



UNIVERSIDADE DO MINHO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO HOTELEIRA E TURISMO

RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL
Departamento de F&B

GILDA FORTES RODRIGUES

Mindelo, 2014

GILDA FORTES RODRIGUES

**RELATÓRIO DE ESTÁGIO PROFISSIONAL
DEPARTAMENTO DE F&B**

Relatório de Estágio Profissional para cumprimento dos requisitos necessários a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo da Universidade do Mindelo.

Orientador: Mestre João Henrique Rêgo

Mindelo, 2014

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho à toda a minha família, em especial aos meus pais que apesar das dificuldades, nunca desistiram de lutar durante todos estes anos para que eu pudesse estar aqui hoje concluindo mais uma etapa deste longo percurso.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos aqueles que me ajudaram nesta longa caminhada, cujo apoio tornou possível a realização deste trabalho.

Quero, em primeiro lugar, agradecer ao principal apoio que tive, ao longo da realização deste trabalho – ao meu orientador, Professor Mestre João Henrique Rêgo, pela transmissão de seus conhecimentos, pelo compartilhamento da sua inteligência e, acima de tudo, pela paciência dispensada ao meu processo de aprendizado.

Agradeço aos meus queridos pais Hermenegildo António e Martina Monteiro, aos meus irmãos, a todos os meus amigos, aos meus tios, pelo carinho e apoio incondicional que me deram e por estarem sempre do meu lado.

Um agradecimento especial a todos os funcionários do referido hotel pela forma como me ajudaram e apoiaram, durante o estágio, obrigada à todos.

Também não poderia deixar de agradecer aos colegas de curso, pessoas especiais, pelos incentivos e palavras motivadoras durante minha passagem pelo curso.

À UNIVERSIDADE DO MINDELO e a todo o corpo docente pelos conhecimentos e por todo o apoio concedido durante o curso.

E por fim, agradeço a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste momento da minha vida, por meios de atitudes, gestos, palavras, ações, pensamentos e energias.

RESUMO

O presente relatório, tem por objetivo descrever as atividades, realizadas no decurso do estágio profissional, etapa necessária à conclusão do curso de GHT, e a obtenção de sua licenciatura. O estágio teve um total de 480 horas e decorreu no Foya Branca Resort Hotel, mas concretamente no Departamento de F&B. Neste relatório podemos encontrar descritos o local de estágio, a caracterização científica da área de estágio, bem como as atividades desenvolvidas ao longo dos três meses da sua duração. No final, pode ser encontrada uma reflexão crítica, onde são mencionadas as áreas de identificação com o curso, a análise do departamento, as dificuldades e as sugestões oferecidas. Em jeito de considerações finais, são apresentadas conclusões, onde se realçam as ideias gerais extraídas durante o estágio e onde se reforça a opinião do estagiário, sobre o decorrer do mesmo.

Palavras-chave: Hotel, Departamento de F&B, Controlo e HACCP.

ABSTRACT

This report aims to describe the activities carried out in the course of the professional internship, necessary step to completion of the course of Hospitality, Management and tourism and obtain it's degree. The stage had a total of 480 hours, take place in Foya Branca Resort Hotel, more specifically, in the F&B Department. In this report, we find described the place of internship, the scientific characterization of stage área, as well as, activities undertaken, over the three months of it's duration. In the end, a critical reflection can be found, where the áreas of identification with the course are mentioned, a Department analysis, the difficulties encontered on the suggestions offered. By way of final consideretions, conclusions are presented, wich enfance the geneal ideas, extracted from the stage and wich reinforces the treinee's opinião, about the course itself.

Keywords: Hotel, F & B Department, Control, and HACCP

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	IV
RESUMO	V
ABSTRACT	VI
LISTA DE ABREVIATURAS	IX
INTRODUÇÃO	1
PARTE I – APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA	3
1.1 Breve historial	3
1.2 Tipo de Empresa.....	3
1.3 Missão.....	4
1.4 Visão.....	4
1.5 As Áreas de Actividades.....	4
1.6 Os Serviços Prestados.....	4
1.7 Organograma Funcional do Foya Branca.....	6
1.8 Apresentação da Área de Estágio	7
1.8.1 Organigrama Funcional do Departamento de F&B.....	7
1.8.2 Responsabilidades da Assistente de Direção:.....	8
1.8.3 Cozinha.....	25
1.8.4 Economato.....	29
1.8.5 Restaurante/ Bar	34
PARTE II – ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS	40
2.1 Metodologia.....	41
2.2 Caracterização Científica do F&B.....	42
2.2.1 Cozinha.....	45
2.2.2 Restaurante / Bar	59
2.2.3 Compras.....	69
2.2.4 Economato	72

2.3	Tarefas Práticas Realizadas	75
2.3.1	Cozinha.....	75
2.3.2	Restaurante/Bar	76
2.3.3	Economato.....	77
PARTE III – APRECIÇÃO CRÍTICA		78
3.1	Áreas de Identificação com o Curso.....	78
3.2	Análise Crítica do F&B	78
3.3	Dificuldades Encontradas	79
3.4	Recomendações / Sugestões	80
CONCLUSÃO.....		82
BIBLIOGRAFIA		83
ANEXOS		85

LISTA DE ABREVIATURAS

GHT Gestão Hoteleira e Turismo

F&B Food and Beverage (Alimentos e Bebidas)

HACCP Hazard Analysis and Critical Control Point (Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controlo)

FIFO First in First Out (Primeiro a entrar, Primeiro a sair)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1- Organograma Geral do Resort Hotel Foya Branca	6
Ilustração 2- Organograma Geral do Departamento de F&B do Resort Hotel Foya Branca	7

LISTA DE TABELAS

Tabela 1- Exemplificação de um caso prático	11
Tabela 2- Tabela de análise do índice de rentabilidade e popularidade	67

INTRODUÇÃO

O estágio profissionalizante é um estágio que proporciona ao aluno uma visão da profissão, dentro de uma realidade desenvolvida mediante um programa planeado e também visa complementar a formação e o aprimoramento académico do estudante constituindo uma oportunidade para aquisição de experiência pré-profissional.

Nesse sentido, a UNIVERSIDADE DO MINDELO entende que o Estágio, mediante a utilização de diferentes recursos, é uma oportunidade de argumentar, confrontar, socializar as situações de práticas reais no ambiente da sala de aula, e, à partir dos saberes teóricos, interpretar, inferir, construir hipóteses sobre como resolver questões complexas ou incertas que emergem da realidade profissional onde o estudante irá actuar.

Em decorrência disso, para o estudante, a situação de estágio retrata um ambiente de certa familiaridade, apesar de que ainda assim enfrentará novos e grandes desafios. Para que essa experiência gere um excelente contexto de aprendizagem ela deve exigir que os estudantes resolvam problemas de diferentes naturezas com um bom nível de autonomia, possam discutir, levantar hipóteses, argumentar, tomar decisões, rever concepções anteriores e, fundamentalmente, ter como ponto de referência nesse processo, as competências que se encontram subjacentes as boas práticas.

A realização do estágio profissional constitui uma das exigências da universidade do Mindelo, para conclusão do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira e Turismo.

Por este motivo o estagiário optou pela realização de um estágio profissional com duração de três meses, que decorreu no Resort Hotel Foya Branca mais concretamente no departamento de F&B, com intuito de adquirir ferramentas, competências, valências e conhecimentos necessários a uma rápida integração e melhor colocação possível num mercado de trabalho em constante transformação e cada vez mais exigente e competitivo.

Este relatório surge como suporte teórico do estágio. Tem como objectivo dar a conhecer ao leitor o local de estágio, assim como as actividades desenvolvidas pelo estagiário.

O presente trabalho divide-se em três partes. Na primeira parte é feita a apresentação do local de estágio, focando na apresentação da área de estágio (departamento de F&B, o enquadramento geográfico, a sua organização e os serviços prestados, assim como caracterização física.

A segunda parte, destina-se ao estágio propriamente dito, ou seja, às atividades desenvolvidas.

Na Reflexão Crítica que ocupa toda a terceira parte são abordadas as aprendizagens, as dificuldades e as sugestões relativamente ao estágio e ao hotel.

Por último, na Conclusão é feita uma consideração final sobre a realização deste último estágio.

OBJECTIVOS

Objectivo Geral

- Adquirir uma visão ampla e detalhada da gestão e administração do departamento de F&B relativamente ao hotel, ajustando assim o marco teórico assimilado ao longo do curso em função da realidade profissional.

Objectivos específicos

- Reconhecer a complexidade e a funcionalidade do departamento;
- Identificar a estrutura orgânica do departamento tendo em atenção a função e a importância do staff de cada secção a nível da qualidade do produto final;
- Organizar e planear diferentes tipos de serviços em função das solicitações da procura;
- Gerir recursos humanos e materiais de forma a maximizar o padrão de qualidade e minimizar os custos, de acordo com as necessidades impostas pelo serviço;
- Eleger as variadas políticas de promoção e vendas que se enquadram no mercado alvo;

PARTE I – APRESENTAÇÃO DA ENTIDADE ACOLHEDORA

1.1 Breve historial

A empresa em questão é do ramo da hotelaria, possuindo a sua sede em S.Vicente mais propriamente na aldeia piscatória de São Pedro situada a uma distância de 1 km do aeroporto e a 5 km da cidade do Mindelo. Foi constituída em 01 de Janeiro de 1999.

O hotel foi construído segue a história por um casal belga que o deram esse nome de Foya Branca, pois queriam escrever uma nova folha no relacionamento que estava em decadência, foi construído a principio com fins familiares em que era utilizado para a passagem das férias deles e dos e seus amigos. Anos mais tarde foi tomado por um conjunto de médicos portugueses que na ilha passavam para uma conferência.

Foya Branca é um complexo turístico de 30.000 metros quadrados, perfeitamente integrado no ambiente que o rodeia.

O hotel é composto por 12 suites juniores, 4 Triplos, 52 duplos, todos climatizados e por 6 vilas de 2, 3, e 4 quartos com “kitchenette”. Nem todas as unidades habitacionais possuem ar condicionado, porque há unidades habitacionais que em vez deste possuem ventiladores, no entanto todas possuem cofre-forte, secador de cabelo, Mini bar, TV, duche com água quente e fria e telefone.

Ainda possui dois bares, um snack-bar, duas cozinhas e um restaurante. As cozinhas são equipadas com equipamentos industriais de boa qualidade. Os quartos dos três primeiros pisos estão devidamente equipados para proporcionar aos hóspedes portadores de deficiência, conforto e segurança.

1.2 Tipo de Empresa

A Foya Branca - Indústria Hoteleira e Investimentos, Limitada., sociedade por quotas, matriculada na conservatória dos Registos da Região de 1ª Classe de São Vicente, sob o nº 638, tendo como objecto social, a exploração da indústria turística e hoteleira, desportos em geral, nomeadamente, hípicas, náuticas, rent-a-car, casinos, estabelecimentos de talassoterapia,

agências de viagens e turismo e demais actividades complementares e afins; actividade de comércio de importação, exportação, venda por grosso e a retalho; a construção, transformação e a compra e venda, exploração e gerência de imóveis, quer por conta própria, quer por conta de terceiros.

1.3 Missão

A missão do hotel visa disponibilizar serviços de alojamento e restauração, de modo a atender as necessidades e expectativas dos clientes/hóspedes, parceiros e empresas, tendo em conta sempre o binómio qualidade/preço.

1.4 Visão

Proporcionar aos clientes um serviço, eficiente, rápido e com elevada qualidade, buscar a satisfação máxima dos clientes para que os mesmos se sintam queridos e se identifiquem com as características únicas que oferecem. Ser líder do segmento fazendo com que a concorrência os tenha como inspiração.

1.5 As Áreas de Actividades

A empresa encontra-se dividida em departamentos, e dentro destas existem chefes e subchefes para cada área: Direcção, departamento de Alimentos e Bebidas, Hospedagem, e a Administração. Onde dentre esses, o que mais se destaca é o departamento de Alimentos e Bebidas.

1.6 Os Serviços Prestados

Os clientes do hotel Foya Branca Resort têm à sua disposição 3 piscinas de água doce, uma sala de ginástica, um campo de ténis, um parque infantil e todo o material necessário para ter uma estada de charme e relaxamento à beira-mar.

Deleite-se numa das 6 vivendas do hotel Foya Branca Resort com todo o conforto de um interior intimista e decorado com requinte. Para as famílias ou os pequenos grupos, este tipo de alojamento permite que viva as suas férias ao seu ritmo beneficiando do conjunto dos serviços propostos por este hotel 4 estrelas.

As vivendas estão todas equipadas com *kitchenette*, um terraço privado que dá para uma das piscinas do complexo hoteleiro, ventiladores, cofre-forte, minibar, telefone, televisão e uma casa de banho com polibain, secador do cabelo e sanita.

Decorados com charme, os 52 quartos do hotel Foya Branca têm todo um terraço privado com vista para o mar, uma casa de banho privada com polibain, ar condicionado, televisão por satélite, minibar, telefone e cofre-forte.

Encontram-se à disposição dos clientes vários espaços de convívio nos diferentes espaços comuns do hotel Foya Branca. As pessoas desportivas apreciarão a sala de ginástica de livre acesso e equipada com uma vasta escolha de máquinas, como os remos, bicicletas, uma pista de corrida e aparelhos de musculação e também um campo de ténis iluminado à noite.

Encontrará igualmente no recinto do hotel Foya Branca um centro dedicado aos desportos náuticos e ao mergulho subaquático.

Para tomar o pequeno-almoço bufete ou uma refeição ligeira à hora do almoço, o restaurante snack-bar está aberto das 7:00 às 19:00. Coberto mas aberto para o mar, constitui um ponto de encontro agradável e convivial.

Ao sábado e ao domingo, o hotel Foya Branca propõe aos hóspedes um sumptuoso bufete essencialmente composto por especialidades cabo-verdianas, peixes da região e pratos portugueses.

Os jantares são servidos numa bela sala de restaurante com decoração ao mesmo tempo sóbria e quente que mistura objectos de inspiração africana com um mobiliário em teca e rotim.

A ementa do restaurante apresenta na sua maioria produtos cabo-verdianos e propõe várias especialidades de peixes frescos. Apreciará igualmente a boa cave de vinhos do estabelecimento que o convida a descobrir alguns dos melhores vinhos portugueses conservados em óptimas

condições. Os apreciadores de charutos poderão também alegrar-se com uma selecção das melhores marcas cubanas perfeitamente humidificadas numa cave eléctrica.

Para descobrir a cidade de Mindelo, alcunhada de pequena Havana, existe um pequeno autocarro gratuito à disposição dos clientes do hotel até à 1:00 da manhã. Poderá nomeadamente experimentar o exotismo das noites da capital musical de Cabo Verde apreciando o conforto da referência hoteleira da ilha de São Vicente.

1.7 Organograma Funcional do Foya Branca

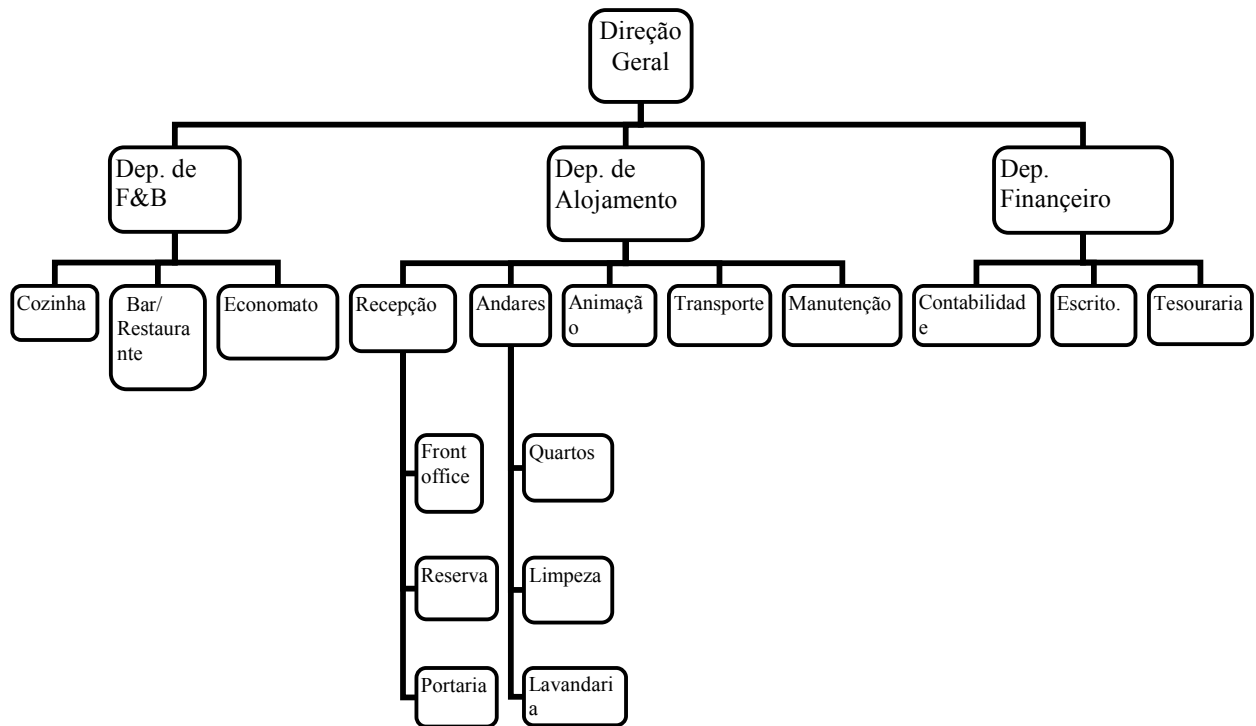


Ilustração 1- Organograma Geral do Resort Hotel Foya Branca

Fonte: Elaboração própria

1.8 Apresentação da Área de Estágio

A área escolhida para realização do estágio profissional foi a que se ocupa das operações de alimentos e bebidas, bem como da coordenação dos sectores inerentes a essa operação. O departamento de F&B do Hotel abarca 3 sectores\ áreas, sendo eles o economato, a cozinha e o bar \ restaurante.

1.8.1 Organigrama Funcional do Departamento de F&B

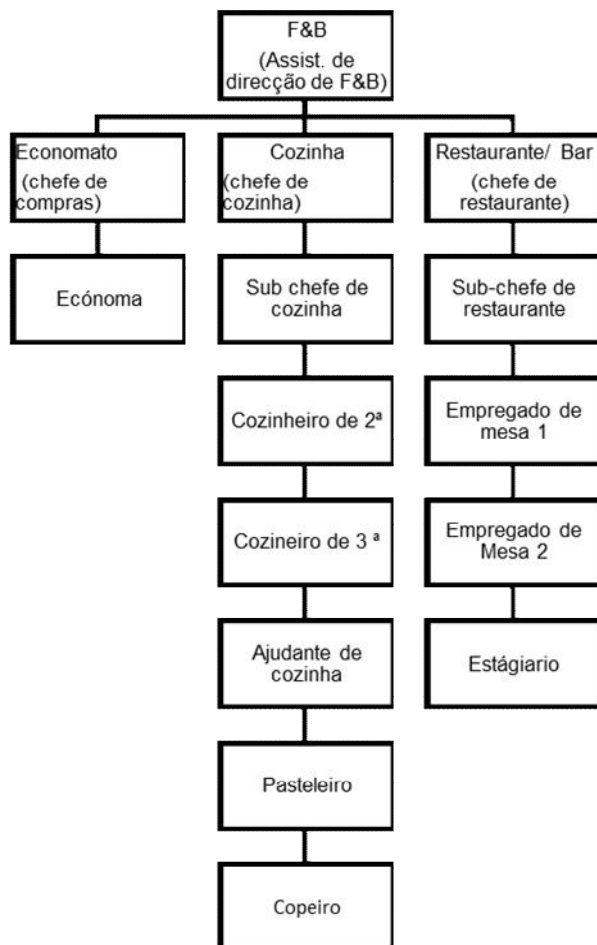


Ilustração 2- Organigrama Geral do Departamento de F&B do Resort Hotel Foya Branca

Fonte: Elaboração própria

1.8.2 Responsabilidades da Assistente de Direção:

O profissional que ocupa a posição de comando do departamento de Alimentos e Bebidas é a Assistente de Direção. Reporta ao Director geral, sendo responsável pelo bom funcionamento das seguintes secções que contemplam esse departamento, dentro do hotel: Cozinha, restaurante/snack-bar, economato.

Deste modo desempenha algumas funções tais como:

- ✓ Dirigir, orientar e fiscalizar o funcionamento das diversas secções e serviços de um restaurante
- ✓ Efectuar ou tomar providencia sobre a aquisição dos produtos necessários á exploração e vigiar a sua eficiente aplicação
- ✓ Colaborar na recepção dos clientes, auscultar os seus desejos e preferências a atender as suas eventuais reclamações dos recursos mobilados pela exploração
- ✓ Efectuar controlos necessários
- ✓ Atender as reclamações e sugerir medidas de melhoria
- ✓ Fazer análise da rentabilidade e popularidade dos pratos da ementa
- ✓ Elaborar as ementas de buffet
- ✓ Actualizar as fichas técnicas de 6 em 6 meses ou conforme as necessidades
- ✓ Elaborar o horário de trabalho e escalas de serviço
- ✓ Fazer a comparação de custos e receitas mensalmente
- ✓ Cuidar das condições dos uniformes e da higiene nos locais que oferecem alimentos e bebidas
- ✓ Elaborar propostas dos menus dos serviços especiais
- ✓ Coordenar e programar o mapa de férias

- ✓ Assessorar no recrutamento na selecção e no treinamento de pessoal afecto ao departamento
- ✓ Cuidar do asseio pessoal e pela boa apresentação de todos os funcionários
- ✓ Supervisionar e participar dos inventários de materiais em stock
- ✓ Atender eventualmente os fornecedores que desejam apresentar novos Produtos.

Controle do F & B

O controlo do F&B é feito através do seu mecanismo próprio, prevenindo da ineficiência em todo ciclo de produção, antecipando e corrigindo desvios aos indicadores de gestão pré-estabelecidos. Funciona como permanente de auditoria interna a operação F&B.

A rentabilidade da empresa depende cada vez mais da capacidade dos colaboradores sem excepção. Alguns desses controlos abaixo mencionados são feitos pela ecónoma, mas cabe a assistente de direcção de F&B supervisionar.

Controlo de bebidas no bar e restaurante

É feito diariamente, através da contagem física de todas as bebidas existentes no bar e restaurante e se preenche uma ficha (em anexo 3) para verificar se está tudo em conformidade. Todos os dias a ecónoma imprime um relatório de vendas do dia anterior do bar e do restaurante, este relatório permitirá saber as quantidades vendidas. A soma das quantidades vendidas no dia anterior de cada bebida (unidade) e a existência do dia actual deve ser igual a existência Inicial (stock fixo.)

Controle das despesas de Buffet e Rodízio

O controlo é feito através dos cálculos dos produtos que foram utilizados, as quantidades utilizadas de cada produto, e as bebidas consumidas nesses serviços, este tipo de controlo é aplicado com o objectivo de apurar os custos, a receita e o rácio inerentes a esses serviços. Na análise das despesas, receitas e rácios há que separar as comidas e as bebidas.

Para o apuramento dos custos da comida é necessário que a chefe de cozinha forneça à assist. de direcção de F&B a lista dos produtos e as suas respectivas quantidades, que foram utilizados nesses serviços. A obtenção da quantidade de bebidas consumidas nesses serviços é dada pelo relatório de vendas. É a partir desse relatório de vendas do dia em que se realizou esse serviço e da lista fornecida pela cozinha que se faz a análise das despesas, receitas e rácios, tanto para as bebidas como para as comidas.

A receita total é calculada da seguinte forma:

$$RT = \text{Preço de Venda} \times (\text{vezes}) \text{ Quantidades Vendidas.}$$

O rácio dos produtos (bebida e comida) é calculado pela seguinte fórmula:

$$\text{Rácios} = \text{Custo Total: (dividido) pela Receita Total} \times (\text{vezes}) 100$$

Depois de encontrar a receita e o custo total das bebidas e comidas, então calcula-se o rácio total dos produtos.

Relatório de Estágio Profissional - Departamento de F&B

	Receita	(-) Custo	(=) Resultados
Bebidas (total)	82.870,00	28.221,00	54.649,00
Comidas (total)	269.300,00	67.757,92	201.542,08
Total	352.170,00	95.978,92	256.191,08
Rácio:	27%		

Tabela 1- Exemplificação de um caso prático

Fonte: Elaboração Própria

Quanto menor for o rácio, maior será o lucro obtido pelo hotel. Esses cálculos permitem verificar se há prejuízos ou ganhos nesses serviços. Após o apuramento desses resultados, este é entregue ao director do hotel para verificar e analisar esses resultados. Os resultados de todas as semanas são arquivados numa pasta no economato.

Este processo de controlo é realizado todas as Segundas ou Terças-feiras de cada semana.

A assistente de F&B, além das responsabilidades que tem na gestão das secções (cozinha, restaurante e economato) e seu controlo, tem ainda que se preocupar com o cumprimento do orçamento previsto através da organização de várias actividades ou eventos (gestão de eventos); divulgação dos produtos existentes (gestão comercial) e admissão, formação e avaliação dos colaboradores (gestão dos recursos humanos).

Gestão dos Recursos Humanos

Cabe também a assistente de F&B ocupar-se dos assuntos de recursos humanos do respetivo departamento. Assim é responsável pela formação da equipe, pelo seu treinamento e desenvolvimento, recrutamento, pelo processamento da folha de salários e mapa de férias, relativamente as secções inerentes a esse departamento, bem como preparação conforme exigências da vigilância sanitária, pelas condições motivacionais, disciplina e desempenho. São suas as responsabilidades pelos materiais, utensílios, equipamentos, mobiliários e pelos resultados financeiros do departamento, é a representante da empresa perante o cliente, contratante e usuários dos serviços do restaurante/snack-bar, devendo estar sempre pronto a ouvir reclamações, críticas e oferecer respostas seguras e confiáveis. Algumas vezes é solicitado a recepcionar visitantes. E como tal deve facilitar a manutenção do contrato entre a empresa prestadora dos serviços à qual está vinculado e a contratante, bem como auxiliar o Director Comercial na contratação de novos clientes.

“O recrutamento refere-se ao processo que decorre entre a decisão de preencher um cargo vago e o apuramento dos candidatos que preenchem o perfil da função e reúnem condições para ingressar na empresa” (Chiavenato, 2000 p.315).

O objectivo do recrutamento consiste em atrair candidatos e, para que seja eficaz, deverá fazê-lo em número suficiente para fornecer o processo de selecção e assim permitir que este funcione. Trata-se pois de um “sistema de informação” que visa a divulgação de oferta de oportunidades de emprego ao mercado de recursos humanos (Chiavenato, 2000). Mas, antes da divulgação e antes do recurso ao mercado de trabalho, ou seja, antes de proceder ao recrutamento propriamente dito, é necessário efectuar um planeamento das “necessidades presentes e futuras de recursos humanos na organização”

Fases do Planeamento do Recrutamento

Chiavenato (2000) refere três fases no planeamento do recrutamento nomeadamente: pesquisa interna dos recursos humanos necessários; pesquisa externa do que o mercado pode oferecer; e definição das técnicas de recrutamento.

Recrutamento Interna/ Planeamento de Recursos Humanos

O recrutamento interno permite aumentar a motivação e envolvimento dos trabalhadores, tem custos baixos, é mais rápido e recorre a pessoas que já conhecem a empresa, sem necessidade de processo de integração na empresa.

As principais técnicas utilizadas para promoção da mobilidade interna são: a afixação de vagas (descrevendo as funções e requisitos funcionais) às quais os trabalhadores interessados poderão candidatar-se, e o desenvolvimento de gestores, que pretende preparar um ou mais empregados para o desempenho de determinadas funções de chefia (planos de substituição elaborados na estimativa de disponibilidades de pessoal).

A pesquisa interna refere-se ao levantamento interno das necessidades de recursos humanos da organização em todas as secções do departamento a curto, médio e longo prazo.

Consiste na determinação prévia da quantidade e qualidade dos recursos humanos necessários e das acções a realizar para angariar os recursos humanos que irão possibilitar o alcance dos objectivos da organização. Este planeamento realiza-se mediante vários métodos e técnicas. Em que a assistente de F&B ao verificar a necessidade de recrutamento, comunica essa necessidade ao director geral e este analisa a situação e dá a autorização de recrutamento. O hotel dando prioridade ao recrutamento interno, mas se não houver nenhum funcionário dentro da empresa que se enquadra ao cargo, então passa-se ao recrutamento externo.

Recrutamento Externo

Verifica-se quando, havendo uma vaga na empresa, a mesma recorre aos candidatos externos (mercado de trabalho) para o seu preenchimento. Esta fonte de recrutamento tem a

vantagem de trazer para as empresas pessoas novas, com conhecimentos mais actualizados e surge muitas vezes como um sinal de que a estratégia da empresa está a mudar.

Torna-se assim necessário dividir o mercado em classes de candidatos, cada uma com determinadas características diferenciadoras e diferentes abordagens, sendo que a segmentação faz-se tendo em conta os interesses particulares da organização. Mas por outro lado, o recrutamento deve diagnosticar e focalizar-se nas fontes de recursos humanos que têm interesse no mercado, concentrando-se assim em “alvos específicos” para direccionar as técnicas de recrutamento.

Deste modo, segmentar o mercado e localizar as fontes de recrutamento são os aspectos que assumem ênfase na pesquisa externa.

Técnicas de Recrutamento

A escolha das técnicas de recrutamento constitui a última fase do planeamento do recrutamento em que deve se ter em conta, a definição da função, a prospecção interna e externa, a triagem das candidaturas, as entrevistas e a decisão.

A triagem das candidaturas é feita com base nas cartas de candidatura e do curriculum vitae, é nesta etapa que selecciona os candidatos que melhor se enquadra no perfil do cargo. A etapa seguinte é a entrevista que permite informar o candidato sobre as características do cargo e da empresa, bem como permite a empresa captar o máximo de informações (informações biográficas, profissionais e psicológicas sobre o candidato. Após a entrevista passa-se a próxima etapa que é a decisão ou seja é determinar o candidato que melhor se enquadra no perfil que o hotel estava a procura.

Os funcionários desse departamento é lhes exigido o cartão de sanidade, que deve ser renovado de 3 em 3 meses.

Os funcionários de cada departamento são avaliados pelo seu chefe directo, através de uma ficha de avaliação realçando a assiduidade, pontualidade, empenho, criatividade, comportamento.

Também é função da assistente de direcção de F&B processar o mapa de horas extras, onde consta as horas extraordinárias de cada funcionário nos respectivos dias, contabilizando o total de horas extras do mês, entregando o mapa de horas extras a contabilidade pois cabe a este fazer o processamento do salário. A escala de serviço é feita juntamente com os chefes de cada secção, respeitando sempre os critérios determinados pela legislação laboral em vigor.

Horário de trabalho

Os horários de trabalho são estipulados conforme as férias do pessoal, tendo em conta a previsão da ocupação, há quatro períodos diferentes de forma a cobrir todas as necessidades do serviço.

- ✓ Horário A- 7h00 às 15h00- destina-se a cobrir o serviço de pequenos-almoços, mise-en-place para o almoço e o serviço de mesas.
- ✓ Horário B- 12h00 às 15h00 e das 19h00 às 24h00 – abrange o serviço de almoço e jantar.
- ✓ Horário C- 16h00 às 24h00- cobre o período de tarde e o serviço de jantar.
- ✓ Horário D- 10h00 às 18h00- faz o serviço de bebidas do bar e de apoio a piscina.

Após o período de 12 meses de vigência do contrato de trabalho os funcionários têm o direito de usufruir de férias. O mapa de férias é elaborado pela assistente de direcção e F&B, que procura conhecer as preferências dos funcionários. Caso a preferência do funcionário coincidir com a conveniência de disponibilidade para o hotel, este funcionário poderá obter suas férias na data desejada mas se não coincidir então cabe a assistente de direcção e F&B decidir a melhor data para férias, sendo que nos meses como Julho e Agosto, o estabelecimento não atribui férias aos funcionários visto que é um período de época alta.

Planeamento de serviços especiais

Os eventos na hotelaria estão crescendo cada vez mais. Cada hotel trabalha de acordo com as suas necessidades e infra-estruturas. Em hotéis pequenos é a responsável pelo departamento de F&B quem cuida dos eventos, subordinada à gerência Geral. Nos hotéis de grandes portes existe um departamento somente para esta função.

O evento pode ser entendido como um conjunto de actividades profissionais desenvolvidas com o objectivo de alcançar o seu público-alvo pelo lançamento de produtos, apresentação de uma pessoa, empresa ou entidade, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar a sua imagem, tem como característica principal proporcionar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o tema principal do evento e justifica a sua realização.

Para planear e gerir os eventos há que levar em conta pontos fulcrais como as fases do evento, o planeamento, a realização e a avaliação do evento.

Fases do evento

Para se chegar a execução do evento propriamente dita é necessária primeiramente passar por algumas fases. Deste modo passo a enumerar as fases de um evento:

1ª Fase – solicitação para realização do evento – o cliente entra em contacto com o hotel e manifesta a intenção de realizar determinado evento nas instalações do estabelecimento.

2ª Fase – Elaboração e apresentação da propostas – depois de conhecer o que pretende o respectivo cliente, deve-se ainda tomar algumas informações importantes tais como o número de pessoas que farão presentes, o dia e a hora, conhecer o carácter do evento (familiar, social, profissional, político, religioso e outros), e tomar conhecimento se há algum pedido em especial. A assistente de Direcção de F&B apresenta a proposta ao cliente já com respectivo orçamento. A proposta do menu geralmente é composta por entradas, prato de peixe, prato de carne,

acompanhamento, sobremesa. Compete ao cliente decidir se quer um orçamento com bebidas já incluídas ou se prefere que as bebidas sejam facturadas ao consumo.

3ª Fase – Negociação – após a aceitação da proposta passa-se as condições de pagamentos. Deve ser feito um pré pagamento de 50 % três dias antes do evento e o restante depois do evento e caso as pessoas estipuladas não apareçam, não é da responsabilidade do hotel, portanto pagará na totalidade o que foi acordado.

4ª Fase – Planeamento do evento – é nessa fase que se faz a distribuição da brigada e a coordenação interdepartamental.

5ª Fase – Realização – é quando passa-se a execução ou seja a montagem, coordenação e controlo do serviço.

6ª Fase - Avaliação – é verificar se o evento ocorreu em conformidade com o esperado tanto para o cliente como para o hotel, ver se o cliente está satisfeito e se o evento foi de encontro com as suas expectativas, caso haja reclamação de alguma não conformidade, deve-se apresentar as sinceras desculpas e apurar o porquê da não conformidade, para certificar que erro desse tipo não aconteça em outras ocasiões.

Planeamento do evento

Consiste em delinear o que será feito e como será feito, com intuito de minimizar o máximo possível o risco de ocorrer imprevistos.

Assim o planeamento há que levar em conta a disponibilidade dos produtos, dos recursos humanos e materiais.

Outro ponto relevante é distribuição da brigada, pois deverá saber o número de funcionários que será necessário para suportar o evento, caso for necessário deve-se adquirir pessoal que trabalha em *part-time*, o evento não deverá perturbar o funcionamento normal das actividades do estabelecimento, por isso não se pode desfalcar a brigada. Assim para melhor coordenação a

brigada é escolhida pelo responsável máximo desse departamento e pelos chefes dos sectores abrangente. Há que definir os sistemas de trabalho a ser adoptado durante o desenvolvimento do evento.

Para que o serviço seja impecável é necessário que haja uma coordenação interdepartamental ou seja tem a ver com a comunicação entre os departamentos, mais propriamente comunica-los a realização de evento.

Realização

É a execução do evento, para isso é necessário montar o serviço e coordena-lo.

Os vários sectores envolvidos devem estar previamente informados para que possam fazer o mise en place. A lavandaria fornece as rouparias necessárias se for o caso, a cozinha e o bar e restaurante devem requisitar os produtos necessários para a realização do evento. Esta fase consiste em colocar em prática o que se tinha delineado, ou seja a cozinha encarrega da preparação dos alimentos, o bar ou restaurante trata das bebidas e do espaço, esperando apenas pelos clientes para começar o serviço. O serviço tem de ser o mais perfeito possível para ir de encontro com as expectativas/ solicitação dos clientes.

Avaliação

Esta fase consiste em analisar se os resultados perspectivados foram ou não alcançados, bem como se a empresa conseguiu ir de encontro com as expectativas dos clientes, primando sempre para a obtenção dos resultados positivos e satisfação dos clientes.

Política de Divulgação/ Distribuição para o aumento das receitas

No mercado há inúmeras formas de promoção mas para que essa seja valida é necessário saber escolher os canais adequados de divulgação, pois este canal deve ser eficiente e eficaz de forma a obter os resultados preconizados com a promoção. Há que enfatizar a análise dos resultados se serão proveitosos a curto, médio e longo prazo.

O Resort Hotel Foya Branca prima pela divulgação das promoções junto dos agentes de viagem / Operadores turísticos, da Imprensa, das empresas, das embaixadas / Câmaras de comércio, das companhias de aviação e público em geral, isso através de relações Públicas; *Mailings*; Visitas promocionais (porta a porta); Feiras / *Workshops* / *Road Shows*; *Press releases*; *Famtrips*; Acordos vários, fazendo uso de seguintes meios:

- Tarifas segmentadas;
- *Packages*;
- Contratos de *allotment* com operadores turísticos / agentes de viagem;
- Contratos com empresas;
- Acordos de permuta;
- Publicidade pontual, devidamente estudada;
- Eventos pontuais;
- Internet.

Contrato de allotment

Na contratação dos *allotments* com os operadores turísticos, o estabelecimento procura fomentar a venda da meia pensão (alojamento, pequeno almoço e jantar), para que os clientes utilizem o restaurante e o bar do hotel e conseqüentemente exista alguma animação natural devido ao movimento dos clientes.

Preços

Os preços deverão ser estipulados depois de estudar a qualidade das instalações, dos serviços prestados e mercado em geral. No que tange aos preços das comidas e bebidas são elaborados de forma a estarem em linha com outras unidades da zona, consideradas concorrentes:

Aquando da elaboração de *packages* é sempre incluída no mínimo uma refeição no hotel.

Seguidamente são indicados alguns *packages* que são elaborados como forma de promover os períodos baixos e atrair clientela segmentada:

- Dia de São Valentim;
- Carnaval;
- Páscoa;
- Pausa de fim-de-semana;
- Lua-de-mel;
- Programa de Natal e de Fim de Ano.

Marketing Directo

Uma condição imprescindível para que o hotel possa desenvolver um eficiente programa de *direct marketing* é a construção de uma base de dados de potenciais clientes.

Instrumentos:

- Correio directo:
 - Cartas;

- Panfletos;
 - Brochuras;
 - Cassetes, disquetes e CD roms.
- Telemarketing:
- Telefone;
 - Fax;
 - E- mail.

Meios mais importantes de marketing directo e que são utilizados no resort hotel

Brochuras - As brochuras e os panfletos publicitários são instrumentos promocionais mais usados pelo hotel. Constituem, por excelência, os primeiros meios de aproximação ao cliente. Pelo facto de mostrarem visualmente equipamentos, instalações e serviços oferecidos, ambos conseguem, desde que bem elaborados, mobilizar e despertar o interesse / desejo do consumidor em favor do hotel, actuando assim como um eficaz agente de vendas.

A concepção, dentro do orçamento disponível e objectivos a atingir, respeita as seguintes regras básicas:

- Ser o reflexo real daquilo que o hotel tem para oferecer;
- Ponderar a psicologia do homem moderno que dispõe de pouco tempo para ler. Deverá ser essencialmente um conjunto criativo de textos, cores e imagens harmonizado de forma a tornar clara a mensagem que se quer transmitir;
- Levar em atenção as exigências do consumidor em relação a cores, papel, idioma e formato.

Mailing – *Mailing* direccionados ou geral é o envio de correio directo dirigido aos clientes que compõem a base de dados do hotel. Os clientes são seleccionados como público – alvo a atingir.

Os *mailings* podem ser feitos através de carta, fax ou *e-mail*, tendo sempre como principal objectivo a divulgação e venda dos serviços do Resort Hotel Foya Branca.

Estabelecer um tema específico ou um produto a promover por cada *mailing*, para melhor atrair a atenção dos clientes do objectivo que se pretende:

- Início de época;
- Eventos pontuais, (festa de fim de ano, fins de semana compridos, outros);

É o meio mais utilizado, para promoção do F&B, pois é mais económico e mais focado no público-alvo, sendo enviados para os clientes que constituem a base de dados do hotel.

Flyers - O *flyer* normalmente consiste numa folha que tem por finalidade apresentar de uma forma clara, sucinta e apelativa o produto que pretendemos comercializar. A sua simplicidade e o seu custo reduzido facilitam a produção em quantidade e a sua distribuição massiva.

Packages - Os *packages* são feitos a partir de um conjunto de produtos e serviços com um único preço global no sentido de fomentar as vendas em momentos especiais, satisfazendo ao mesmo tempo as necessidades latentes dos clientes.

Na generalidade os *packages* são compostos por produtos e serviços do próprio hotel e de outros serviços. O objectivo primordial é conjugar um conjunto de produtos / serviços que no seu todo permita ao cliente final usufruir de todo esse composto a um preço relativamente mais acessível do que caso optasse pela aquisição separada.

Isto é, trata concretamente de compor um conjunto de produtos num só produto de forma a satisfazer necessidades do mercado e conseguir os objectivos da empresa.

Relativamente ao F&B, o hotel criou o pacote de fim-de-semana de modo a captar os clientes do mercado interno de maneira a que o sector de alimentos e bebidas tenha mais afluência, participando ainda do pequeno-almoço, do serviço de rodízio e buffet.

Vendas

A venda é uma das principais prioridades de qualquer organização com fins lucrativos, assim sendo obriga o gestor a fazer uso dos mecanismos de marketing adequados de forma a cativar o consumidor a comprar o produto.

Promoção interna de vendas

Os hóspedes são os primeiros potenciais clientes dos diversos pontos de venda existentes na unidade hoteleira. Sendo que durante a estadia do hóspede poderá consumir uma ou mais vezes no restaurante, bar ou no minibar. Logo a promoção interna surge como um instrumento fundamental para catalisação e maximização das vendas.

Na óptica do resort hotel as secções de bar e restaurante podem e devem ser locais privilegiados de ponto de encontro dos clientes, contribuindo assim para:

- Criar vida própria, fazendo com que os clientes “vivam o hotel”;
- Ajudar, através de clientes satisfeitos, na divulgação do hotel;
- Criar uma maior receita para a empresa.

Dada a dispersão e compartimentação destes serviços, os hóspedes nem sempre se apercebem ou não sentem necessidade de os utilizar, por não estarem na sua rota normal de circulação. Haverá que despertar / informar os clientes de forma a aderirem às iniciativas e ofertas que lhes são dirigidas para frequentar estes locais, promovendo, para o efeito acções especiais, assim o hotel procura oferecer ao cliente:

- Serviços animados, em termos de atendimento;
- Assistência personalizada;

- Manter sempre as instalações limpas e arrumadas de acordo com a decoração original;
- Criar noites temáticas, com menus, decorações e animação adequadas aos temas;
- Animação ao vivo em casos pontuais;
- Informar os clientes, dos serviços que existem à sua disposição, através de placares, carta de boas vindas assinadas pelo director, com oferta de uma bebida no restaurante, sempre que utilizem estes serviços, durante a sua estadia no hotel (mencionar sempre o nome do restaurante e horários de funcionamento);
- Comunicar pessoalmente com os clientes.

Convém ter presente que cada serviço terá de ser rentabilizado por si próprio. Quanto maior número de clientes aderir aos serviços, maior animação haverá e mais fácil será desenvolver outras iniciativas.

Os chefes procuram dar toda a atenção à organização e coordenação dos serviços, para que tudo decorra normalmente, de maneira que o cliente sinta bem e tenha um serviço de qualidade, sempre que utiliza os serviços.

Cada vez mais os não fumadores são pessoas intolerantes em relação ao seu bem-estar, perante os fumadores. Neste sentido o restaurante tem uma área específica reservada para não fumadores.

Promoção externa de vendas

A promoção externas da vendas de F&B deverá ser focalizada em duas vertentes diferenciadas, clientes individuais e grupos, cada uma das quais com características próprias na respectiva promoção.

A venda de um grupo apresenta inegáveis vantagens económicas do ponto de vista da exploração hoteleira, permitindo a obtenção de elevadas receitas.

1.8.3 Cozinha

A unidade hoteleira possui duas cozinhas industriais, tendo em conta a sua estrutura, os equipamentos industriais em termos quantitativos e qualitativos e dos funcionários que ali trabalham. Para além da chefe da cozinha, tem uma subchefe, uma cozinheira de segunda e três de terceira, três ajudantes de cozinha, duas copeiras.

Sendo que a cozinha cuida de toda a parte técnica de produção, desde a manipulação, preparação e finalização dos pratos, é de salientar que a do Foya Branca obedece às normas e critérios do HACCP (Análise de Perigos em Pontos Críticos de Controle), contando com profissionais competentes. O hotel adopta um sistema de rotatividade do prato do dia, sendo que é pré estabelecido quinze pratos do dia que vão sendo alternados consoante as disponibilidades do economato /mercado quanto à obtenção dos ingredientes necessários para a confecção dos mesmos. Assim, ao início do dia começa-se a preparar a sopa do dia e os pratos do dia de modo que quando for realizado o pedido apenas se dê os últimos retoques (assar no forno, ou simplesmente empratar). Hotel tem quinze pratos do dia porque fez uma previsão de que os hóspedes não permanecem no estabelecimento mais dos quinze dias, portanto há pouca probabilidade de ter um prato do dia repetido durante os quinze dias de estadia. Portanto, conforme é os menus do dia, assim é a *mise en place* da cozinha.

Atribuições e responsabilidades do pessoal da cozinha:

Chefe de cozinha

Cabe ao chefe algumas tarefas tais como:

- Dirigir e supervisionar o trabalho da brigada da cozinha;
- Treinar o pessoal no ambiente de trabalho ;
- Avaliar o pessoal da cozinha;

- Resolver situações de emergências;
- Supervisionar a higiene e segurança;
- Planear;
- Ajudar na elaboração de menus e cardápios;
- Definir doses;
- Ajudar na elaboração de receitas;
- Previsão e controlo;
- Avaliar as actividades e resultados relativamente a cozinha
- Controlar os desperdícios;
- Autorizar requisições;
- Supervisionar o armazenamento e a conservação dos produtos da cozinha;
- Preparação e organização da produção
- Assegurar a qualidade na execução dos pratos;

Subchefe de cozinha:

- Substituir a chefe de cozinha mas substitui-a na sua ausência;
- Dirigir os trabalhos da mise-en-place;
- Ajudar a chefe na confecção dos pratos

Cozinheira de 2ª Categoria

- Substituir a cozinheira de 1ª na ausência;
- Colaborar na preparação do Mise-en-Place;

- Ajudar na confecção dos pratos.

Cozinheiros de 3ª Categoria

- Substituir a cozinheira de 2ª na ausência;
- Colaborar na preparação do Mise-en-Place;
- Estar apta a confecção dos pratos.

Ajudante de cozinha

- Colaborar na Mise-en-Place;
- Fazer entradas;
- Empratar;
- Fazer sobremesas;
- Colaborar ainda na arrumação da Cozinha.

Copeiro

- Manter a copa e o refeitório limpos;
- Limpar todos os exaustores e fornos;
- Fazer a limpeza geral da cozinha;
- Lavar as fritadeiras e mudar o óleo sempre que for necessário;
- Arrumar as áreas de preparação dos alimentos;
- Lavar pilha de pratos, talheres e outros;

- Fazer a limpeza geral às câmaras e frigoríficos.

Estagiários

- Colaborar nos trabalhos executados pelas ajudantes de cozinha

Higiene e Segurança na Cozinha

Conforme Baptista, Pinheiro e Alves (2003, p. 3), "todos os intervenientes numa cadeia alimentar têm a responsabilidade de assegurar a segurança dos produtos alimentares nas fases em que intervêm, independentemente da natureza das actividades que desenvolvem."

É através da higiene dos alimentos que se pode garantir a saúde das pessoas, por isso há algumas práticas que devem ser adoptadas no dia-a-dia para evitar deterioração dos alimentos e consequente dano a saúde das pessoas.

Neste estabelecimento procuram cumprir ao máximo as regras do HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points – Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle). É um sistema de segurança alimentar concebido para prevenir a ocorrência de potenciais problemas durante operações com alimentos. Isto é conseguido através da avaliação dos perigos inerentes atribuídos ao produto ou ao processo seguida da determinação dos passos necessários para o controlo dos perigos identificados.

O hotel Foya Branca faz uso destas regras, pois evitam a contaminação dos alimentos e exige higiene e segurança no trabalho, fazendo valer-se de um conjunto de regras de:

- Higiene profissional,

- Higiene pessoal e corporal na cozinha;
- Higiene do material e dos locais;
- Segurança.

O cozinheiro tem a responsabilidade moral de proporcionar aos clientes um serviço de grande qualidade sanitária, o que reverte sobre ele, uma vez que até a imagem do hotel depende desse factor.

1.8.4 Economato

O economato, secção responsável pelo armazenamento e distribuição das mercadorias das diversas secções do hotel.

A compra adotada neste hotel é uma vez por semana com um stock mínimo de mercadorias. A encomenda é feita no momento da compra excepto em alguns fornecedores onde eles têm de fazer um dia antes por causa das condições de armazenamento. Neste momento a forma de pagamento é em dinheiro.

O Processo de compra começa com a necessidade sentida, ou seja, o que determinará o volume das compras será o número de hóspedes no hotel, os serviços a serem realizados (buffet, rodízio e cozido á portuguesa), a realização de um evento especial e a ruptura ou não dos produtos no mercado e ainda a rotação dos clientes e o stock existente.

Assim cabe a ecónoma analisar o seu nível de stock para saber se as quantidades existentes, são ou não suficientes. Todas as terças feiras a Ecónoma elabora a requisição (pedido de compra) com base nas necessidades que se verificou em conversa com o chefe de cozinha.

É de realçar que as requisições são feitas de forma organizada, elaborando para cada fornecedor uma requisição, fazendo uma separação de produtos mediante famílias.

A ecónoma, com base numa ficha de preços, faz uma análise que é elaborada a partir de uma pesquisa de preço junto aos fornecedores, onde consta a designação do produto, a

quantidade de venda e o respectivo preço. Permitindo a ecónoma fazer uma estimativa em termos de valor necessário para efectuar as compras.

Após a elaboração das requisições, estes são apresentados ao director geral que dá o seu parecer.

A seguir a esta etapa, o responsável de compras, dirige-se a contabilidade, ali disponibilizam o valor solicitado, que geralmente é um cheque com a assinatura de dois administradores.

Cabe ao director do hotel seleccionar os fornecedores, estes são seleccionados de acordo com o binómio preço/qualidade e também os que dão melhores condições de pagamento.

A ecónoma tem que conciliar os interesses da empresa e dos fornecedores, ou seja, é pressionado pelos fornecedores que concedem crédito a empresa, e a empresa pressiona a ecónoma para conseguir alargar o prazo. Portanto todas as vezes que vai a contabilidade arrecadar o montante para compra, leva as dividas que tem dos fornecedores, assinalando os mais urgentes.

Após a aquisição do cheque junto da contabilidade, o chefe de compras dirige aos bancos de acordo com os cheques concedidos, fazer o levantamento do valor, e por fim já possui todos os requisitos necessários para efectuar as compras tendo sempre em atenção o estado dos produtos e a sua data de validade. Outra preocupação da ecónoma, é definir os produtos que devem ser comprados em primeiro lugar. Isto porque em relação aos produtos congelados, peixes, frutas, legumes e os ovos, estes ao serem comprados devem ser encaminhadas logo para o hotel para evitar a sua deterioração, visto que a empresa não tem um veículo apropriado para estes tipos de produtos. No acto da compra a economista deve conferir os produtos, ou seja fazer a contagem física para verificar se a quantidade solicitada e discriminada na factura/recibo é igual as quantidades que lhe são entregues, verificar o estado de conservação e o prazo de validade dos produtos, no local da compra, visto que alguns fornecedores não aceitam devolução.

A empresa defende que a entrada dos produtos deve ser feita sempre por outra pessoa, ou seja, alguém que não participou na compra. Deste modo os produtos ao chegarem no hotel, são descarregados e de seguida as facturas são entregues á uma pessoa da contabilidade que vai

efectuar a contagem e pesagem dos produtos de acordo com as quantidades compradas, depois essas facturas são assinadas pelo responsável da contabilidade provando assim a sua conformidade, e só depois desse procedimento é que ocorre a entrega desses produtos a ecónoma para a sua arrumação. Na compra dos produtos como carne, peixe, ovos, frutas e legumes o chefe deve certificar-se se os produtos são frescos e de qualidade. Ainda a ecónoma tem a responsabilidade de lançar as facturas no programa informático “ PDV config”.

Quando terminar de lançar os produtos, transcreve o código de lançamento para a respectiva factura. A ecónoma deve agrupar as facturas da seguinte forma, separar as facturas dos produtos alimentícios (alimentos e bebidas), dos produtos higiénicos e dos tabacos. Isso para facilitar na contabilidade já que estes têm o IVA diferente uns dos outros.

De seguida faz a verificação das contas, ou seja, se a soma dos montantes das facturas-recibo com o resto do valor, é igual ao montante disponibilizado pela contabilidade.

A ecónoma faz uma cópia das facturas dos produtos que foram adquiridos á crédito e fica com as cópias e entrega todas as facturas-recibo e facturas na contabilidade e caso houver troco, também deve o entregar.

Na contabilidade as facturas são conferidas ou confrontadas com os lançamentos no programa e é dado baixa, aos produtos que foram comprados a dinheiro.

Recepção das mercadorias

A recepção das mercadorias consiste em garantir que o hotel está a receber os produtos na quantidade e qualidade solicitados, ao preço acordado e de que o seu acondicionamento e o adequado na armazenagem ou é feita a sua transferência directa para as secções, ou, quando não verificadas as características dos produtos exigidos, proceder à devolução imediata.

Armazenagem das mercadorias

Depois das compras devidamente recepcionadas, as mercadorias são arrumadas, consoante a sua natureza e as suas características nos respectivos locais de armazenamento.

Na secção dos géneros alimentícios, para além dos produtos enlatados, ensacados, enfrascados, engarrafados e empacotados também armazenam os produtos deterioráveis, tais como: Carne, peixes, mariscos, produtos congelados e todos aqueles que carecem frio para a sua conservação. Esses produtos são armazenados em duas arcas frigoríficas onde não poderá haver misturas de produtos de características diferentes, de forma a evitar, por um lado, a transição de cheiros, e por outro pela circunstância da cada tipo de alimento que necessita de temperaturas diferentes, para a sua conservação. Na secção de bebidas estão todas as bebidas, excepto os vinhos, armazenam: águas com e sem gás, sumos refrigerantes, e cervejas, e os espirituosos ficam nos géneros alimentícios por ausência de prateleiras nesta.

Assim depois de os produtos terem dado entrada, a ecónoma passa a face seguinte, que é verificar o estado dos produtos (conservação, validade) e depois são arrumadas nos economatos por ordem FIFO (first in first out). Mas caso houver alguma não conformidade com o produto, a ecónoma não permite a entrada no economato e deve providenciar logo a troca do produto junto dos fornecedores.

É de extrema importância realçar que nada sai do economato sem a respectiva requisição do sector requisitante, devidamente preenchida, indicando a data, o sector requisitante, a designação do produto, as quantidades requisitadas e assinada pelo chefe do sector ou então pelo patente mais elevado do sector que se faz presente no momento. As requisições são feitas através de uma ficha preenchida manualmente, e no final do horário estipulada para o levantamento das requisições, a economista acede ao sistema e faz o lançamento das requisições dando saída dos produtos do economato, obtendo a existência final em stock. Todos os dias deve proceder a contagem física dos produtos no economato e o resultado da contagem deve ser igual ao stock no sistema.

Em caso dos produtos que já não serve para produção por diversos motivos, estes devem ser justificados através de uma ficha “ nota de quebra”, que é uma forma de dar baixa ao produto.

A empresa trabalha com stocks permanentes, mas não possui um stock fixo, na medida em que é bastante complicado estipular este stock, sendo que a fixação do stock deve ser baseada em dados bastante inconstantes tais como taxa de ocupação e o grau de utilização dos diversos tipos de serviços oferecidos, isso para ter uma ideia de consumo de mercadorias. Também há outro

factor, que é a rotatividade de alguns produtos, ou seja, há produtos que tem mais escoamentos que outros. Isso devido a época, aos gostos, e aos serviços prestados, e também há determinados produtos que são utilizados pontualmente, e não convém empatar dinheiro nesses tipos de produto, portanto devem ser comprados pontualmente.

Normas de distribuição das mercadorias do hotel

A distribuição é também uma das fases do círculo de mercadorias que está sob a responsabilidade e orientação do sector de aprovisionamento.

- ✓ As mercadorias devem ser levantadas a um determinado horário pré estabelecido por secção de forma a evitar agrupamentos desnecessários de pessoal.
- ✓ O cumprimento do princípio em que o 1º produto a entrar será o 1º produto a sair (FIFO).
- ✓ As mercadorias são distribuídas diariamente através de uma requisição interna para as diversas secções. Nenhum produto poderá ser entregue sem o respetivo documento.
- ✓ Diariamente e com o objectivo de apurar o valor total das mercadorias saídas do economato, é elaborado um resumo de todas as requisições efetuadas cujos valores são transportadas para o dia seguinte e assim sucessivamente até o final de cada mês.

Codificação dos Produtos (no programa informático)

Os produtos que entram no economato devem ser devidamente identificados e registados não só para controlar saídas e entradas, mas também para facilitar a sua arrumação nos devidos locais e facilitar nos inventários.

- ✓ As mercadorias devem ser arrumadas por grupos ou por famílias.
- ✓ A ficha de stock é um documento importante do economato pois é elaborado individualmente por cada produto. Destina-se a registar as entradas, saídas dando a qualquer momento informação das existências bem como os preços médios e ainda permite observar o nº de rotação num dado período.

Outra das funções da ecónoma é elaborar o inventário, sendo este feito mensal e anualmente com o objectivo de apurar possíveis desvios. Assim, imprime um relatório do sistema, onde discrimina os produtos e as quantidades que devem existir no economato. De seguida deve-se fazer a contagem física para verificar se está tudo em conformidade. Caso não estiver há que haver uma justificativa comprovada com respectivo documento.

1.8.5 Restaurante/ Bar

O restaurante do hotel tem uma decoração ao mesmo tempo sóbria e quente que mistura objectos de inspiração africana com um mobiliário romântico com capacidade para 140 pessoas sentados com um bar de apoio, uma esplanada com casa de banho para homens e mulheres e ainda uma para os deficientes. No restaurante do referido hotel oferecem o serviço de buffet no pequeno-almoço e o serviço á la carte no jantar. Esse hotel aposta numa ementa de pratos variados baseada em carnes, peixes e marisco, e oferece um serviço especial designado Fondue, que só é oferecido pelo hotel na ilha. Também nesse restaurante são realizados eventos diversos nesse espaço como casamentos, ceias, jantares especiais.

Atribuições e responsabilidades do pessoal do restaurante/snack-bar:

Chefe de restaurante:

- ✓ Organizar e orientar os serviços no restaurante e anexos;
- ✓ Distribuir os serviços de acordo com o número de categoria do pessoal;
- ✓ Explicar a sequência dos serviços assim como a composição dos pratos antes do início de cada serviço;
- ✓ Fazer inventários periódicos dos materiais da secção, velando pela sua conservação e higiene;
- ✓ Receber os clientes acompanhando-os às mesas, ajudando-os a sentar-se;

- ✓ Tomar nota dos seus pedidos e se a casa estiver cheia;
- ✓ Manter disciplina na secção.

Subchefe de restaurante

- ✓ Substituir o chefe de restaurante na sua ausência;
- ✓ Dirigir os trabalhos do Mise-en-Place;
- ✓ Ajudar o chefe de mesa na recepção dos clientes a tirar pedidos.

Empregado de mesa da 1ª

- ✓ Colaborar na preparação da sala e arranjos das mesas;
- ✓ Servir as refeições e bebidas;
- ✓ Pedir e emitir conta do consumo dos clientes;
- ✓ Colaborar na arrumação da sala no final das refeições;
- ✓ Substituir o subchefe na ausência deste.

Empregado de mesa 2ª

- ✓ Fazer serviços de bebidas, couvert e levantar pratos sujos dos clientes;
- ✓ Executar a colaboração na preparação da sala e arranjos de mesa

Preparação e supervisão do *mise-en-place* de serviço

Quando o restaurante abre as portas para receber seus ilustres clientes, o trabalho interno já começou muito antes, para preparar todo o local e organizar todos os processos que lá acontecem para o bom andamento do estabelecimento.

Tudo deve ser planejado e arrumado em detalhes, para que não aconteçam surpresas desagradáveis durante a operação. Por isso existe dentro de um estabelecimento de A&B, tanto a cozinha, quanto o salão um plano de ataque para a execução da mise en place.

Tarefas para o pequeno-almoço (restaurante):

- ✓ Conferir o fundo de caixa na recepção;
- ✓ Solicitar ao recepcionista a listagem dos hóspedes em casa, para saber a taxa de ocupação;
- ✓ Verificar se a sala está devidamente preparada para o pequeno-almoço;
- ✓ Montar o buffet de pequeno-almoço;
- ✓ Limpar as mesas e cadeiras que ficam expostos ao vento na esplanada, e que estão sempre cheias de pó;
- ✓ Dar uma última vista de olhos para ver se está tudo em ordem e aguardar pela chegada dos hóspedes.
- ✓ Abrir o restaurante às 07:30, e fazer a recepção dos clientes;
- ✓ Recolher os copos e pratos sujos, limpar as mesas a medida que os hóspedes, terminam de tomar o pequeno-almoço.
- ✓ Ter uma atitude atenciosa e prestável com os clientes para poder ajudar no que precisarem, principalmente os hóspedes mais distraídos (indicar o que eles procuram).
- ✓ Estar sempre atenta a mesa de buffet para evitar ruptura desnecessária;
- ✓ Desmontar a mesa de pequeno-almoço, o mais rápido possível, depois do período reservado para o buffet;

- ✓ Fazer o mise en place para o jantar (limpa-se os pratos, copos, e talheres, repondo-os nos seus devidos lugares;).

Tarefas, para o almoço (Snack-Bar):

- ✓ Obter informações acerca da previsão dos hóspedes fornecidas pela recepção;
- ✓ Arrumar e limpar as mesas e cadeiras do snack;
- ✓ Preparar couvert;
- ✓ Fazer requisições dos produtos em falta;
- ✓ Limpar e arrumar o frigorífico
- ✓ Arrumar as requisições;
- ✓ Limpar o bar, como o chão, as prateleiras, o balcão;
- ✓ Preparar as mesas para o almoço, limpa-se a porta – guardanapos repondo os guardanapos nas mesas, distribui-se os números e coloca-se os naperões nas mesas depois de estas serem limpas e arrumadas;
- ✓ Verificar se existe serviços pendentes, como informações do turno anterior;
- ✓ Informar junto da cozinha quais os produtos que não tem disponível, de forma a informar o cliente caso este solicitar esse produto, ou saber indicar os que tem disponível;
- ✓ Efectuar o serviço de mesa, desde a carta até ao pagamento da conta;
- ✓ Ter uma atitude atenciosa e prestável com os clientes para poder ajudar no que precisarem,
- ✓ Fazer a passagem de turno;
- ✓ Lavar e arrumar todos os itens utilizados no serviço de almoço;
- ✓ Arrumar as prateleiras sempre que necessário;

- ✓ Efectuar o fecho da conta do dia;
- ✓ Esvaziar o recipiente do lixo
- ✓ Fechar o Snack e entregar a chave na recepção.

Tarefas, para o jantar (Restaurante):

- ✓ Limpar e arrumar as mesas;
- ✓ Fazer o mise en place das mesas de jantar;
- ✓ Esvaziar o recipiente do lixo;
- ✓ Limpar e arrumar todos os materiais;
- ✓ Efectuar requisições;
- ✓ Arrumar requisições;
- ✓ Limpar mesas e cadeiras da esplanada;
- ✓ Preparar couvert
- ✓ Obter informações acerca da previsão dos hóspedes fornecidas pela recepção;
- ✓ Informar junto da cozinha quais os produtos que não têm disponível
- ✓ Verificar se a sala está limpa e arrumada na perfeição e às 19:30 abre-se o restaurante.
- ✓ Fazer recepção dos clientes;
- ✓ Efectuar o serviço de mesa, desde a carta até ao pagamento da conta;
- ✓ Ter uma atitude atenciosa e prestável com os clientes para poder ajudar no que precisarem
- ✓ Preparar a sala para o pequeno-almoço, após o serviço de jantar;
- ✓ Fechar o caixa e entregar na recepção.

Gestão e Controle do Caixa

A primeira tarefa a ser feita pelo responsável do caixa, é conferir o fundo de caixa, verificar o estado do rolo PUS. O hotel dispõe de um programa informático, onde se adere ao sistema, e efectuem todos os lançamentos do dia. No momento do pagamento, o responsável da caixa questiona o cliente se deseja fazer o pagamento a dinheiro ou se prefere que seja debitada em sua conta, caso for hóspede do referido hotel, depois de obter a resposta do cliente, deve se encerrar sua conta e emitir a factura. Nesse caso deve-se solicitar o número do quarto do cliente e pedir que este assine a factura.

No que se refere a troca de turnos dos responsáveis pela caixa, estes devem proceder da seguinte forma, o responsável do caixa que está a sair deve conferir suas contas (total dos recibos deve ser igual ao dinheiro em caixa mais o fundo de caixa), só então entregar a caixa a outra colega que o segue. No caso de ainda haver clientes com contas em aberto, o responsável do caixa deve entregar as contas ao substituto e passar todas as informações.

No término do trabalho, faz o fechamento do movimento do dia e estes, cheques, moedas estrangeiras, moedas nacionais, os talões de cartão de crédito e facturas são todos entregues na recepção mediante assinatura do funcionário para a confirmação de todas as contas e facturas.

PARTE II – ACTIVIDADES DESENVOLVIDAS

No contexto “ Do Mundo Globalizado “ as mudanças comportamentais verificadas no ser humano tem sido dinâmicas e com consequências visíveis, exigindo assim um maior grau de especialização no domínio da mão-de-obra qualificada.

A qualidade do serviço prestado surge como um diferencial na conquista e fidelização dos clientes garantindo a rentabilidade do departamento e conseqüentemente da empresa e a sua sobrevivência no mercado.

Perante estas mutações a gestão operacional da indústria da produção alimentar hoteleira, exige um constante aperfeiçoamento profissional, fazendo do saber fazer um instrumento produtivo e comercial cuja finalidade alicerça na satisfação das expectativas e motivações do mercado cada vez mais exigente.

Neste encadeamento de ideais, a competência do formando não se revela simplesmente ao nível do conhecimento teórico acumulado, existindo portanto uma correlação expressa por atividades práticas, por forma a se permitir um recurso imediato aos conteúdos aprendidos, na concretização das metas determinadas pelo orientador do estágio no decurso do mesmo.

2.1 Metodologia

A metodologia trata de um estudo sobre um tema específico ou particular, com suficiente valor representativo e que obedece determinadas regras. Permitindo investigar um determinado assunto não só em profundidade, mas também em todos os seus ângulos e aspetos, dependendo dos fins a que se destinam, e ainda inclui um estudo pormenorizado e uma avaliação dos vários métodos disponíveis, identificando as suas limitações.

A metodologia baseada na elaboração deste relatório de estágio profissional realizado no departamento de estágio consiste basicamente na observação e execução das tarefas inerentes ao departamento de forma a permitir uma aquisição de aptidões, competências e valências práticas através de um estágio profissional. Sendo que a observação consiste em examinar com atenção e minúcia as realizações práticas das tarefas, evidenciando as várias fases de cada operação acompanhado de explicações que permite de forma eficaz e eficiente maior aprendizagem. Outro método utilizado foi a execução das tarefas inerentes as áreas de estágio que consiste no desenvolvimento prático das tarefas, com intuito de aperfeiçoar as operações exigidas e permitindo ao estagiário maior autonomia na realização prática das tarefas.

Este trabalho é constituído pela fundamentação teórica que serviu como suporte para o trabalho, e a descritiva onde se efectuou uma descrição detalhada das actividades desenvolvidas no Resort Hotel Foya Branca mais concretamente no departamento de F&B.

2.2 Caracterização Científica do F&B

“Na indústria hoteleira adoptou-se o termo F&B (Food and Beverage) para designar todas as actividades relacionadas com a produção, o serviço e a comercialização de comidas e bebidas”. (Moser, 2010)

O departamento de F&B é a mais complexa das estruturas organizacional e funcional do hotel, isso devido às despesas de mão-de-obra que são aproximadamente 2.5 vezes maiores do que o sector de hospedagem, e a receita é 4 vezes menor, comparativamente com o mesmo sector (CASTELLI, 2003 pag.293).

Ela é composto por todos os serviços que se relacionam com os restaurantes, bares, cozinhas (produção), gestão de aprovisionamento, obedecendo sempre a um controlo para que tudo esteja em harmonia com um serviço de qualidade oferecendo maior satisfação ao cliente, tendo sempre em vista a maximização do lucro e minimização do custo.

O serviço de alimentos e bebidas é a segunda maior atividade da maioria dos hotéis e, em muitos deles, emprega uma proporção maior de funcionários do que os empregados nos serviços de acomodação e em outros relacionados. Isso se dá por dois fatores principais:

- Em oposição aos quartos de hotéis, as refeições e os comes e bebes dos hotéis podem ser fornecidos a não-hóspedes, bem como aos hóspedes, o que inclui vendas significativas em festas.
- O aprovisionamento de refeições e de comes e bebes depende relativamente de mão-de-obra intensiva.

O fornecimento de acomodação para dormir é uma atividade do serviço, onde há um uso insignificante de matérias, e não há custo de vendas. O fornecimento de refeições e comes e bebes resulta em produtos compostos constituídos de mercadorias e de serviço, e o uso de matérias representa o custo das vendas. Alimentos e bebidas entram nas refeições e comes e

bebes servidos nos hotéis em vários estágios, desde a compra feita pelo hotel até a venda ao consumidor, da mesma forma ou de outra.

Esses processos são descritos como ciclos de alimentos e bebidas. De acordo com o tamanho da diversidade dos mercados hoteleiros, pode haver mais de um restaurante e um bar, e também serviços de alimentação e bebidas nos quartos e nas festas.

A operação de alimentos e bebidas do hotel envolve um alto nível de habilidade e conhecimento técnicos, o que não pode ser feito de forma adequada em uma reserva que trate de todos os aspetos do negócio.

O ciclo de alimentos

A operação de alimentos em um hotel pode ser vista como um ciclo, o que consiste de vários estágios – compra, recebimento, armazenamento e distribuição, preparação e venda. Os estágios representam uma sequência clara, pela qual o alimento atravessa o hotel do fornecedor ao cliente.

A *compra* é o início do ciclo de alimentos do hotel. Normalmente um indivíduo assume a responsabilidade pelas compras de alimentos – o que é feito por um departamento de compras em um hotel grande; pelo gerente de A&B ou por um dos gerentes-assistentes em um hotel de medio porte; nos hotéis menores, as compras podem ser realizadas pelo dono/gerente ou pelo *chef*, ou a tarefa pode ser dividida entre eles de acordo com os alimentos perecíveis ou não.

A função de compra se estende da identificação das melhores fontes de oferta, acordos com os fornecedores e solicitações, ao relacionamento íntimo com a cozinha e com os outros departamentos de acordo com as exigências, com o rendimento e com a qualidade, e com o departamento de contas com relação ao pagamento.

O *recebimento* diz respeito à garantia de que o hotel está sendo abastecido com alimentos de na qualidade e na quantidade solicitadas, ao preço acordado, e de que está sendo feita a transferência para depósito ou diretamente para os departamentos de usuários. O recebimento ocorre mediante comparação das notas entregues com as solicitações feitas e por meio de uma inspeção física das entregas.

O *armazenamento* e a *distribuição* consistem da manutenção de um estoque adequado de alimentos para as exigências do dia-a-dia do hotel, sem haver perdas ocasionadas por deteriorações e furtos insignificantes.

De acordo com o tamanho do hotel e suas exigências, os armazenamentos de alimentos podem ser subdivididos.

As distribuições feitas à cozinha e a outros departamentos são normalmente realizadas em horários programados do dia, mediante autorização.

A *preparação* ou produção do alimento, representa a conversão de alimentos comprados pelos *chefs* e cozinheiros em pratos e refeições.

A *venda* é o estágio final do ciclo de alimentação do hotel e consiste no serviço de determinados alimentos, pratos e refeições prestados por diversas categorias de funcionários responsáveis pelo serviço de alimentação ao cliente em um restaurante ou em outra instalação do hotel a preços específicos.

O ciclo de bebidas

As bebidas normalmente incluem bebidas alcoólicas, cervejas e água mineral, mas em geral, excluem refrigerantes, classificados nos hotéis como alimento. A função da bebida também pode ser vista em termos de um ciclo, que representa uma sequência através da qual a bebida passa do fornecedor para o consumidor.

Comparando-o com o de alimentos, é um ciclo mais simples por inúmeras razões. Muitas bebidas são compradas em medidas-padrão, sob nomes de marcas, de um ou mais fornecedores.

O *recebimento* se refere à garantia de que foi entregue aquilo que foi solicitado e vice-versa, mas devido à forma na qual as bebidas são fornecidas, é um procedimento relativamente simples. Ao contrário dos alimentos, todas as bebidas são normalmente armazenadas antes de serem distribuídas aos distribuidores para venda no hotel. Embora alguns tipos de vinho possam requerer condições de armazenamento diferentes de outras bebidas, de modo geral as bebidas têm menos exigências quanto ao armazenamento do que os alimentos. Devido ao valor relativamente

alto de algumas bebidas, é de extrema importância que haja um levantamento frequente do inventário.

2.2.1 Cozinha

Para Castelli, 2003, a cozinha forma um conjunto ordenado de equipamentos e instalações, perfeitamente integrados para a produção de refeições. A cozinha, como unidade de produção, exige um estudo detalhado das instalações, dos materiais, das disposições dos locais e dos métodos de trabalho. Uma cozinha bem planejada, com métodos de trabalho apropriados, torna-se altamente produtiva. Deve-se estudar cada detalhe.

Estrutura Organizacional

- **Localização**

O objetivo, ao instalar-se uma cozinha, é proporcionar ao cliente um serviço adequado à categoria do estabelecimento. Todo estabelecimento hoteleiro visa atingir, ao ser implantado, um determinado segmento da demanda. Portanto, a cozinha está em função do tipo de público que se quer atingir. Em vista disso, deve estar bem dimensionada e localizada em relação ao restaurante, que é o local onde se concretiza a venda da produção da cozinha. O fluxo do serviço deve ser perfeito. Todo estrangulamento, por pequeno que seja, entre ambos, gerará uma diminuição na qualidade do serviço prestado, provocando uma insatisfação dos desejos do consumidor.

- **Móveis Equipamentos e Utensílios**

Os equipamentos devem estar dispostos de tal forma, dentro do espaço da cozinha, que permitam o desenvolvimento do trabalho da maneira mais racional possível, oferecendo condições para maximizar a produtividade dos funcionários. Isso quer dizer que o movimento de cada empregado deve ser tão-somente aquele necessário para executar o seu serviço. (CASTELLI, 2003)

Isso pode ter um reflexo directo na produtividade, na qualidade do prato servido e nos custos da própria empresa hoteleira.

Os móveis, equipamentos, materiais e utensílios, em quantidade e qualidade mais adequadas para o tipo de produção, podem ser classificadas ou agrupadas da seguinte maneira:

- Equipamentos de cocção: fogões e fornos;
- Equipamento para preparação: máquinas;
- Equipamento para refrigeração: geladeiras, 'freezers';
- Equipamento para lavagem: máquinas;
- Materiais para cocção: panelas;
- Materiais para distribuição: travessas e bandejas;
- Produtos e materiais de limpeza;
- Roupas e uniformes de cozinha;
- Ferramentas de cozinha;
- Utensílios de uso geral.

Os utensílios de cozinha podem ser confeccionados com diversos tipos de materiais, tais como: ferro fundido, aço inoxidável, cobre, alumínio, vidro, cerâmica, plástico, etc. A lavagem e manutenção dos utensílios devem levar em consideração o tipo de material com que são fabricados.

- **Planeamento**

O projeto ("layout") de uma cozinha para restaurante de hotel deve estar em consonância com o tipo e tamanho do estabelecimento.

Pode-se distinguir, no complexo de uma cozinha, duas grandes áreas, fisicamente separadas:

- Área de pré-preparo;
- Área de acabamento ou cocção/distribuição.

Podem, e quase sempre estão, localizados em um mesmo ambiente de trabalho, mas precisam ser definidas.

Um projeto de cozinha deve levar em consideração:

a) Sectores/Zonas:

➤ Pessoal:

- Local para vestuário, sanitário, refeitório e sala para repouso dos empregados;
- Local para a sala do chefe de cozinha;

➤ Mercadorias:

- Local para a recepção e controle das mercadorias;
- Local para armazenamento das mercadorias separadas por tipo de produto;
- Local para o pré-preparo;
- Local para cocção;
- Local para a distribuição;

➤ Lavagem

- Local para lavagem dos utensílios da cozinha;
- Local para lavagem do material do restaurante;
- Local para a guarda do material de limpeza;

➤ Lixo:

- Local apropriado para o armazenamento do lixo.

b) Caminhos

- O fluxo das mercadorias que vão da recepção- armazenamento-pré-operação-cocção-distribuição deve seguir um caminho sequencial. Essa sequência deve inspirar-se na ideia de processo.

c) Aspectos construtivos:

- Espaço: deve ser suficientemente amplo para a circulação das pessoas e para abrigar os equipamentos e móveis para recepção, armazenamento, preparo e distribuição dos produtos;
- Localização: a cozinha deve ficar próxima ao restaurante e no mesmo piso.
- Formato: geralmente é retangular. Este formato favorece a boa distribuição dos equipamentos para evitar caminhadas inúteis e conflitos de circulação;
- Paredes: o revestimento deve ser com material que facilite a limpeza a seja suficientemente resistente às lavagens.
- Piso: o revestimento do piso deve ser com material que proporcione o máximo de segurança, do tipo antiderrapante, um material resistente ao tráfego e aos produtos químicos, de fácil limpeza.
- Degraus: devem ser evitados. Devem ser substituídos por rampas com revestimento antiderrapante;
- Janelas: quando usadas para a ventilação, devem ser dotadas de tela para evitar o ingresso de insetos e roedores. As telas devem ser facilmente removíveis;
- Portas: de superfície lisa, não absorvente, com fechamento automático e com vedação (borracha) na extremidade inferior para evitar a entrada de insetos e roedores;
- Água e esgoto: prever corretamente as tomadas de água quente e fria para a higienização de utensílios, louças e talheres. Prever também ralos sifonados e caixa de gordura para os dejetos da pia;
- Iluminação: aconselha-se a utilização máxima da iluminação natural. A iluminação deve ser uniforme, e as lâmpadas devem estar protegidas contra possíveis explosões ou queda das mesmas sobre os alimentos;
- Temperatura: prever um sistema de ventilação para amenizar temperaturas demasiadamente elevadas, causadas por fogões e fornos;
- Ventilação: prever um sistema de absorção de odores e fumaças e assegurar um conforto térmico para as pessoas que ali trabalham. O uso de coifas, exaustores e ventiladores pode auxiliar;

- Sanitários e vestiários: não devem ter comunicação direta com as áreas de produção;
- Instalações: prever o suprimento adequado de eletricidade, gás, águas e esgotos.

Mise En Place

A boa mise en place de cada sector da cozinha é fundamental para a fluidez do serviço, sobretudo na hora do “rush”. Para tanto, é necessário que cada chefe de partida prepare adequadamente a sua praça com todos os utensílios, mercadorias, bases de cozinhas e de mais detalhes necessários para atender os pedidos que constam da carta de comidas (cardápio / menu). É só observar o trabalho dos diferentes chefes de partida, na hora do pique, para se dar conta do quanto é importante o trabalho da “ da mise en place” bem feito. Ela representa grande parte do trabalho de cada um dos chefes de partida e se constitui num pressuposto básico para o bom atendimento dos clientes no restaurante.

Ficha técnica de produção

“ A ficha técnica de produção, ou ficha de cozinha, é o instrumento que garante a manutenção de um controlo de qualidade permanente em toda a produção de F&B.” (MOSER, P.115)

A ficha técnica (em anexo 5) é um instrumento fundamental em qualquer cozinha de restaurante e quanto maior for o grau de precisão da mesma, mais fácil tende a ficar a administração do negócio.

Além disso, a ficha técnica deve descrever o custo das matérias-primas necessárias para a elaboração de uma ou diversas doses.

Como é sabido, a hotelaria e restauração apresenta uma elevada rotação dos seus recursos humanos. Assim, importa garantir que a ausência ou saída de um ou mais colaboradores não

coloque em causa a regular produção de um estabelecimento. Igualmente, as fichas técnicas são um instrumento fundamental para manter os níveis de qualidade pretendidos, servindo de ajuda para os novos colaboradores e estagiários que ingressam pela primeira vez no estabelecimento e tenham de proceder à *mise-en-place* e confecção de comidas e bebidas diferentes.

Estas fichas técnicas são fundamentais e básicas para o cálculo do preço de venda e para a avaliação dos menus.

Existem diversos modelos e tipo de fichas técnicas, no entanto, recomenda-se que incluam pelo menos as seguintes informações:

- Nome do item;
- Rendimento total – número de serviços;
- Tamanho da porção;
- Lista de ingredientes;
- Método de Preparação e Confecção;
- Tempo de cozimento e temperatura;
- Custo total da receita e custo por dose;
- Foto do prato;
- Modo de servir;
- Rácio.

HACCP, Higiene e Manipulação de Alimentos

Os novos tempos obrigam a padrões de qualidade cada vez mais exigentes, a qual passa, sobretudo, pela higiene e pela frescura dos alimentos que consumimos. A higiene pessoal, dos utensílios e dos alimentos é o que vai garantir à saúde de todos os nossos clientes.

Portanto o processo de higienização envolve desde cuidados pessoais até a limpeza dos equipamentos e utensílios. Tal significa, também que o profissionalismo, sinónimo de competência, só será alcançado com o conhecimento das técnicas e sua aplicação correta.

O cliente de hoje conhece as normas e seus direitos, ele não aceita mais tão facilmente o que lhe é oferecido, procura sempre o melhor, pois sabe identificar todos os requisitos que uma boa casa deve apresentar.

Higiene

A higiene deve estar presente em todos os ambientes do hotel. A área de produção de alimentos requer cuidados muito especiais pelo fato de se estar interferindo diretamente na saúde das pessoas. Uma comida pode ter uma excelente aparência, um excelente aroma e sabor e nem por isto ser uma alimentação sadia. Ela pode estar contaminada. Contaminada por micro-organismos (bactérias, vírus, fungos), produtos químicos (agrotóxicos) e produtos naturais (espécies tóxicas de plantas). (CASTELLI,2003)

A Organização Mundial da Saúde – OMS fez algumas recomendações com o intuito de minimizar as contaminações alimentares. Ficaram conhecidas como as “10 regras de ouro”.

São regras muito simples, mas quando postas em prática produzem enormes benefícios para a sociedade. São elas:

1. Escolher alimentos tratados de forma higiênica;
2. Cozinhar bem os alimentos
3. Consumir imediatamente os alimentos cozidos;
4. Armazenar cuidadosamente os alimentos cozidos;
5. Reaquecer bem os alimentos cozidos;
6. Evitar o contacto entre os alimentos crus e cozidos;

7. Lavar as mãos constantemente;
8. Manter escrupulosamente limpa todas as superfícies da cozinha;
9. Manter os alimentos fora do alcance de insectos, roedores e outros animais;
10. Utilizar água pura.

É necessário que os manipuladores de alimentos, para o perfeito exercício da sua profissão, tenham conhecimentos sobre higiene, técnicas, temperaturas e tempos, atinentes à transformação de matérias-primas em alimentos comestíveis. Dentro estes conhecimentos, todos eles necessários, quer-se dar especial atenção à higiene. Pela simples razão de ser ela a grande causa das toxinfecções alimentares.

Qual a importância da implementação de um código de boas práticas?

A maioria das toxinfecções alimentares tem a sua origem em superfícies, utensílios de cozinha e mãos contaminadas e na contaminação cruzada, em particular de alimentos já cozinhados e prontos para consumo junto dos alimentos crus.

As pessoas que de alguma forma contactam com os alimentos nas diversas fases da sua produção, são portadores de microrganismos que podem contaminar os alimentos e provocar doenças a quem os consome. Os microrganismos estão presentes, vivem e desenvolvem-se em diversas partes do corpo (cabelo, nariz, boca, garganta, intestinos, pele, mãos e unhas) e mesmo que a pessoa apresente um estado de saúde normal, sem sintomas de qualquer doença, existem sempre no seu corpo microrganismos que se forem ingeridos podem provocar doenças.

O pessoal que manuseia alimentos deve ser supervisionado e dispor de instrução e/ou formação adequadas para o desempenho das funções.

Um código de boas práticas bem implementada evita a ocorrência dos riscos associados à produção e confecção de produtos alimentares. Esse código deverá ser adoptado por todas as pessoas que se encontram na unidade, principalmente pelos manipuladores de alimentos.

Regras de Boas Práticas, segundo (Castelli, 2003)

Higiene pessoal

Uma das principais causas da contaminação alimentar está no ser humano. Daí a importância da higiene pessoal. Eis alguns cuidados:

- Lavar as mãos antes de começar a trabalhar e sempre que mudar de tarefas.
- Retirar relógio, anéis, pulseiras, e cordões, porque muitos desses acessórios possuem ranhuras, fendas ou orifícios que permitem a acumulação de bactérias, etc.
- Usar as unhas curtas e limpas, escovando-as regularmente.
- Usar sempre uma touca ou Barrete que cubra todo o cabelo e uma farda adequada para a cozinha, o qual deve apresentar -se sempre limpa.

Higiene dos alimentos

Um dos aspetos que deixa muito a desejar, na maior parte dos hotéis, diz respeito à higiene alimentar. Existe, nesse particular, um vasto campo para a educação e o treinamento das pessoas que manipulam alimentos. Todos os manipuladores de alimentos precisam pôr em prática técnicas de higiene básica. Os “pecados” ali cometidos podem ser fatais. Isto porque:

O estabelecimento pode ser interditado, repercutindo negativamente na sua imagem e, em consequência, nos seus resultados económicos;

O estabelecimento poderá ser incriminado judicialmente e pagar elevadas indenizações às vítimas. Sobretudo no caso de vítimas fatais.

Os alimentos sofrem inúmeras ameaças no caminho que percorrerem da lavoura à mesa do consumidor. Ao longo desse trajeto, é preciso garantir a sua “saúde” par que eles possam garantir a saúde das pessoas que os ingerem. Um alimento é saudável quando, ao ser ingerido, não provoca:

- *Toxinfecções alimentares*: doenças veiculadas pelos micro-organismos e parasitas (bactérias, fungos, vírus).
- *Intoxicações químicas*: doenças provenientes da ingestão de alimentos contaminados por produtos de limpeza, metais, aditivos e pesticidas;
- *Intoxicações naturais*: doenças provenientes da ingestão de plantas e cogumelos tóxicos.

Através da higiene dos alimentos, quer-se garantir a saúde das pessoas. Afinal é para isso que elas alimentam diariamente.

Algumas práticas, que devem ser adoptadas no dia-a-dia, para evitar a deterioração dos alimentos e consequentemente dano á saúde das pessoas:

- Conhecer a origem/ procedência dos alimentos;
- Armazenar os diversos tipos de produtos em locais, recipientes e temperaturas adequadas;
- Congelar e descongelar corretamente os alimentos;
- Não misturar alimentos crus e cozidos;
- Lavar as verduras, os legumes e as frutas em água corrente;
- Não voltar a congelar os alimentos que já foram descongelados e não foram utilizados;
- Manter os alimentos fora do contato direto com o piso.

Higiene ambiental

Vejamos algumas Regras de Boas Práticas que devem ser observadas no que diz respeito à higiene ambiental:

- Ao instalar os móveis e equipamentos necessários à operacionalidade da cozinha, ter cuidado de prever os espaços entre um e outro, a fim de facilitar a limpeza, manutenção e o controlo de pragas;
- As diferentes zonas / áreas, destinadas ao processamento de cada uma das etapas do produto, devem estar perfeitamente definidas e isoladas para evitar a contaminação cruzada, uma das causas da contaminação dos alimentos;
- O piso da cozinha deve estar sempre em ordem, mesmo durante a execução do trabalho. No final processa-se a higienização de todo o ambiente;
- Os equipamentos e utensílios devem ser bem limpos, interna e externamente antes de serem usados;
- Desinfetar os utensílios usados antes de passar de um processo a outro na preparação dos alimentos;
- Não utilizar a mesmo utensílio que usou no preparo dos alimentos crus para preparo de alimentos cozidos.

Normas HACCP- sua aplicação prática

Segundo (MOSER, 2002, p.72) “ [...] de forma a proteger a saúde do consumidor, a União Europeia adaptou a Directiva 93/94 CEE do conselho de 14 de Junho de 1993, relativa à higiene dos géneros alimentícios para consumo humano, transcrita a nível nacional pelo Decreto-lei n.º.67/98 de 18 de Março. A legislação comunitária recomenda a aplicação da metodologia baseada nos princípios de HACCP (Harzad Ana-lysis and Critical Control point), que podemos traduzir por sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controlo, por parte dos operadores do sector alimentar, de forma a assegurar a colocação dos alimentos sãs e seguros no mercado”.

Sendo o sistema HACCP uma abordagem sistemática e estruturada sobre o processo produtivo dos alimentos, reconhecida internacionalmente, que permite obter produtos com elevada segurança, concebido para prevenir, ou minimizar, os riscos alimentares, através do

controlo dos factores capazes de prejudicar a qualidade dos alimentos no que se refere à probabilidade de contaminações químicas, físicas ou biológicas dos alimentos.

Actualmente, é obrigatório o cumprimento dos princípios do HACCP (Análise de Perigos e Pontos de Controlo Críticos) constituindo um alerta e uma estratégia de prevenção que, em última análise, visa proteger e salvaguardar a saúde pública.

Com a implementação do sistema HACCP está-se prevenindo de possíveis problemas de segurança alimentar no seio do sector alimentar, acarretando vantagens que permite às empresas:

- Proteger a saúde humana;
- Aumentar a confiança dos clientes;
- Melhorar a qualidade higiénica dos alimentos;
- Diminuir a probabilidade de ocorrência de falhas;
- Definir estratégias de prevenção, contra perigos que possam ocorrer em pontos específicos da cadeia alimentar;
- Reduzir o risco de colocação do mercado de produtos nocivos para a saúde pública;
- Garantir o cumprimento da legislação alimentar;
- Fácil integração com outros sistemas de gestão;
- Reduzir os custos da não qualidade;
- Reduzir o risco de perda de imagem.

Os 7 princípios do HACCP

1. Identificar os perigos e medidas preventivas
2. Identificar os pontos críticos de controlo
3. Estabelecer os limites críticos para cada medida associada cada PCC
4. Monitorar/Controlar cada PCC
5. Estabelecer medidas correctivas para cada caso de limite em desvio
6. Estabelecer procedimentos de verificação
7. Criar sistema de registo para todos os controlos efectuados

Manipuladores de alimentos

Todos aqueles que, pela sua actividade profissional, entram em contacto directo com alimentos, isto é, ao pessoal empregado na preparação dos alimentos, na distribuição e venda em estabelecimentos onde se confeccionam e servem refeições ao público em geral ou a colectividades, bem como aos responsáveis pelos referidos estabelecimentos.

Em que os alimentos crus podem ser veículos de contaminação, especialmente as carnes, os mariscos e vegetais.

Insectos e roedores podem transportar bactérias perigosas e pelos seus hábitos de vida facilmente contaminam os alimentos.

Animais domésticos e Aves, no pêlo dos animais domésticos e nas penas das aves podem existir bactérias, por isso, que não é permitido a sua entrada ou permanência nos locais onde se manuseiam os alimentos.

Alimentos de altos riscos, que pela sua composição permitam o desenvolvimento rápido das bactérias: (carnes diversas, ovos, produtos de pastelaria principalmente bolos com cremes, alguns molhos e maionese).

Por isso deve-se ter o cuidado de:

- ✓ Manipular o menos possível os alimentos;
- ✓ Usar pinças ou luvas sempre que se justifique;
- ✓ Evitar o contacto directo das mãos com os alimentos;
- ✓ Separar alimentos crus dos alimentos cozidos;
- ✓ Separar os alimentos de origem animal dos vegetais;
- ✓ Evitar usar a mesma faca ou a mesma tábua de corte para a preparação de alimentos crus e cozidos;
- ✓ Cozinhar bem os alimentos;
- ✓ Manter os alimentos for da zona de perigo (entre 5°C e 65°C);
- ✓ Evitar o contacto dos alimentos com os equipamentos, utensílios ou superfícies de trabalho que se encontram sujas.
- ✓ Limpar e desinfetar o equipamento, utensílio e superfície de trabalho após a sua utilização.

2.2.2 Restaurante / Bar

O restaurante, de acordo com Castelli (2003, pag.297), “trata-se de um estabelecimento que fornece ao público alimentação mediante a um pagamento.”

Bar - É um local público, onde se vendem bebidas alcoólicas, acompanhadas por vezes de petiscos. As bebidas são servidas ao longo de um balcão ou em mesas onde o próprio desempenho do “*barman*” se constitui num dos componentes essenciais do ambiente. (CASTELLI, 2003)

O Ambiente e a Disposição das Coisas

Segundo Cracknell e Nobis, 1996, “a comida em si é apenas uma parte de toda a vivência da refeição porque os sentidos são afetados pelo ambiente, que pode também influenciar o estado de alerta mental. O ponto de partida da aceitação ou a rejeição do ambiente onde se come pode ficar tão quanto a fachada externa e a entrada para o restaurante. Quanto mais convidativas estas forem mais fácil será para o cliente decidir-se a entrar”.

Uma vez dentro do restaurante a atenção recai no tamanho e na forma.

➤ O restaurante

A forma da sala e as suas características, incluindo os diferentes níveis do pavimento, quaisquer lustres ou colunas com enfeites, a zona da refeição, etc., tudo isto contribui para a imagem mental do cliente e para o modo como vai aceitar a comida e a bebida.

➤ Decoração

As cores usadas para decorar a sala devem harmonizar-se e devem usar-se combinações de cores estéticas que ajudem a acentuar as características e a criar uma atmosfera viva ou relaxante, de acordo com o tipo de restaurante.

➤ A temperatura

É necessário o sistema de ar condicionado para manter um restaurante à melhor temperatura e deve ser posto a 18°C para óptimo conforto. Isto contribuirá para a sensação de bem-estar que os clientes esperam, esteja lá fora o tempo que estiver.

➤ **O elemento humano**

O pessoal em serviço precisa de conhecer as boas maneiras, porque a interação do pessoal com os clientes pode ser crucial para o bom nome do restaurante. O pessoal tem de adaptar-se às várias atitudes adotadas pelos clientes; cada membro do pessoal tem de transparecer uma face sorridente para os clientes, não interessando a tristeza que possa trazer no coração ou a irascibilidade do cliente. O sorriso não deve ser demasiado aberto e deve adaptar-se à reação do cliente, reação essa que pode ser amável mas talvez hostil; o empregado de mesa tem de aprender a adaptar o seu estado temperamental a cada situação.

➤ **A linguagem da ementa**

O estilo, disposição e conteúdo da ementa precisam ser compatíveis com toda a vivência da refeição.

Demasiada variedade tende a desnortear os clientes, ao passo que uma lista demasiado limitada causa normalmente habituação.

➤ **O preço**

Quanto mais elevados os preços cobrados pelo restaurante tanto mais elevadas serão as expectativas do cliente, o que significa que a política de marcação do preço é uma indicação da qualidade da comida.

A escolha dos restaurantes pelos clientes é largamente influenciada pelos preços cobrados e pelo valor recebido, usando alguns lugares o preço como forma discriminatória contra certos tipos de clientes e mantendo-o artificialmente alto para barrar o acesso de pessoas indesejáveis.

A Ementa

➤ O planeamento da ementa

A ementa é o meio de informar os clientes sobre as iguarias que o restaurante tem para vender e como tal passa a ser a expressão exterior dos objectivos do estabelecimento. Os pratos que fazem parte da ementa são a planificação das instruções que estabelecem as obrigações do chefe de cozinha e do chefe de mesa, o que significa que a qualidade da ementa determina o alcance de todo o processo e também ajuda a tornar mais agradável a tarefa do empregado de mesa apresentando bons pratos para vender.

As ementas são elaboradas em conjunto pelo chefe de cozinha, chefe de mesa e pelo diretor geral do estabelecimento, e há que ter em mente muitas regras quando se compõe a lista. Entre essas regras há a considerar:

1. A classe do restaurante;
2. O tipo de ementa;
3. A capacidade do pessoal para cozinhar e servir os pratos;
4. O equipamento de cozinha e de serviço disponível no local;
5. O perfil da clientela;
6. A hora e a estação do ano;
7. Combinação de alimentos;
8. O preço a ser cobrado pela refeição.

A Organização Do Restaurante

Um restaurante deve ser gerido de maneira eficiente e prática para dar satisfação aos clientes e ao pessoal. Um controlo apertado sobre todo o processo que envolve cada pormenor terá como resultado uma atmosfera de trabalho calma e suave conducente ao bom relacionamento entre o pessoal, o que por seu turno deve proporcionar inteira satisfação aos clientes.

➤ **A “mise-en- place” do restaurante**

A expressão mise-en-place significa ter tudo pronto para o começo do serviço à hora estabelecida para a abertura do restaurante. O pessoal antes dessa hora, esteve ocupado com muitos aspetos da preparação que são necessários para assegurar que o serviço decorra suavemente logo que os clientes comecem a chegar. O trabalho a realizar inclui fazer a limpeza total da sala, encher galheteiros e coisas do género, colocando nos aparadores o necessário equipamento, pondo nas mesas toalhas e guardanapos, talheres, louça e vidros, para que todo o material da sala esteja em ordem quando as portas se abrirem, e cada membro do pessoal saiba exatamente o que tem a fazer.

➤ **A rotina do serviço**

Quando o restaurante estiver completamente preparado para o serviço e os empregados de mesa já tiverem a sua hora de almoço, o chefe de mesa encontrar-se-á no seu lugar no momento da abertura junto a entrada, pronto a saudar os clientes quando chegarem. Decidirá para onde irão os clientes de acordo com o número do grupo e conduzi-los-á à sua mesa onde o chefe de turno os saúda e ajuda a ocupar os seus lugares.

Se os clientes não passarem pelo bar, o escanção perguntará se gostavam de tomar algum aperitivo, e se assim for tomará conta do pedido enquanto o chefe de mesa dá uma ementa a cada membro do grupo. De acordo com a extensão ou complexidade da ementa e da lista de vinhos, os clientes podem levar de cinco a dez minutos a decidir o que vão encomendar no que respeita à comida e ao vinho.

Entretanto o ajudante de turno porá na mesa pão e manteiga se antes de abrir o restaurante este serviço não tiver sido feito. Deve oferecer-se água.

➤ **Tomar nota do pedido**

Tomar conta do pedido é provavelmente a parte mais importante da tarefa do chefe ou sub-chefe de mesa; deve estar pronto a explicar a natureza dos pratos, a aconselhar as combinações mais apropriadas das iguarias, e a usar a sua habilidade de vendedor para recomendar um prato

que o chefe de cozinha talvez tenha pedido para “empurrar” (sugestões do chefe), deve anotar qual o prato que cada cliente encomendou para saber a quem servi-lo sem ter de estar a perguntar outra vez, e prestar muita atenção ao que os clientes dizem.

➤ **Registar o pedido**

O cliente espera que lhe sirvam exatamente o prato que encomendou, num estilo correspondente ao estabelecimento. O pedido quando apontado funciona como forte elo entre o cliente e o estabelecimento e pode considerar-se uma forma de contrato. É também a autorização para obter a comida da cozinha porque o chefe de cozinha tem de confiar na arte de vender dos chefes de mesa para vender os seus pratos.

Há muitas maneiras diferentes de tomar conta de um pedido desde de um simples bloco-notas a dispositivos eletrónicos e de computador cuja instalação é bastante onerosa, mas o mais barato e mais popular a muitos níveis é o sistema de notas em triplicado.

Os métodos e níveis de serviços

Segundo Cracknell e Nobis (1996,pag.19) ” o ambiente do lugar em que se serve ao público varia de acordo com as necessidades do cliente e o objectivo do estabelecimento. O fornecimento de comida pode classificar-se em sete níveis de serviço e cada nível pode caracterizar-se do seguinte modo:

1. O método básico mais utilizado é o self-service que se tornou popular por causa da falta de mão-de-obra durante a segunda guerra mundial. É agora o método mais largamente usado porque satisfaz as exigências dos estabelecimentos industriais e institucionais do ramo onde se serve grande número de pessoas.
2. O segundo nível é o Snack- Bar, esta forma de serviço é usada em cinemas e teatros e em supermercados que servem refeições, satisfaz agora as exigências do ramo em muitos lugares públicos com pequenas adaptações, numa cantina ou bar de hotel.
3. O terceiro nível é serviço empratado ou á americana, que tem vindo recentemente a subir no mercado e usa-se largamente nos restaurantes de 1ª classe. A comida é posto no prato

respectivo pelos chefes de cozinha, de uma maneira artística, depois é coberta com uma tampa mas mesmo no nível mais baixo este serviço não deve ser considerado inferior uma vez que pode ser exactamente o método certo para muitos restaurantes especialmente aqueles que têm empregados de mesa sem formação específica, o serviço empratado tornou-se popular em muitos restaurantes de classes nos EUA há mais de 60 anos isto porque retirava algum pretensiosismo que existe com outras formas de serviço.

4. Serviço de Buffet, é a melhor forma de serviço á utilizar se é desejável que os clientes se misturem uns com os outros e se a sala não é suficientemente ampla para todos ficarem sentados formalmente. Também permite reduzir o pessoal uma vez que apenas são precisos empregados para trincar e levantar os pratos.
5. Serviço á inglês, directo, é um serviço em que a comida é colocada em travessas pelo chefe de cozinha e transferido directamente pelo empregado de mesa para o prato do cliente na mesa. O empregado de mesa tendo recebido comida suficiente para uma série de pessoas decide quanto deve dar a cada uma.
6. Serviço a Francesa, neste caso a travessa de comida destinada a um dado número pessoas é apresentado pelo empregado de mesa ao cliente para este se servir da quantidade que deseja. Esta é a forma de serviço usado ainda hoje nos clubes, na mesa de honra nas faculdades e em casas reais.
7. Nível mais elevado é o serviço a inglesa, indirecto, onde é utilizado o guéridon, ou mesa de apoio que é levada até junto da mesa da pessoa a servir, e qualquer operação necessária como trincar é feito ali, só pessoal muito habilitado ou bem treinado, pode encarregar-se desta forma de serviço.”

Atendimento as Reclamações

Segundo a norma ISO 9002 – 4.13 E 4.14, quando ocorrer uma reclamação, devemos seguir os seguintes passos:

a) Problemas, que podem ser resolvidos de imediato, devem sê-lo. Neste caso não se deve recorrer ao registo, impedindo a acumulação de documentos desnecessários.

b) Deve haver autonomia suficiente, para as pessoas, enfrentarem os problemas e resolvê-los, se não existir, deve ser contactado de imediato, quem de direito.

c) Deve o cliente ser informado da solução encontrada para o seu problema e avaliada a sua reacção, para podermos aferir da satisfação dos seus anseios. Em caso de resultado negativo, devemos voltar a analisar a situação e propor soluções alternativas.

No restaurante, o cliente poderá reclamar:

- Da demora na execução do pedido;
- Da temperatura inadequada da iguaria;
- Do ponto das carnes grelhadas;
- Da desconformidade com o pedido feito;
- Da quantidade servida;
- Dos preços cobrados;
- De outros aspectos.

Como a brigada do restaurante deve-se posicionar-se perante tais reclamações? Existe um procedimento a ser seguido. Ei-lo:

- 1º. Manter a tranquilidade;
- 2º. Saber escutar atentamente a reclamação;
- 3º. Interessar-se pelo que o cliente esta reclamando;

4º. Solucionar a reclamação sempre que possível.

Por exemplo, se o cliente reclamar que o filé está demasiadamente mal passado, o que deve fazer o garçon? Manter a calma, mesmo que o restaurante esteja lotado, tomando, em seguida, as providências para solucionar o impasse ou seja; solicitar à cozinha para passar melhor o filé e, antes de servi-lo novamente, refazer a “mise en place” necessária.

Essas medidas estão ao alcance do garçon. Por isso, ele pode equacionar o problema do cliente. Caso a reclamação extrapole o alcance do garçon, este deve recorrer ao seu chefe imediato. Quando acontecem reclamações, o funcionário nunca deve desculpar-se, jogando a culpa sobre colegas ou setores do hotel, tais como: “temos problemas na cozinha hoje”, etc. Isso não interessa ao cliente que está pagando para receber o serviço prometido pelo estabelecimento.

As reclamações podem ser prevenidas, procedendo-se da seguinte maneira:

- Cumprindo aquilo que é divulgado sobre o serviço ou sobre as atrações. Por exemplo, anuncia-se música ao vivo e esta não acontece;
- Oferecendo uma alimentação sadia, isto é, em perfeito estado de conservação
- Mantendo o ambiente, os equipamentos e os utensílios em perfeito estado de higienização e funcionamento;
- Colocando na sala uma equipe de funcionários bem preparados, oferecendo com isso um excelente serviço.

Análise da Rentabilidade e Popularidade dos Pratos

Conforme MOSER (2002, p. 136) A engenharia da ementa, também designada por *menu engineering*, é um eficiente instrumento de gestão de vendas, na medida em que permite avaliar a conjugação entre a popularidade e a rentabilidade dos produtos que compõem a oferta de *F&B* num determinado ponto de venda.

Este modelo assenta em três grandes pontos:

Relatório de Estágio Profissional - Departamento de F&B

- ✓ Procura do cliente: número de doses servidas;
- ✓ Análise das preferências dos clientes para cada item do menu;
- ✓ Margem de contribuição: ou seja a diferença entre o preço de venda (sem IVA) o preço de custo do prato.

Esta análise assume especial importância na avaliação do desempenho dos vários *pratos* que constituem a carta de um restaurante, permitindo saber quais aqueles que realmente interessam vender e aqueles que devem ser substituídos.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
PRATO	QUANTID VENDIDA	%	INDICE DE POPULARIDADE	PREÇO UNIT. VENDA	PREÇO UNIT. CUSTO	MARGEM UNIT. CONTR.	TOTAL DE VENDAS	TOTAL DE CUSTOS	TOTAL MARGEM CONTR.	%	INDICE DE RENTABILIDADE	CLASSE
<i>TOTAL</i>												

Tabela 2- Tabela de análise do índice de rentabilidade e popularidade

Fonte: Elaboração Própria

Classes

A conjugação entre os índices de popularidade e rentabilidade dá origem a uma determinada classe.

Star – AA popularidade alta e margem de lucro alta.

Plowhorse – AB popularidade alta e margem de lucro baixa.

Puzzle – BA popularidade baixa e margem de lucro alta.

Dog – BB popularidade baixa e margem de lucro baixa.

Os *Star* são aqueles itens que têm elevada procura (populares) e apresentam boas margens de lucro, contribuindo de forma decisiva para a rentabilidade da exploração. Como tal, devem ser mantidos tendo em atenção a manutenção da quantidade e qualidade do prato. Apenas se deverá aumentar ligeiramente o preço caso este prato seja um exclusivo do estabelecimento e não exista nos estabelecimentos concorrentes como é o caso do *Fondue*.

Os *Plowhorse* são artigos muito procurados, atraindo clientela para o estabelecimento, apresentando contudo fracos níveis de rentabilidade.

Pela sua atratividade são pratos que devem ser mantidos, devendo o gestor tentar torná-los mais rentáveis através da tentativa de diminuição dos seus custos ou do aumento ponderado dos seus preços de venda. Assim, deve analisar-se com detalhe a ficha técnica do prato de modo a verificar se existe alguma possibilidade de trocar algum dos ingredientes por outros com menor custo, ou reduzir a capitação caso se verifique que existe uma quantidade significativa de determinados ingredientes que não são consumidos pela maioria dos clientes.

Os *Puzzle* têm características opostas as anteriores. São produtos pouco procurados, (populares) apresentando contudo boas margens de lucro.

A sua manutenção na carta deve ser equacionada, pois geralmente implicam avultados custos em *stocks*, os quais correm o risco de se deteriorar.

Neste caso, existe uma necessidade de promover e divulgar o prato de modo a que este possa aumentar as suas vendas. A colocação num lugar de maior destaque e visibilidade da carta/*menu* e a sua recomendação por parte dos empregados de mesa pode contribuir para a melhoria do seu desempenho. Por vezes, a modificação do nome do prato (caso não seja original) pode ser suficiente para uma melhor visibilidade e aceitação. Ou será retirado da carta e substituído por outro.

Os *Dog* são pratos com pouca procura e com fraca rentabilidade, devendo ser imediatamente substituído por outros que apresentem melhores expectativas de venda e de margens de lucro. A sua retirada é aconselhada, em especial quando este prato requer ingredientes principais (carne e peixe) apenas para a sua confecção. No entanto, existem pratos emblemáticos em determinadas regiões que, pelas suas características, podem não agradar a maioria dos clientes, mas podem ser necessárias para complementar a oferta gastronómica da região onde o estabelecimento se insere, e ser apreciadas por clientes prescritores que se desloquem com grupos para degustar esse prato.

Com a utilização desta ferramenta, temos meios para criar um plano de modo a impulsionar as vendas, reduzir custos, aumentar a satisfação dos nossos clientes e principalmente aumentar a rentabilidade do nosso restaurante/*snack-bar*.

Proporcionar ganhos, pois ajuda os gestores a decidir se determinados pratos devem ser mantidos ou retirados do cardápio, como também ajuda a determinar quais pratos estão com a margem de lucro baixa e quais precisam ser reposicionados no cardápio para ganhar mais popularidade.

Para o hotel o melhor é que a maioria dos pratos tenham a classificação Star e Puzzle, significando que os pratos estão a ser consumidos, são rentáveis e conhecidos.

2.2.3 Compras

Para Carvalho (2010,p.169) “ a gestão de compras refere-se a todas as actividades necessárias para a efectiva gestão de relações com os fornecedores. Tem a sua atenção centrada na estruturação e melhoria contínua do processo de compras dentro da organização e entre a organização e os seus fornecedores”

A gestão de compra define-se como conjunto de operações que permite adquirir para a empresa, em tempo oportuno, na quantidade e qualidade desejada e ao menor custo possível, todos os materiais necessários ao seu, funcionamento, permitindo a constituição de stocks e consequentemente a respectiva gestão desta.

Esta função é desempenhada pelo chefe de compras que deve ter alguns requisitos tais como:

- Facilidade de contactos;
- Conhecimento das mercadorias;
- Conhecimento dos produtos utilizados no hotel;
- Conhecimento do mercado de compras;
- Conhecimento das formas de negociar;
- Conhecimento dos fornecedores;

Política De Compras e Selecção De Fornecedores

A política de compras baseia-se na orientação que deve ser seguida em relação à qualidade/preço pretendida, assim como, da política de pagamentos estabelecida e o tipo de produtos, tais como a sua origem, denominação de origem ou estado (fresco, congelado, vácuo).

Posteriormente, surge a pesquisa e selecção dos produtos, garantindo a aquisição das comidas e bebidas com a melhor relação qualidade/preço. A selecção dos artigos e produtos pode ser efectuada consultando diversas fontes, destacando-se a pesquisa, ficha de fornecedores, catálogos recolhidos, feiras da especialidade, Internet, visitas a estabelecimentos da concorrência ou com semelhanças ao conceito pretendido, reuniões e conversas com vendedores, entre outros.

Como tal, torna-se necessário seleccionar os produtos e artigos que, à priori, parecem estar de acordo com o conceito pretendido. Serão, depois, sujeitos a uma avaliação mais detalhada, de preferência com a respectiva ficha de produto.

A relação com os fornecedores deve ser encarada numa óptica de realizar o melhor tipo de negócio para o sector de A & B. Todavia, deve estabelecer-se uma relação com os fornecedores onde ambas as partes ganhem.

Por outro lado, os fornecedores devem ser vistos como parceiros de negócio, podendo transmitir informações relativamente ao mercado e aos concorrentes.

Na angariação de fornecedores, deve fazer-se uma recolha geográfica alargada, dado que, hoje em dia, com as facilidades de distribuição, importa conhecer quais as condições e preços que diversos fornecedores apresentam. O fornecedor “ vizinho” do lado ou da zona poderá não ter a melhor proposta.

Os critérios para seleccionar os fornecedores podem ser:

- Qualidade dos produtos;
- Conhecer as suas instalações (higiene, organização, controlo, etc.);
- Relação entre qualidade e preço aplicado;
- Frequência das entregas e a sua pontualidade;
- Disponibilidade para entregas em dias festivos e fins-de-semana;
- As condições higiénicas de transporte dos produtos alimentares e a sua correcta temperatura;
- Os métodos de pagamento.

Política e gestão de stoks

Para Castelli (2003), “ a boa política de compras e gestão de stoks determinará em grande parte, o sucesso economico do hotel. Com base na previsão de vendas, o hotel efetuará, em tempo hábil, a compra do volume de produtos necessários para o perfeito funcionamento de todos os sectores.”

Como gerir os stoks conveniente e rentavelmente?

- É preciso estabelecer inicialmente os stocks mínimos e maximos. Esses são estabelecidos pela gerência ou direcção do hotel e levam em consideração:

- A rotatividade dos produtos que, por sua vez, está condicionado à taxa de ocupação do hotel;
- O tempo necessário para a entrega do produto por parte do fornecedor;
- Os espaços físicos adequados e necessários, para armazenagem.

Pouco adianta comprar bem, se os produtos são posteriormente mal acondicionados, oportunizando perdas inevitáveis.

A fixação do stock mínimo é imprescindível para garantir o funcionamento do hotel. Caso contrário, haverá correrias, e mau atendimento.

2.2.4 Economato

Segundo AI Quintas (1988, pag.182) “o economato é as instalações onde são armazenados os géneros, mercadorias e outros artigos necessários ao serviço de refeições e bebidas do estabelecimento.”

Localização

O economato deverá situar-se junto do local da receção da mercadoria, e sempre que possível o mais perto da cozinha principal, também deve ser bem arejado e afastado das instalações de água quente.

Organização física

A organização do economato deve levar em consideração a divisão dos:

- Produtos perecíveis: são aqueles que deterioram facilmente. Geralmente são mercadorias adquiridas diariamente e que vão diretamente para os centros de produção.

- Produtos não perecíveis: são aqueles que possuem certa durabilidade, isto é, podem ser armazenados para, posteriormente, suprir as necessidades dos diversos sectores.

Uma boa organização do economato deve levar em conta a utilização do espaço físico, a fluidez dos serviços e a melhor conservação dos produtos.

Ciclo das mercadorias:

1. Compras

- Ter atenção dos produtos nas melhores condições de preço e qualidade;

2- Recepção

- Pesagem dos produtos para verificar se as quantidades estão em conformidade com a quantidade que está discriminada na factura;
- Ter atenção no estado de conservação do produto e a data de validade;

3- Armazenagem

- Verificação dos produtos nos locais apropriados e das condições de higiene e temperaturas, e os respetivos stocks;

4- Distribuição

- Os produtos serão distribuídos através das requisições internas das diferentes secções.

Armazenagem de mercadorias:

A correta armazenagem das mercadorias tem como objetivos:

- Evitar os desperdícios;
- Prevenir intoxicações e infecções alimentares.

Ao armazenar as mercadorias deve-se levar em consideração alguns aspectos:

- As prateleiras, ao serem confeccionadas, devem permitir a aeração dos produtos nelas guardadas;
- Nunca deixar determinados produtos (batatas, frutas, vegetais) directamente sobre o chão;
- Conservar os produtos alimentícios devidamente afastados dos produtos de limpeza ou tóxicos;
- Proceder a rotatividade dos produtos, isto é, os produtos que acabam de entrar, utiliza-los após os já existentes: o primeiro a entrar é o primeiro a sair (FIFO);
- Dispor os produtos nas prateleiras de tal maneira que sejam facilmente identificados, deixando o rotulo ou a marca bem visíveis. Além disto, dispô-los em quantidades idênticas, facilitando a contagem dos mesmos;
- Manter determinados produtos nas temperaturas adequadas, fazendo-se uso de câmaras frias.

Inventários

Os inventários podem ser considerados como físicos ou perpétuos. Os físicos são realizados no final de determinado período, no mínimo, um mês, valorizando nessa altura todos os produtos em stock, ao passo que os perpétuos vão actualizando o inventário à medida que são efectuadas as entradas e saídas em stock. Este último método é usual no controlo de bebidas espirituosas e vinhos.

Reconciliação de inventários

A reconciliação de inventários permite analisar com rigor os desvios. Na prática, estes desvios são usuais, no entanto, importa conhecer em que tipo de produtos acontece e qual a razão do desvio, permitindo analisar se os desvios se devem a erros na valorização ou nos registos, a quebras não contabilizadas ou a furtos.

2.3 Tarefas Práticas Realizadas

É importante salientar que não basta ter a vertente teórica sem a prática, muitas vezes é preciso algum conhecimento teórico, mas a verdadeira vida profissional se faz da prática e da experiência que se vai adquirindo junto da sua empresa.

Além de reconhecer esse departamento como um referencial na hotelaria também vale ressaltar os resultados que o contacto dos clientes com os serviços oferecidos por esse departamento gera. O exemplo disso tem além da necessidade de se alimentar, outros factores que contribuem para um resultado satisfatório, como por exemplo, a troca de culturas, gostos, sabores, conhecimentos em geral, e ainda o encontro de pessoas que apesar de ter como primitivo o objectivo de se alimentar, geralmente utilizam esse ambiente para negociar, trocarem confidências, planeiam, Projectam, ou simplesmente apreciam o local.

Das competências adquiridas, há que dizer que houve resultados positivos já que consegui atingir os objetivos propostos, sentindo-se capaz de desempenhar qualquer das actividades inerentes ao departamento onde estagiei. Pois adquiri uma visão ampla e detalhada das respectivas áreas bem como o conhecimento das práticas operacionais do departamento. Nas áreas de estágio consegui assimilar as explicações e executar determinadas tarefas, portanto adquiri as seguintes aptidões e competências:

2.3.1 Cozinha

Tarefa 1- Ajudar na preparação do pequeno – almoço - juntamente com a pessoa responsável pelo pequeno-almoço fazia-se a preparação das panquecas, dos ovos estrelados e mexidos, das fatias douradas, do bacon e salsichas fritas etc.

Tarefa 2- Preparação e elaboração do *mise-en-place* de serviço:

- Almoço - consistia em descascar legumes e verduras, fazer a lavagem dos produtos para se fazer as saladas e ajudar na preparação do menu do dia.

Tarefa 3- Empratamento – conforme os pedidos ajudava o pessoal a emprar os pratos com as diferentes saladas e ajudava nos pedidos das sobremesas e no que fosse necessário.

Tarefa 4- Participação de inventários periódicos dos materiais da secção

2.3.2 Restaurante/Bar

Tarefa 1- Ajudar na preparação do mise-en-place de serviço:

- Pequeno-almoço - consistia em uma faca de sobremesa á direita, um garfo de sobremesa á esquerda e uma colher de sobremesa, uma colher pequena para o café á frente, guardanapos de papel e açúcar em pacotes; Preparar a mesa de buffet - a preparação consistia em limpar as mesas, colocar toalhas limpas, depois colocar as máquinas com café, água quente, leite, sumos e todos os outros alimentos, também colocar chávenas, copos e pratos na bancada.
- Almoço/Jantar - consistia em colocar uma faca de carne á direita, um garfo de carne á esquerda, um prato de pão com uma faca de manteiga á esquerda com um copo de água e de vinho á direita e um guardanapo de fazenda no meio.

Tarefa 2- Pedir a recepção a listagem de Hospede - Para saber a taxa de ocupação, ajudar a fazer o controlo dos clientes (saída e entrada através do nº de #)

Tarefa 3- Fazer a recepção dos clientes acompanhando-os à mesa

Tarefa 4- Contagem diária das bebidas-consistia em fazer a contagem de todas as bebidas do bar e restaurante para se poder fazer a comparação com as quantidades vendidas do dia anterior e a soma deve dar igual a existência inicial.

Tarefa 5- Limpar, arrumar e conservar todos os materiais e utensílios à guarda do restaurante/bar.

Tarefa 6- Arrumar as prateleiras, sempre que tal se mostrava necessário

2.3.3 Economato

Tarefa 1- Fornecimento das requisições - Todos os dias ao chegar ao hotel era preciso dar as requisições feitas pelas respectivas secções e assinalar as que foram dadas.

Tarefa 2- Conferencia das comandas - todos os dias fazia-se a conferencia das comandas baseando no relatório de vendas do restaurante, bar e snack – bar conferindo se todos os pratos foram lançados.

Tarefa 3- Compras - todas as quintas feiras juntamente com a ecónoma ia para a cidade fazer as compras. Os primeiros produtos a serem comprados eram os produtos como peixes, carnes, frutas, legumes e ovos e regressar ao hotel isto porque o hotel não tem um veículo apropriado para estes produtos. Depois regressar de novo a cidade para se fazer as restantes compras. Antes de se regressar ao hotel conferia-se se os produtos para se ver se estavam tudo em ordem.

Tarefa 4- Armazenagem dos produtos - feito a conferencia das facturas passava-se a face da armazenagem. Os produtos eram armazenados conforme o género e respeitando a ordem FIFO (First in First out).

PARTE III – APRECIACÃO CRÍTICA

O estágio é uma oportunidade de aprendizado que permite associar teoria e prática, crescimento profissional, reafirmação da escolha da profissão e da percepção da necessidade de um contínuo estudo e aprimoramento.

3.1 Áreas de Identificação com o Curso

A maioria das áreas nas quais se realizou o estágio se identificou com o curso uma vez que as tarefas desempenhadas durante esse período vão de encontro com os aspectos teóricos desenvolvidos ao longo das aulas.

O estágio na área da cozinha, do restaurante/bar e do economato estão intimamente relacionados com a disciplina de Gestão de Alimentos e Bebidas lecionado no primeiro ano do curso. Quanto ao estágio de gestão eventos, gestão comercial e recursos humanos, estes estão relacionados com as disciplinas de Relações Públicas e Eventos, Gestão de Recursos Humanos e Gestão Comercial, ambos lecionado no terceiro ano do curso.

Mas de uma forma geral é importante salientar que a teoria estudada não foge muito da realidade laboral, mas que em alguns casos é necessário adapta-la.

3.2 Análise Crítica do F&B

O departamento de F&B, é a mais complexa das estruturas organizacional e funcional do hotel, isso devido as despesas de mão-de-obra que são aproximadamente 2.5 vezes maiores do que o sector de hospedagem, e a receita é 4 vezes menor comparativamente com o mesmo sector (CASTELLI, 2003).

Tanto que para muitos hotéis tem adoptado por terciarizar essa área. Decisão que nem sempre é boa para os negócios e imagem do hotel.

Contudo, para muitos hotéis o departamento de F&B é um negócio rentável, representando 40%, ou mais das receitas de um hotel. Isso acontece na medida em que ela for dotada de excelente organização e controle, sob o comando de um administrador bastante competente.

Em relação ao departamento de F&B do Hotel Foya Branca a que dizer que, é o mais complexo, desde a sua estrutura física quanto organizacional, dotado de profissionais competentes e com eficientes sistemas de Gestão e controlo.

Mas constatou-se que ainda existe algumas pontes negativos que devem ser melhorados pelo departamento como é o caso dos recursos humanos. Existe um péssimo clima de trabalho entre os funcionários do departamento, faltando um pouco de confiança e motivação, ou seja, não há uma entrega total pelo que se faz, desempenham as suas funções porque tem que fazer isso, não porque gostem e isso muitas vezes acaba por ser percebido pelo cliente.

Outro aspeto negativo em relação aos recursos humanos que deixa muito a desejar é a pouca formação e pouco conhecimento de línguas estrangeiras dos funcionários principalmente para os funcionários que trabalham no restaurante.

Um outro ponto negativo em relação a segurança alimentar que existe no departamento é o facto de não existir transporte adequado para transporte dos alimentos e isto é muito perigoso porque pode levar á uma contaminação dos mesmos e conseqüentemente pode levar a riscos de intoxicação alimentar aos consumidores. Não obstante disso, é importante também ressaltar a importância dos funcionários estar consciencializados das regras de manipulação dos alimentos, porque isso pode acarretar problemas tanto para o cliente como também para o hotel.

3.3 Dificuldades Encontradas

Nas áreas em que nas quais eu me estagiei, foram para mim muito importante e satisfatória uma vez que favoreceu para complementar os conhecimentos adquiridos bem como na experiência.

Em relação as dificuldades encontradas, há que dizer, que não houve muitas, visto que as actividades desenvolvidas em cada área, já eram de uma certa familiaridade, uma vez que foram desenvolvidas no primeiro ano do curso no âmbito do primeiro estágio.

As dificuldades reflectiram-se especialmente na integração do estagiário uma vez que de início os funcionários mostravam-se uma certa antipatia, pois via-nos como uma ameaça, mas ao longo do estágio, isso vai sendo ultrapassado.

Outra dificuldade consistia no facto de não existir um bom clima de trabalho entre os funcionários e isso acaba também por dificultar á integração do estagiário e consequentemente o desenvolvimento das actividades.

3.4 Recomendações / Sugestões

Numa economia global como a em que vivemos hoje, as necessidades dos clientes são a cada dia mais difíceis de satisfazer. Há que evoluir e compreender que não basta ter uma localização boa, privilegiada e atraente. É fundamental entender que as necessidades dos clientes evoluem e assim sendo torna-se necessário implementar padrões de serviço que garantam a satisfação dos clientes tanto em termos de atenção, confiança e simpatia como em segurança. Deve-se procurar antecipar os seus desejos e resolver os seus problemas respondendo com exatidão. Padrões que devem fazer parte do dia-a-dia dos funcionários das empresas de forma a proporcionar a cada um dos clientes serviços de qualidade. Assim uma das sugestões para o empreendimento é dar maior atenção à seleção e contratação dos funcionários. É importante verificar quais os postos disponíveis de trabalho e definir quais as características que cada cargo exige para que o funcionário possa desenvolver um bom trabalho. A partir deste perfil, procurar profissionais que se encaixem nestas exigências. Outro ponto importante é o treinamento destes colaboradores. O treinamento não tem apenas o objectivo de ensinar os funcionários suas tarefas, mas possibilitar a este colaborador a aquisição de novos conhecimentos e competências. Durante o treinamento deverá ser exposto informações sobre o empreendimento, dar noções básicas de língua estrangeira, bem como abordar outros temas de relevância.

É importante ressaltar que além das sugestões apresentadas acima, uma outra forma de melhorar o atendimento prestado aos clientes é reconhecer e a valorização dos funcionários que trabalham no local. Segurança, remuneração e benefícios são, sem dúvida, importantes. Entretanto, boa remuneração por si só não é garantia de satisfação e comprometimento, apesar de ser uma das formas de reconhecimento profissional. Estar encantado com o que se faz é em longo prazo, até mais significativo para o funcionário e isso é reflectido no cliente final que percebe quando está sendo atendido por alguém que gosta do que faz.

Valorizar o colaborador significa aplicar efectivamente políticas de reconhecimento, recrutamento e selecção eficazes, ascensão profissional e treinamento de pessoal. É reconhecer o profissional como peça importante no processo de qualidade do serviço e encantamento do cliente.

Importante também considerar que é de fundamental importância na produção de alimentos a boa qualidade da matéria-prima recebida. Neste sentido, um rígido controlo de entrada e saída de alimentos é imprescindível para a sua boa qualidade e aceitação do consumidor. Desta forma, a boa formação profissional daqueles que actuam na área é de extrema importância na qualidade dos alimentos que serão consumidos pelos nossos clientes.

CONCLUSÃO

Apos concluir o estágio no Resort Hotel Foya Branca notou-se a importância do estágio para a formação profissional. A convivência com profissionais do departamento, serviu principalmente para visualizar a importância do trabalho de áreas integradas dentro de uma empresa. O estágio realizado atuou como um incentivo a mais para a percepção da execução prática apoiada nos conhecimentos teóricos adquiridos na universidade. A adaptação ao ambiente de trabalho foi uma experiência positiva, quanto aos requisitos da organização, responsabilidade e espírito de equipa.

De um modo geral o estágio foi enriquecedor pois permitiu o ajustamento dos conhecimentos teóricos aprendidos no decorrer do curso em função da realidade profissional.

A empresa tem uma estrutura bastante organizada e sabe gerir bem os seus recursos, fazendo uma boa gestão, pois para muitos autores este departamento tem sido o calcanhar de Aquiles dos hotéis, mas quanto bem gerida, pode revelar-se como uma grande fonte de receita. Assim é um departamento onde se gere com muita cautela pois é muito sensível já que por fim acaba por trabalhar com os gostos e expectativas do cliente que é também sensível.

Visto sob uma perspetiva prática, este estágio além de uma experiência agradável também foi bastante profícua, pois permitiu um enriquecimento das matérias lecionadas ao longo do curso, bem como um confronto com as realidades da vida ativa. Um estágio pode, desta forma, representar a antecâmara do mundo laboral que nos aguarda.

BIBLIOGRAFIA

AI QUINTAS, Manuel (1988). *Tratado de hotelaria*. Lisboa: Instituto nacional de formação turística

BAPTISTA, Paulo, **PINHEIRO**, Gabriela, **ALVES**, Pedro. (2003). *Sistemas de Gestão de Segurança Alimentar*. Editora: FORVISÃO – Consultoria em Formação Integrada, LDA.

CASTELLI, Geraldo (1998). *Excelência em hotelaria: uma abordagem prática*. Brasil: Qualitymark Editora.

CASTELLI, Geraldo (2003). *Administração Hoteleira*. 9ed – Caxias do Sul: EDUCS.

CARVALHO, José Crespo (2010). *Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento*. 1ª edição. Lisboa: Edições Sílabo, LDA

CHIAVENATO, Idalberto. (2000). *Recursos Humanos*. São Paulo: Atlas

CRACKNELL, H.C; **NOBBIS**, G (1996). *Manual Prático do Serviço de Restaurantes*, 4ª edição. Edições CETOP.

JANEIRO, Joaquim António (1997). – *Guia Técnico de Hotelaria*. 3ª Edição. Edições CETOP

MARQUES, J. Albano (2007). *Manual de Hotelaria*. Civilizações editora

MARQUES, J. Albano (2007). *Introdução a Hotelaria*. Civilizações editora

MONTEIRO, Victor (2002). *Técnicas de Hotelaria-Higiene, Conservação e Congelação de Alimentos*. Lidel, edições técnicas.

MOSER, Francisco (2002). *Manual de Gestão de Alimentos e Bebidas*. Edições CETOP – Centro de Ensino Técnico Profissional à Distância

PERRETI, Jean Marie (2004). *Recursos humanos*. 3ª edição. Edições silabo

PINTO, José, **NEVES**, Ricardo. (2010). *HACCP: Análise de Riscos no Processamento Alimentar*. Editora: Publindustria.

PIRES, A. (2003). *Marketing Conceitos, técnicas e Problemas de gestão*. Lisboa: Editorial Verbo São Paulo.

SARMENTO, M. (2000). *Gestão pela qualidade total na indústria do alojamento turístico*, Escolar Editora.

ANEXOS

Anexo 1 Ficha de buffet

	Receita	(-) Despesa	(=) Resultados
Bebidas	30.525,00	10.771,00	19.754,00
Comidas	141.225,00	50.826,00	90.399,00
Total	171.750,00	61.597,00	110.153,00

Rácio:

35,9%

Data: 08-05-2011

F&B

Documento fornecido pelo Hotel

Anexo 2 Ficha de Rodízio

	Receita	(-) Despesa	(=) Resultados
Bebidas	10.850,00	3.151,00	7.699,00
Comidas	60.075,00	23.884,00	36.191,00
Total	70.925,00	27.035,00	43.890,00

Rácio:

Data: 07-05-2011

F&B

Documento fornecido pelo Hotel

Relatório de Estágio Profissional - Departamento de F&B

Anexo 3 Ficha Controlo Diarias das Bebidas do RESTAURANTE

<i>Data:</i>	/ / /				/ / /				/ / /				
Produtos	S.Fix.	Inve.	vend.	Req.	Exist.	Inve.	Vend.	Req.	Exist.	Inve.	Vend.	Req.	Exist.
Coca Cola de G	48 G												
Fanta de G	48 G												
Sprite de G	48 G												
Sumo Mazza	24 G												
Sumo Mais	24 G												
Água Tônica	48 G												
Água 1/4 L	48 G												
Água 1/5 L	48 G												
Água Pedras	24 G												
Água Castelo	24 G												
Bitbuguer	24 G												
Sagres	48G												
Strela	48G												
Super Bock	24 G												
Heineken	24 G												
Amenduum	24G												
Matutano Original													
Matutano Presunto													
Cerv. s/ alcohol	24 G												
Sumol de Laranja													
Coca Cola Lata	24 G												
Fanta de Lata	24 G												
Fanta Maça													
Agua Trindade	1 G												
Rum	1 G												
Whiskie White Horse	1 G												
Whiskie J.Walker Novo	1 G												
Whiskie J.Walker Velho	1 G												
Whiskie J.B Reserva	1 G												
Whiskie J.B Novo	1 G												
Licor de Café	1 G												
Licor Nacional	1 G												
Bailays	1 G												
Carolans	1 G												
Safari	1 G												
Drambui	1 G												
Whiski Logan	1G												
Whiski Balantines	1G												
Whiski Balvenie	1G												
Whiski Talisker	1G												

(F&B)


Documento fornecido pelo Hotel

Anexo 4 Mapa diario de Requisições

MAPA DIÁRIO DE REQUISIÇÕES			DATA: 15/08/2007
SECÇÕES	ATÉ ONTEM	HOJE	ACOMULADO
BAR SNACK			0.00
COZINHA			0.00
RESTAURANTE			0.00
PASTELARIA			0.00
FOYA GRILL			0.00
ANDARES			0.00
LAVANDARIA			0.00
BAR PISCINA			0.00
TOTAL	0.00	0.00	0.00

Documento fornecido pelo Hotel

ANEXO 5 - Ficha Técnica de Brownie

Ficha Técnica de				
Cozinha				
Prato: <i>Brownie</i>				
Aplicação: Restaurante				
Nº de Doses: 08				
Preço de Venda: 500\$00				
Quantidade	Peso	Produtos	Preço Unit.	Total
250	Gr.	Trigo	42\$00	10\$50
200	Gr.	Açúcar	53\$00	10\$60
200	Gr.	Manteiga	120\$00	24\$00
20	Gr.	Chocolate	475\$00	9\$50
4	Unid.	Ovos	15\$00	60\$00
50	Gr.	Gelado	130\$00	60\$00
5	Gr.	Fermento	7\$00	7\$00
Custo Total: 182\$00				
Custo Dose: 23\$00				
Rácio:				
<u>Preparação</u>				
Amoleça a manteiga junta-se os ovos e o açúcar e bata, depois adicione a farinha, o chocolate e o fermento e bata até obter um creme deita numa forma untada de manteiga e leve ao forno e deixe ali 25 à 30 minutos.				
<u>Forma de Servir</u>				
Corte duas fatias finas ponha num prato com uma bola de gelado e chocolate quente.				
<i>Mise-en-Place:</i> Talheres de sobremesa				

