAREDES E TETOS

Nada deverá ser afixado a pavimentos, paredes, tetos ou colunas com pregos, parafusos, pineses, fita adesiva ou outros meios para suspensão no teto ou paredes. Todos os instrumentos de exposição deverão estar afastados das paredes e de obras de arte.

### PREÇOS

Todos os preços incluem IVA à taxa legal em vigor. O Hotel reserva-se o direito de alterar os preços se houver variação nas taxas.

### SEGURANÇA

A presença de segurança antes ou durante os eventos deverá ser comunicada e aprovada pelo Hotel.

### SERVIÇO

Os menus apresentados contemplam a duração de serviço de acordo:

**Pequeno-almoço:** 1 hora e 30 minutos

**Coffee Break:** 30 minutos

**Buffet:** até 2 horas

**Menu:** até 2 horas

**Cocktail (Canapés):** 30 minutos

**Bar aberto:** 1 hora

Caso o evento exceda o tempo estipulado, o Hotel reserva-se o direito de considerar um custo adicional não inferior a 200,00€ por hora.

Todos os locais de refeições deverão ser previamente informados. Serão aceites ajustes aos horários até 24 horas antes do início do evento. Após no início de cada serviço poderão implicar extensão de serviço de mesa e a necessidade de substituir alimentos por exceder o tempo de exposição. Serão penalizados em 20% sobre o valor do serviço contratado atrasos em blocos de 30 minutos (cumulativo).

### SINALETICA

Toça a sinalética deverá restringir-se às áreas tratadas pelo Cliente. O Hotel reserva-se o direito de retirar qualquer sinalética que, pelo seu tamanho, aspeto ou localização, não se adegue à área onde está colocada.

PEQUENO-ALMOÇO

COFFEE BREAKS

BUFFETS

SET MENUS

COCKTAILS

REBETIDAS

LUNCH BOX

SALAS

INFORMAÇÕES

# PORTO PALÁCIO

CONGRESS HOTEL & SPA

## INFORMAÇÃO E RESERVAS

AVENIDA DA BOAVISTA 1269  
4100-130 PORTO

[editor-hotels.com](http://editor-hotels.com)

[Banquetes.portopalacio@editor-hotels.pt](mailto:Banquetes.portopalacio@editor-hotels.pt)  
[Eventos.porto@editor-hotels.pt](mailto:Eventos.porto@editor-hotels.pt)