



PORTUGAL

TECNOHOTEL

PARA OS LÍDERES HOTELEIROS

Nº 36 | MARÇO-ABRIL 2025 | 12€ | tecnohotelnews.pt

GESTÃO

Aplicações práticas da inteligência artificial na hotelaria

p. 15

NOVAS TECNOLOGIAS

Operador OpenAI: a nova IA que revoluciona o mundo das reservas

p. 22



DISTRIBUIÇÃO

Controlar a distribuição hoteleira na era do turismo preditivo

p. 20

2025 UM ANO DE CRESCIMENTO E DESAFIOS

2025 volta a ser segundo as previsões para o turismo em Portugal s um ano de grande dinamismo, com uma procura crescente impulsionada pelo prestígio do nosso destino e pela recuperação dos mercados internacionais. Vão ser contruidos cerca de 50 hotéis em Lisboa e 120 no Porto o que mostra a vitalidade do setor

No entanto, este cenário positivo não está isento de desafios, as mudanças climáticas começam a ter impactos mais visíveis, com fenómenos meteorológicos extremos que podem levar a alterações nos padrões de viagem dos turistas. A adaptação sustentável das unidades hoteleiras será crucial para garantir resiliência e compe-

titividade assim como criar novas experiências para os turistas. Paralelamente, as tensões geopolíticas mundiais podem influenciar os fluxos turísticos, os custos operacionais e cadeias de abastecimento.

Vai ser fundamental estar atento a estes riscos e adotar estratégias proativas para manter a atratividade e a rentabilidade do setor. Esperemos que este ano seja de crescimento sustentável e inovação para o turismo em Portugal. ■

*H. M. C. Botelho de Lemos,
Consultor editorial*

A IMPORTÂNCIA DE COMUNICAR

Um plano de comunicação eficaz gera maiores possibilidades de venda.



A comunicação eficaz é 20% o que dizemos e 80% como dizemos.

COMUNICAÇÃO TOTAL COM O SETOR

Com todas as suas marcas, a MediaNext e Peldaño é o elo de comunicação entre todos os players do setor. Isso significa que a sua marca chegará ao seu público-alvo, graças a todos e a cada um dos nossos canais de comunicação, bem como às nossas bases de dados. Sabemos a importância que a sua marca tem para o setor, por isso oferecemos -lhe o maior leque de oportunidades para ter presença e relevância dentro do mesmo.

NOTÍCIAS



NOVAS TECNOLOGIAS



SUSTENTABILIDADE



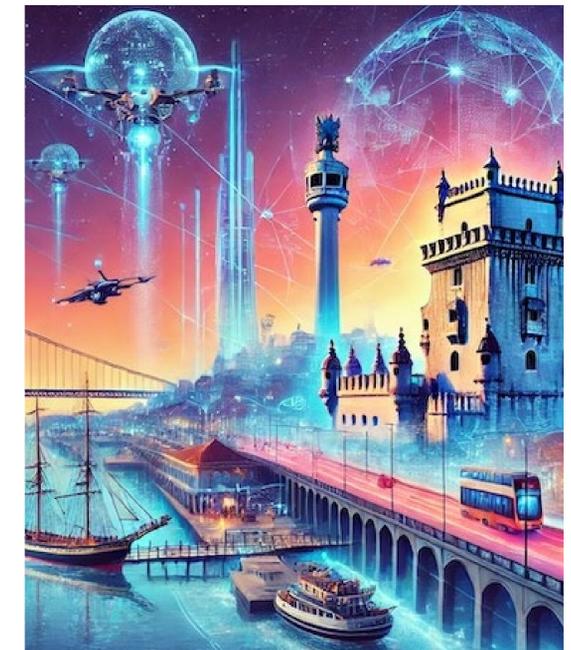
DISTRIBUIÇÃO



GESTÃO



FORMAÇÃO



PREVISÃO

A Accor vai abrir o hotel TRIBE Porto Gaia, o primeiro desta inovadora marca em Portugal

O grupo hoteleiro Accor assinou um acordo com a grupo Mercan Properties, um dos maiores investidores hoteleiros de Portugal. o novo hotel Tribe irá abrir as suas portas em 2027 e assinalar a estreia da marca na península ibérica.

A Accor, líder mundial da hotelaria, juntamente com o Grupo canadiano Mercan Properties - um dos maiores players do sector hoteleiro em Portugal, celebraram um acordo para a abertura do TRIBE Porto Gaia. O primeiro hotel desta marca na Península Ibérica será construído na área metropolitana do Porto, numa localização estratégica. O projeto, que dará vida ao ousado design de assinatura TRIBE: arrojado, com espaços inteligentes, conceitos de F&B inovadores e uma seleção de produtos essenciais, tem abertura prevista para 2027.



Localizado na emblemática Avenida da República, junto à ponte Dom Luís I, o TRIBE Porto Gaia terá 125 quartos. O elemento-chave do hotel será o conceito “Social Hub” da marca, que transformará os espaços públicos do hotel num espaço multifuncional para refeições, para trabalhar, socializar e desfrutar. Para além do restaurante de pequenos-almoços, contará com um bar central que irá servir café de alta qualidade e cocktails de assinatura, bem como a seleção “Grab & Go” sempre disponível para refeições rápidas e fáceis, o hotel terá um rooftop que oferece vistas inigualáveis sobre o rio Douro e as históricas adegas da região.

“Estamos muito felizes por introduzir a marca TRIBE em Portugal, um passo importante na nossa expansão global. O TRIBE é mais do que um hotel: é um espaço criativo e de design, orientado para viajantes modernos que procuram estilo, conforto e um ambiente social vibrante. Vila Nova de Gaia, no Porto, é o destino perfeito para oferecer esta experiência de hospitalidade arrojada e pouco convencional, e mal podemos esperar para receber os nossos primeiros clientes”, afirma Pauline Oster VP da TRIBE Europa e Norte de África.

Com uma localização privilegiada, perto das principais atrações turísticas, como o centro histórico do Porto e as famosas caves de Gaia, o TRIBE Porto Gaia promete tornar-se um novo ícone da hospitalidade na região, dando resposta tanto aos viajantes urbanos como aos visitantes em busca de experiências autênticas.

“Estamos muito satisfeitos com a parceria com o Grupo Mercan Properties para introduzir a marca TRIBE na Península Ibérica, especificamente em Vila Nova de Gaia, uma localização-chave para o turismo em Portugal”, afirma Coré Martin, VP Development Spain & Portugal, Accor. “Com este projeto, reforçamos a nossa presença em Portugal, demonstrando o forte compromisso da Accor com o país, onde já estamos presentes com 37 estabelecimentos, em 12 destinos diferentes. Queremos também continuar a expandir ainda mais a nossa oferta de marcas no mercado, que já inclui Sofitel, Mercure, Novotel, ibis, ibis Styles e ibis budget”.

“A chegada da marca TRIBE vem, mais uma vez, enriquecer o nosso portfólio no Grupo Mercan Properties e AHM - Ace Hospitality Management, incorporando um conceito inovador de hotelaria e restauração. Com esta nova adição, já contamos com mais de 30 projetos hoteleiros, dos quais 12 estão em operação, abrangendo diversas categorias, desde lifestyle a premium. Seguimos com o objetivo de superar os 35 conceitos gastronómicos, reforçando a nossa posição e oferta exclusiva em Portugal”, afirma Mariano Faz, CEO da AHM- Ace Hospitality Management, sociedade do Grupo Mercan Properties responsável pela gestão hoteleira.

Os hotéis TRIBE são para aqueles que querem mais por menos. O viajante moderno sabe que o conforto e os preços justos podem coexistir. E é exatamente isso que os hotéis TRIBE oferecem: espaços de design, elegantes, confortáveis, de alta qualidade a um preço justo.

Os hotéis TRIBE oferecem quartos compactos, mas ultra confortáveis, com elementos essenciais como roupa de cama de primeira qualidade, produtos de higiene pessoal KEVIN.MUPRHY e vaporizadores. As zonas comuns, conhecidas como “Social Hub”, foram cuidadosamente concebidas e incluem um elegante bar que serve café e cocktails, uma seleção de comida para levar (“Grab&Go”) 24 horas por dia, 7 dias por semana e várias possibilidades para trabalhar, relaxar ou socializar. Os inovadores conceitos de F&B variam desde uma pequena seleção de snacks a um menu completo de restaurante, dependendo da localização. Os “shopping corners” oferecem uma seleção de produtos das principais marcas do momento. A última novidade é a colaboração com a marca francesa de malas e acessórios Rive Droite, que é vendida exclusivamente nos hotéis TRIBE.

A TRIBE tem atualmente mais de 20 hotéis em funcionamento e mais de 40 projetos em desenvolvimento, com o objetivo de ultrapassar os 45 hotéis na sua rede até 2026. As principais localizações incluem os centros das cidades e os principais destinos turísticos, com projetos em cidades de renome como Amesterdão, Budapeste, Londres, Paris, Perth e Düsseldorf.

O Grupo Accor tem 37 hotéis abertos em Portugal com 3.934 quartos, sob as marcas Sofitel, Mercure, Novotel, Mama Shelter, ibis, ibis Styles e ibis budget, e um total de 134 hotéis na Península Ibérica com 16.163 quartos das marcas Sofitel, So, Hoxton, Hyde, Mondrian, Pullman, Novotel Mercure, Mama Shelter, ibis, ibis Styles e ibis budget. ■ group.accor.com

SOBRE A TRIBE

De Perth a Paris, os hotéis TRIBE trazem uma nova e ousada energia a lugares de todo o mundo. Nascida na Austrália em 2017, com a visão de Mark e Melissa Peters, a TRIBE foi criada sabendo que muitos viajantes de hoje procuram hotéis de design a preços acessíveis. Definida pela forma como as pessoas querem viver e viajar, a TRIBE foca-se nas coisas que realmente importam: hotéis inteligentes, funcionais e de design, que oferecem aos clientes tudo o que necessitam e nada do que não precisam. A TRIBE conta com 20 hotéis abertos e continuará a sua expansão nos próximos anos, com mais de 40 hotéis atualmente em diversas fases de desenvolvimento, incluindo os emblemáticos estabelecimentos em Belo Horizonte e Auckland. A TRIBE faz parte da Accor, um grupo hoteleiro líder mundial com mais de 5.700 estabelecimentos em mais de 110 países, e é uma marca participante no ALL - Accor Live Limitless - um programa de fidelização de estilo de vida, que dá acesso a uma vasta gama de recompensas, serviços e experiências.



Votações para os Xénios 2025 estão abertas

Os nomeados para os prémios da ADHP já são conhecidos. A edição deste ano introduz uma nova categoria e um novo critério na seleção dos vencedores.

A ADHP – Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal abriu as votações para os Prémios Xénios 2025 – Excelência na Hotelaria, que estão a decorrer desde o dia 8 de fevereiro no site da associação.

Os Xénios 2025 vão reconhecer e premiar os profissionais da direção hoteleira em Portugal que mais se destacaram ao longo de 2024, bem como o Melhor Parceiro de Negócios. Os reconhecimentos serão atribuídos nas seguintes categorias:

1. Melhor Diretor de Hotel
2. Melhor Jovem Diretor de Hotel
3. Melhor Diretor de Alojamentos
4. Melhor Diretor de F&B
5. Melhor Diretor Comercial/Marketing e Vendas

6. Melhor Gestor de Revenue Management (nova categoria)
7. Melhor Gestor de Potencial Humano
8. Melhor Parceiro de Negócios

Da votação online resultará uma shortlist com os três candidatos mais votados em cada categoria, que passarão a ser considerados finalistas.

Como novidade, além da avaliação por parte de um júri composto por profissionais de referência no setor, a seleção dos vencedores dos Xénios 2025 terá também como critério a votação online. Para a decisão do vencedor de cada categoria será considerado um voto por cada elemento do júri; a votação online acrescentará três votos para o primeiro finalista com o maior número de votos, dois votos para o segundo finalista e um voto para o terceiro finalista. O regulamento, com informação detalhada sobre este processo, pode ser consultado no [site da ADHP](#).

O júri é composto por:

1. ADHP – Fernando Garrido
2. DIRHOTEL – Manuel Ai Quintas

3. AHRESP – Carlos Moura
4. APAVT – Pedro Costa Ferreira
5. AHETA – Hélder Martins
6. TURISMO DE PORTUGAL – Ana Paula Pais
7. ESHTTE – Carlos Brandão
8. U. LUSÓFONA – Mafalda Patuleia
9. ESHT PORTO – Flávio Ferreira
10. PUBLITURIS – Vitor Jorge
11. AMBITUR – Pedro Chenrim
12. AHP – Bernardo Trindade
13. ERT Lisboa – Carla Salsinha
14. TURISVER – José Luis Elias
15. TNEWS – Carina Monteiro

A ADHP voltará também a atribuir o Prémio Carreira a uma individualidade de destaque no setor.

“Os Prémios Xénios são um reflexo do compromisso da ADHP com a valorização dos profissionais que, todos os dias, contribuem para a excelência da hotelaria nacional. Numa indústria em constante evolução, é fundamental reconhecer o talento e a dedicação daqueles que lideram e inovam”, afirma Fernando Garrido, Presidente da ADHP.

A cerimónia de entrega dos Xénios 2025 decorrerá, como é tradição, após o jantar do XXI Congresso da ADHP, que decorrerá em data e local a anunciar brevemente. ■

Gonzalo Aguilar toma posse como CEO da Minor Hotels Europa & Américas

Gonzalo Aguilar acaba de assumir o cargo de CEO da Minor Hotels Europa & Américas, a 1 de janeiro de 2025. Aguilar juntou-se à Minor Hotels em outubro de 2024 e sucede ao ex-CEO Ramón Aragonés, que se aposentou no final de 2024 e que se mantém como membro do Conselho de Administração e Vice-Presidente Não-Executivo.

Com mais de 30 anos de experiência em hotelaria, incluindo o mais recente cargo de liderança sénior como diretor de operações para a Europa na Marriott International, Aguilar traz um histórico comprovado de crescimento e rentabilidade para a equipa da Minor Hotels. A sua liderança



foi fundamental na integração da marca AC Hotels na Marriott e alcançou marcos corporativos significativos ao longo da carreira, subindo rapidamente na hierarquia desde seu início como responsável de restaurante no Colorado (EUA).

Na Minor Hotels Europa & Américas, Gonzalo Aguilar concentrar-se-á em fortalecer a integração internacional do portfólio de marcas da Minor e acelerar a abertura de hotéis em mercados-chave, particularmente nos segmentos de luxo e resorts, sob uma estratégia de “asset-right”, que impulsiona o crescimento sustentável da empresa através de um equilíbrio otimizado entre modelos de propriedade, gestão e franquia.

“A experiência, a liderança e o profundo conhecimento de Gonzalo Aguilar sobre o cenário hoteleiro multimarcas fazem dele a escolha ideal para conduzir a Minor Hotels Europa & Américas na próxima fase de crescimento estratégico nesta região de alto valor”, declara Dillip Rajakarier, CEO da Minor Hotels e presidente da Minor Hotels Europa & Américas.

Gonzalo Aguilar expressou o seu entusiasmo pela função, afirmando: “Juntar-me a este grupo de hoteleiro com visão de futuro é uma oportunidade que abraço com grande entusiasmo. Estou ansioso para colaborar com as nossas talentosas equipas de forma a fortalecer o excelente desempenho da empresa. Com o nosso portfólio de marcas reconhecido globalmente e planos de expansão ambiciosos, estamos bem posicionados para

alcançar um sucesso contínuo nos segmentos mais lucrativos do mercado.”

A nomeação de Aguilar será formalizada em Assembleia Geral Ordinária, marcada para antes de 30 de junho de 2025. Durante a sua integração, trabalhou em estreita colaboração com Ramón Aragonés para garantir uma suave transição de liderança. ■

SOBRE A MINOR HOTELS

A Minor Hotels é um grupo hoteleiro global que opera mais de 560 hotéis, resorts e residências em 57 países, seguindo a sua visão de criar um mundo mais apaixonante e interligado. Como proprietária, operadora e investidora hoteleira, a Minor Hotels responde às necessidades e desejos dos viajantes globais de hoje através do seu diversificado portefólio com oito marcas hoteleiras – Anantara, Avani, Elewana Collection, NH, NH Collection, nhow, Oaks e Tivoli – e um conjunto de negócios relacionados. A Minor Hotels está a acelerar rapidamente o seu crescimento global, com o objetivo de adicionar mais de 200 hotéis até ao final de 2026.

A Minor Hotels é um orgulhoso membro da Global Hotel Alliance (GHA), a maior aliança mundial de marcas hoteleiras independentes, e participa no programa de fidelização GHA DISCOVERY.

Para mais informações, visite [minorhotels.com](https://www.minorhotels.com) e ligue-se à Minor Hotels no Facebook e LinkedIn.

XXI Congresso da ADHP rumo a Almada nos dias 20 e 21 de março

O INATEL Caparica, em Almada, será palco do XXI Congresso da ADHP - Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal, que decorrerá em 20 e 21 de março.

A iniciativa acolherá também o III Encontro Internacional de Diretores de Hotel, promovendo um diálogo além-fronteiras sobre os principais desafios da hotelaria, desde a segurança tecnológica aos recursos humanos. “Este ano, aceitámos o desafio da Entidade Regional de Turismo da Região de Lisboa e regressamos à área metropolitana da capital para mais um Congresso da ADHP. Desde o primeiro dia em que iniciámos a organização dos congressos nacionais, comprometemo-nos a realizá-los em zonas geográficas com menor atividade no período em questão. A escolha do município de



Almada, situado a poucos quilómetros de Lisboa, sublinha a necessidade de um olhar mais atento para territórios que, apesar da proximidade aos grandes centros turísticos, não beneficiam diretamente dessa dinâmica”, refere Fernando Garrido, Presidente da ADHP.

“Este evento anual é uma oportunidade para reunir a indústria num espaço que, por um lado, discute conjuntamente a realidade dos profissionais da hotelaria

e das unidades hoteleiras e, por outro, celebra o papel desta atividade para o turismo e para a economia nacional. Sendo uma iniciativa técnica, o Congresso da ADHP oferece insights importantíssimos para o dia-a-dia dos diretores de hotel, mas também contribui com soluções concretas para os desafios do setor turístico como um todo”, acrescenta o Presidente da ADHP.

Durante o XXI Congresso da ADHP, serão atribuídos os Prémios Xénios – Excelência na Hotelaria, que reconhecem e distinguem os melhores profissionais da indústria e o melhor parceiro de negócios. As votações encontram-se abertas no site da associação. ■

SOBRE A ADHP

A Associação dos Diretores de Hotéis de Portugal (ADHP) é uma associação pública com o objetivo de defender, representar e promover os diretores de hotéis associados, procurando dar voz e reconhecimento público a estes profissionais e ao sector turístico.

Lisboa incluída na NO LIST de 2025 da Fodor'Travel

Esta lista segundo a Fodor não tem como intenção o boicote a essas localizações, mas chamar a atenção para os impactos do turismo e a necessidade de práticas mais sustentáveis para preservar o património cultural e ambiental dessas localidades.

A lista não vai mudar o sentido e a vontade dos turistas viajarem para esses destinos mas seria bom que as autoridades olhassem para este assunto e procedessem as alterações necessárias para acomodar o fluxo crescente de turistas.

Lisboa é um destino turístico muito popular, mas essa popularidade também traz desafios para a cidade e seus moradores. Aqui estão alguns dos principais problemas

causados pelo turismo que terão que ser melhorados para maior conforto dos habitantes e turistas.

ALGUNS DOS PRINCIPAIS PROBLEMAS CAUSADOS PELO EXCESSO DE TURISMAS:

Alojamento, Aumento dos Preços, Pressão sobre InfraestruturaseServiços, ImpactonaCultura, Identidade Local e Ruído.

As autoridades vão ter que melhorar estas situações para poderem consiliar o aumento expectável de turistas com as necessidades dos residentes.

Além de Lisboa, a lista da Fodor destaca outros destinos que enfrentam desafios semelhantes:

- Bali, Indonésia
- Koh Samui, Tailândia
- Monte Everest, Nepal
- Barcelona, Espanha
- Maiorca, Espanha
- Ilhas Canárias, Espanha



- Veneza, Itália
- Agrigento, Itália
- Ilhas Virgens Britânicas
- Kerala, Índia
- Quioto, Japão
- Tóquio, Japão
- Oaxaca, México
- North Coast 500, Escócia

2025 — Previsão sobre o turismo na Europa

Tudo indica que o 2025 poderá ser um bom ano para o Turismo na Europa embora influenciado por várias tendências e desafios, tais como economia global, mudanças climáticas, sustentabilidade, avanços tecnológicos e pelas preferências dos viajantes.

2024 foi um grande ano para o turismo na Europa e vários países entre os quais Portugal atingiram o máximo de dormidas. 2025 se tudo correr com previsto espera-se um aumento do número de turistas



O CRESCIMENTO ESTARÁ LIGADO ÀS TENDÊNCIAS DO TURISMO EXPECTAVEIS PARA 2025

Adoção de Tecnologia Avançada

— **Inteligência artificial, realidade virtual (RV) e realidade aumentada (RA)** serão amplamente usadas para melhorar a experiência do viajante.

— **Check-ins sem contato**, passaportes digitais e planejamento de viagens com o auxílio de IA devem tornar as viagens mais convenientes e seguras.

— Crescimento do Turismo Doméstico

Em alguns países, os turistas podem optar por explorar destinos locais devido a flutuações econômicas ou preocupações ambientais.

Esse movimento incentiva o desenvolvimento de economias locais e a descoberta de atrações menos conhecidas.

— Viagens Sustentáveis e Conscientes

A sustentabilidade continuará a ser uma prioridade, com viajantes buscando destinos que promovam práticas ecológicas e respeitem comunidades locais.

— **Ecoturismo e turismo regenerativo** devem ganhar ainda mais força.

«Portugal encerrou 2024 com receitas turísticas na ordem dos 27 mil milhões de euros, prevendo-se um crescimento superior para 2025»

Procura por Experiências Autênticas

— **Experiências culturais, culinárias e imersivas** estarão no topo das preferências.

— **Viagens que envolvam aprendizado**, como workshops de artesanato ou gastronomia, devem crescer.

— **Bem-Estar e Saúde** como foco, o turismo de bem-estar, incluindo retiros de yoga, spas e viagens para desintoxicação digital, deve continuar a atrair viajantes

— **Destinos com enfoque em natureza e tranquilidade** serão populares.

DESAFIOS PARA O TURISMO EM 2025

— Alterações significativas na geopolítica e agravamento das condições climáticas. Eventos climáticos extremos e a necessidade de reduzir as emissões de carbono podem alterar destinos populares e modos de transporte.

- Destinos dependentes de ecossistemas vulneráveis
- Instabilidades Geopolíticas
- Conflitos, políticas de vistos e questões de segurança podem impactar fluxos turísticos.
- Acessibilidade Económica

A inflação ou recessões económicas podem limitar o orçamento de viajantes, levando à procura por opções de baixo custo.

— Capacidade de Carga e Overturismo

— Alguns destinos precisarão gerir o número de visitantes para evitar a superlotação e o impacto negativo nas comunidades locais.

O QUE SE ESPERA PARA PORTUGAL:

Portugal encerraou 2024 com receitas turísticas na ordem dos 27 mil milhões de euros, prevendo-se um crescimento superior para 2025.

Portugal oferece uma diversidade de destinos que combinam cultura, gastronomia e belezas naturais e segurança que satisfaz diferentes preferências turísticas, continuando a ser um destino turístico de eleição, atraindo visitantes de todas as partes do Mundo ■

Aplicações práticas da inteligência artificial na hotelaria



No passado dia 13 de fevereiro, o TecnoHotel OnTour fez uma paragem em Cáceres, mais concretamente no Gran Hotel Don Manuel, onde especialistas do setor analisaram as últimas tendências em inovação hoteleira.

Uma das apresentações mais marcantes foi a de Carina Satorra, Head of Market Development da Cloudbeds, que fez a apresentação: “Aplicações práticas da inteligência artificial na hotelaria”.

DA PMS TRADICIONAL À ERA DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Durante a sua intervenção, Satorra analisou a evolução dos sistemas de gestão hoteleira (PMS) nas últimas décadas. Desde os primeiros sistemas on-premise em

2000 até a adoção em massa de soluções em nuvem em 2010, a indústria tem se movido para ferramentas cada vez mais integradas e automatizadas.

Em 2015, a introdução de APIs abertas permitiu a interconexão entre sistemas, facilitando a gestão de dados e melhorando a eficiência operacional. Hoje, a inteligência artificial é o próximo grande salto tecnológico.

“Há 15 anos, termos como ‘cloud PMS’, ‘big data’ ou ‘tokenização’ mal existiam. Hoje fazem parte do dia-a-dia da hotelaria”, disse Satorra.

COMO A IA PODE MELHORAR A GESTÃO HOTELEIRA?

Um dos principais desafios na implementação da IA é a sua aplicação eficaz nas operações diárias. Segundo Carina Satorra, a inteligência artificial sem um propósito claro pode gerar ruído e dificultar a gestão em vez de otimizá-la.

Satorra destacou três áreas-chave onde a inteligência artificial pode fazer a diferença:

1. Gerenciamento automatizado de receitas: um PMS alimentado por IA pode ajustar as taxas em tempo real com base na demanda, concorrência e fatores externos. “Vamos imaginar que Taylor Swift anuncie um concerto em Cáceres. Um sistema inteligente detetaria o impacto e sugeriria mudanças nas tarifas antes que a concorrência o fizesse”, explicou.

2. Marketing e personalização: Graças à IA, os hotéis podem segmentar melhor a sua base de dados

«Há 15 anos, termos como ‘cloud PMS’, ‘big data’ ou ‘tokenização’ mal existiam. Hoje fazem parte do dia-a-dia da hotelaria»



Carina Satorra, Head of Market Development da Cloudbeds

e enviar mensagens personalizadas de acordo com o perfil de cada hóspede, aumentando a conversão de campanhas.

3. Upselling inteligente: a IA pode identificar oportunidades de upsell, como oferecer pacotes especiais aos clientes que comemoram um aniversário ou recomendar upgrades para quartos mais altos com base no histórico do hóspede.

O FUTURO: PLATAFORMAS UNIFICADAS E USABILIDADE

Carina Satorra destacou que a fragmentação do sistema continua a ser um problema na indústria hoteleira, uma vez que muitos hotéis gerem ferramentas separadas para gestão de receitas, reservas, marketing e

operações internas. Isso leva a perda de tempo, erros e dificulta a automação.

A solução envolve plataformas unificadas, que permitem centralizar dados, melhorar a tomada de decisões e otimizar processos com inteligência artificial. Como exemplo, ele citou uma rede hoteleira que está migrando 2.500 hotéis para um sistema único até 2030.

Além disso, ressaltou a importância da usabilidade no PMS, uma vez que um sistema difícil de gerenciar impacta na eficiência da equipe. De acordo com um estudo da Cloudbeds, 38% dos funcionários de hotéis deixaram seus empregos devido à complexidade do PMS. Para evitar isso, os sistemas devem ser intuitivos e fáceis de aprender, facilitando as operações e melhorando o atendimento ao cliente. ■

Bedsrevenue: três anos a impulsionar a hotelaria em Portugal

Este ano, celebramos um marco especial: a Bedsrevenue completa três anos de presença em Portugal! Desde o início, a nossa missão tem sido clara: ajudar os hoteleiros a maximizar a sua rentabilidade através de uma gestão de revenue eficiente e personalizada.

Hoje, com mais de 15 unidades no nosso portefólio e um crescimento médio anual de 12%, reafirmamos o nosso compromisso com a hotelaria nacional.

CRESCIMENTO SUSTENTADO E PARCERIAS SÓLIDAS

Nestes três anos, construímos relações de confiança com os nossos clientes, ajudando-os a otimizar estratégias de preços, distribuição e previsão da procura. O nosso foco não é apenas no crescimento numérico, mas também na solidificar as parcerias existentes, garantindo que cada hotel maximize o seu potencial de Revenue.

A IMPORTÂNCIA DO REVENUE MANAGEMENT

O Revenue Management é uma peça-chave para o sucesso dos hotéis na atualidade. Num mercado altamente competitivo, definir a estratégia de preços correta, otimizar a ocupação e ajustar a distribuição de forma inteligente pode fazer toda a diferença na rentabilidade de um hotel. A Bedsrevenue tem desempenhado um papel essencial ao fornecer análises detalhadas, projeções e recomendações que ajudam os hoteleiros a tomarem decisões mais assertivas. O nosso objetivo é garantir que cada unidade maximize o seu desempenho financeiro, independentemente das oscilações de mercado.



O FUTURO: CRESCIMENTO E INOVAÇÃO

Para os próximos anos, o nosso objetivo é continuar a crescer de forma sustentável, adicionando em média cinco novos clientes por ano. Continuaremos a investir em tecnologia, formação e estratégias inovadoras para garantir que os nossos clientes tenham sempre vantagem competitiva num mercado em constante evolução.

Agradecemos a todos os que fazem parte desta jornada - clientes, parceiros e equipa - por confiarem na Bedsrevenue. Juntos, continuaremos a transformar desafios em oportunidades e a levar a hotelaria portuguesa a novos patamares. ■

Controlar a distribuição hoteleira na era do turismo preditivo

No passado dia 13 de fevereiro, Cáceres acolheu uma nova edição do TecnoHotel OnTour, um evento que reuniu especialistas do setor hoteleiro para analisar as últimas tendências em distribuição, tecnologia e marketing turístico.

Para fechar o dia, Carla Cesco, diretora do Mirai Go na Mirai, fez uma apresentação focada no turismo preditivo e como a inteligência artificial está transformando o marketing hoteleiro.

Durante sua palestra, Cesco destacou a capacidade da IA de analisar grandes volumes de dados e antecipar as necessidades do viajante, gerando ofertas personalizadas. Como exemplo, ele propôs um cenário em que os usuários recebem propostas de viagem em seu e-mail que são altamente adaptadas aos seus interesses e comporta-



Carla Cesco, diretora do Mirai Go na Mirai

mentos anteriores. “Vamos imaginar que abrimos o correio e encontramos uma viagem perfeitamente desenhada para nós, com todos os detalhes e o preço ideal. Isso, que hoje parece ficção científica, está muito mais perto do que pensamos”, disse.

GOOGLE E A EVOLUÇÃO DA PROCURA TURÍSTICA

Um dos pontos-chave da apresentação foi a análise dos dados de pesquisa no Google Travel, que revela como fatores externos podem influenciar a intenção de viagem. O Cesco mostrou uma diminuição nas buscas por alojamento em Cáceres no final de outubro e novembro de 2024, relacionada com o trágico incêndio em Valência. “É um exemplo claro de como os eventos podem impactar a demanda por destinos aparentemente não relacionados”, explicou.

Além disso, foi abordada a evolução do interesse por diferentes tipos de alojamento. Enquanto os hotéis continuam a dominar, com 75% das pesquisas, os alugueres de férias e parques de campismo estão a ganhar terreno, especialmente em épocas específicas, como dezembro.

CHATBOTS, ASSISTENTES VIRTUAIS E A HIPERPERSONALIZAÇÃO DA OFERTA PARA TURISMO PREDITIVO

Cesco também discutiu como as novas tecnologias estão redefinindo a experiência de reserva. Ferramentas como os chatbots deixaram de ser uma novidade para se

tornarem um padrão em hotéis, agências de viagens e plataformas de reserva. Deu o exemplo de Destinia, onde já foi integrado um assistente virtual conversacional que permite fazer buscas e reservas de forma interativa.

Ele também destacou o potencial da inteligência artificial nos programas de fidelidade de grandes plataformas como Booking e Expedia, que podem aproveitar o histórico dos usuários para oferecer recomendações ultrapersonalizadas. “Imagine o que essas OTAs podem fazer com a quantidade de dados que têm sobre nós: desde nossas preferências de acomodação até a sensibilidade ao preço e a frequência com que viajamos”, disse ele.

Carla Cesco encerrou a sua intervenção com uma reflexão sobre os desafios colocados pela inteligência artificial na distribuição hoteleira. Embora essas ferramentas possam facilitar a tomada de decisões pelos viajantes, elas também podem modificar os canais de reserva e a captura de demanda.

“O desafio para os hotéis é claro: entender que eles não geram demanda, mas sim a coletam e canalizam. Por isso, devem gerir estrategicamente os seus canais de distribuição para maximizar as vendas diretas”, concluiu a Cesco. ■



**Operador OpenAI:
a nova IA que revoluciona o mundo das
reservas**

A OpenAI deu mais um passo em direção à automatização de tarefas diárias com o lançamento do Operator, um assistente digital autônomo que pode escrever e-mails automaticamente ou fazer reservas de hotéis, restaurantes e atividades turísticas de forma eficiente e quase sem intervenção do utilizador.

Na semana passada, os nossos colegas da Entrepreneurial Hospitality anunciaram na Fitur que algo de grande estava prestes a acontecer. Esta ferramenta inovadora, disponível numa fase inicial para os utilizadores do ChatGPT Pro nos Estados Unidos, promete transformar a forma como os viajantes organizam os seus planos, oferecendo um nível de automatização nunca antes visto no setor da hotelaria e viagens.

O QUE É O OPERATOR E COMO FUNCIONA?

O Operator é um agente de inteligência artificial concebido para executar tarefas de navegação na web de forma autónoma, replicando o comportamento de um utilizador humano. Utiliza um sistema denominado Computer-Using Agent (CUA), baseado no modelo GPT-40, que permite interagir com as plataformas de reservas em tempo real.

O assistente funciona através de um browser remoto integrado na interface do ChatGPT, o que significa que pode:

- Pesquisar alojamento, restaurantes e atividades em plataformas reconhecidas.
- Concluir as reservas automaticamente após a confirmação do utilizador.
- Fazer a gestão de pagamentos, alterações ou cancelamentos através de interação direta com as plataformas.
- Executar múltiplas tarefas em simultâneo, otimizando o tempo dos utilizadores.

Atualmente, a operadora trabalha com os principais parceiros do setor Booking.com, Tripadvisor, Priceline, Hipcamp, Uber, StubHub e OpenTable, garantindo um acesso seguro e eficiente à informação das principais plataformas de viagens e entretenimento.

RESERVAS DE HOTÉIS COM OPERADOR

O impacto mais significativo da operadora será na gestão das reservas de hotéis. Ao simplesmente introduzir um pedido em linguagem natural, os utilizadores podem obter uma seleção personalizada de alojamentos com base nas suas preferências.

Por exemplo, com uma consulta como: “Encontre um hotel de três estrelas perto da Grand Central em Nova Iorque por menos de 400 dólares por noite”, o Operator acederá automaticamente a plataformas como a Priceline ou a Booking.com, selecionará as melhores opções e orientará o comprador através da pesquisa.

Além disso, a IA tem a capacidade de analisar fatores adicionais, como avaliações de hóspedes, políticas de cancelamento e disponibilidade em tempo real, permitindo aos utilizadores tomar decisões mais informadas sem terem de mudar de plataforma.

RESERVAS DE RESTAURANTES E ATIVIDADES

Além dos hotéis, a Operator facilita a reserva de mesas em restaurantes e a compra de bilhetes para eventos. Durante a sua apresentação ao vivo, a OpenAI demonstrou como o assistente pode gerir uma reserva na plataforma OpenTable em questão de segundos.



Jaime Ruiz, da Asksuite, fez uma apresentação no TecnoHotel OnTour Girona sobre os benefícios do ChatGPT quando se trata de atrair clientes e também de os fidelizar, atraindo-os para o canal direto.

O processo é simples: o utilizador solicita, por exemplo, uma mesa para dois num restaurante específico, e a IA encarrega-se de pesquisar, confirmar a disponibilidade e finalizar a reserva. Se o horário selecionado não estiver disponível, o Operador sugere alternativas de forma proativa.

O participante pode também gerir a compra de bilhetes para eventos através de plataformas como o StubHub, que mostra diferentes opções de lugares e preços antes de avançar com a compra.

VANTAGENS E DESAFIOS PARA O SETOR DAS VIAGENS

O lançamento do Operator representa uma oportunidade sem precedentes para o setor do turismo e da hotelaria, uma vez que poderá:

- Reduzir o tempo de gestão de reservas, otimizando a experiência do utilizador.
- Aumente a conversão de vendas oferecendo uma interface mais intuitiva e rápida.
- Ative a hiperpersonalização, utilizando o histórico de interações para sugestões mais precisas.
- Expandir o alcance dos hotéis, garantindo uma maior exposição em diversas plataformas.

No entanto, também existem desafios que o setor precisará de enfrentar:

- Dependência tecnológica: os hotéis e as OTA terão de se adaptar à automatização para se manterem competitivos.

- Perda de intermediação: a capacidade do operador para gerir as reservas de forma autónoma pode afetar as agências de viagens tradicionais.
- Privacidade de dados: a gestão de informações pessoais e financeiras exigirá fortes salvaguardas de segurança para gerar confiança no utilizador.

DISPONIBILIDADE E PREÇOS

Atualmente, o Operator está apenas disponível para utilizadores do ChatGPT Pro nos Estados Unidos, com um custo de 200 dólares por mês. Prevê-se que seja lançado em breve para os subscritores do ChatGPT Plus, com um preço de 20 dólares por mês, e será expandido para outros mercados internacionais, incluindo a Europa e a América Latina.

CONCLUSÃO

O lançamento do Operator representa um marco na automatização do setor de viagens, tornando mais fácil para os utilizadores planearem as suas viagens de forma mais rápida e eficiente. À medida que esta tecnologia evolui, o setor da hotelaria terá de se adaptar para aproveitar novas oportunidades e garantir uma experiência personalizada e sem atritos para o cliente.

Com a expansão da Operator, a IA da OpenAI consolida a sua posição como um parceiro estratégico fundamental para o setor do turismo, oferecendo aos viajantes uma nova forma de gerir as suas reservas com total conveniência e eficiência ■

ESHTE promove pós-graduação em Turismo Literário com propinas reembolsáveis

Bom aproveitamento na formação avançada integralmente online permite acesso a Bolsas a Estudantes da instituição. Curso explora o potencial identitário dos destinos turísticos através da literatura.

A Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) continua a diversificar a sua oferta formativa e está, nesta altura, a promover uma pós-graduação em Turismo Literário com propinas reembolsáveis, mediante aproveitamento dos estudantes nesta formação avançada. O curso, financiado pelo PRR - Plano de Recuperação e Resiliência, ao abrigo da Tourism International Academy, será realizado inte-



gralmente online e os estudantes que concluírem com mérito o primeiro semestre beneficiarão do reembolso total das propinas (250 euros). O apoio financeiro poderá ser ampliado consoante o desempenho académico global das várias unidades curriculares.

A formação avançada da ESHTe, destinada a licenciados ou profissionais com experiência relevante na área, visa explorar a relação entre turismo e literatura, promovendo uma reflexão crítica sobre o turismo literário e a sua ligação aos territórios, reais e ficcionais. Com um corpo docente altamente qualificado, com sólida formação, investigação e publicações na área, o curso aposta na valorização dos recursos existentes e no potencial identitário dos territórios, incentivando a inovação.

A pós-graduação desenvolve igualmente competências teóricas e tecnológicas para impulsionar o turismo cultural e literário, analisando casos de sucesso e aprofundando técnicas para a criação de itinerários, eventos e musealização de patrimónios literários. Contará ainda com a participação de convidados nacionais e internacionais - de destinos como Brasil, Espanha, República da Irlanda ou África do Sul -, que apresentarão estudos de caso inovadores e inspiradores, como sublinham os coordenadores do curso da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril.

“O objetivo da formação passa por aprofundar o conhecimento do território através da literatura, como a Lisboa de Fernando Pessoa ou a Vila Viçosa de Florbela Espanca, entre outros, das obras literárias adaptadas ao cinema, a telenovelas – de que é exemplo *Ilhéus*, de *Gabriela, Cravo e Canela*, de Jorge Amado – ou a poemas musicados, como *Porto Côvo*, de Rui Veloso”, explica a professora Maria Mota Almeida.

Serão igualmente abordados os festivais literários, os hotéis literários (como a Quinta das Lágrimas, em Coimbra, o Lisboa Pessoa Hotel, em Lisboa, ou o Lawrence’s Hotel, em Sintra, entre outros), assim como a metodologia de criação de roteiros, que pode ser aplicada também ao Turismo Cultural.

“Diversos exemplos sublinham a progressiva influência que o turismo literário tem vindo a adquirir na criação de territórios sustentáveis em Portugal. Alguns potenciam dinâmicas estrategicamente abrangentes como os projetos Rota “Escritores a Norte” e “Rotas dos Escritores do séc. XX”, que se plasmam nas regiões Norte e Centro. São de valorizar ainda algumas estratégias locais devidamente integradas, como a Fundação Eça de Queiroz, em Tormes, a Casa de Camilo, na freguesia de Seide, em Famalicão, e, mais recentemente, a Casa Grande de Romarigães, em Paredes de Coura”, finaliza o professor Aquilino Machado.

Mais informações e inscrições no site oficial da ESHTe. ■

Lisboa discute o futuro da mobilidade e da sustentabilidade

Lisboa ímpar, do fado que ecoa pelas ruas, dos passeios à beira do Tejo e dos elétricos amarelos que interligam os vários pontos da cidade.

Por Inês Garcia Martins

A capital portuguesa esteve no centro do debate na conferência “Lisboa, uma cidade para todos”, que decorreu esta quinta-feira, no Museu do Fado. O encontro promoveu um debate sobre o papel das cidades nas dinâmicas globais, com destaque para os desafios e oportunidades no caminho para a sustentabilidade.

A abrir a sessão, Carlos Moedas, Presidente da Câmara Municipal de Lisboa, subiu ao palco para dar início ao debate, num espaço simbólico da identidade portuguesa, onde a mobilidade e a sustentabilidade estiveram em destaque. Numa reflexão sobre a necessidade de criar uma “cidade moderada”, o presidente da Câmara Municipal de Lisboa revelou a importância da união e das políticas urbanas, onde a tecnologia e a inovação assumem um papel central. Segundo Carlos Moedas, uma “cidade de inovação” só é possível através de políticas que promovam a moderação.

No seu discurso, destacou ainda que, em Lisboa, 105 mil pessoas, entre jovens e idosos, têm acesso gratuito

aos transportes públicos, o que, na sua perspetiva, coloca a cidade entre as poucas capitais europeias com esta medida. Num momento em que se posiciona contra a presença de tuk-tuks e TVDE no centro da cidade, Carlos Moedas terminou com uma mensagem positiva e inspiradora de uma “cidade com todos e de todos”. De seguida, subiu ao palco Karen Vancluysen, Secretária-geral da Polis Network, que destacou a importância de uma transição justa e inclusiva para uma mobilidade urbana mais limpa e resiliente. Durante a sua apresentação, sublinhou que a transformação dos sistemas de transporte deve assentar em princípios de eficiência, acessibilidade, equidade e sustentabilidade, garantindo que ninguém fique para trás neste processo. Enfatizou ainda o papel das cidades e regiões na adoção de soluções inovadoras que promovam não apenas a redução das emissões, mas também um impacto positivo na qualidade de vida das comunidades.

Desafios e oportunidades para uma Lisboa sustentável
A transformação da cidade de Lisboa num espaço mais

sustentável e acessível esteve no centro do debate, com destaque para os desafios e oportunidades no urbanismo e mobilidade.

Catarina Assis Pacheco, arquiteta paisagista e sócia-gerente da “FC – Arquitectura Paisagista, Lda”, destacou a criação iminente de um jardim na zona do Martim Moniz. Sublinhou ainda a necessidade de tornar Lisboa uma cidade mais voltada para o peão e menos dependente do automóvel, com o objetivo de reduzir o trânsito – uma preocupação que se estende também à Avenida Almirante Reis.

Nesta linha, Joana Almeida, vereadora da Câmara Municipal de Lisboa (CML) com os pelouros do Urbanismo, Sistemas de Informação e Cidade Inteligente, Transparência e Prevenção da Corrupção, reforçou a necessidade de requalificar a Almirante Reis, uma via com 25 metros de largura que enfrenta desafios de segurança devido à ciclovia existente. Explicou que será implementado um novo perfil para a avenida, com duas vias de trânsito – uma ascendente e outra descendente –,

melhorando a acessibilidade a outras zonas da cidade. A vereadora destacou que “investir no espaço público é investir na cidade” e alertou para o isolamento de alguns bairros, referindo-se a eles como uma “cidade esquecida”. Nesse sentido, revelou que está em curso um plano para melhorar a sua ligação ao resto da capital portuguesa.

MOBILIDADE E BEM-ESTAR URBANO

No debate sobre Mobilidade e Qualidade de Vida: Uma Cidade para as Pessoas, Filipe Anacoreta Correia, vice-presidente da CML, afirmou que “a mobilidade é o tema das cidades”, representando um desafio transversal a nível global. Salientou que a prioridade da autarquia tem sido o investimento nos transportes públicos e em medidas que os tornem mais acessíveis à população, sublinhando a convicção de que um sistema de transportes eficiente é um fator determinante para o sucesso social e económico do país. Destacou ainda investimentos como os mais de 200 milhões de euros destinados à renovação da frota da Carris, a disponibi-

lização gratuita da Gira para residentes em Lisboa e a criação de parques navegantes para incentivar o uso dos transportes públicos.

João Vieira, responsável pela área de estratégia e inovação nos transportes, energia e ambiente da Carris, confirmou que esse investimento está a permitir uma transformação na frota da empresa, tornando Lisboa uma cidade mais “sustentável e funcional”. Até 2028, a Carris prevê que todos os seus autocarros sejam elétricos.

Rui Lopo, vogal do Conselho de Administração dos Transportes Metropolitanos de Lisboa (TML), reforçou a importância da coordenação entre as diferentes entidades de transporte e revelou que, atualmente, há cinco vezes mais passes vendidos do que em 2019. Como exemplo, destacou o recorde de 703 mil passageiros num único dia, alcançado precisamente na véspera do evento, a 19 de fevereiro de 2025. Acrescentou ainda que, no total, cerca de 900 mil pessoas utilizam transportes públicos na Área Metropolitana de Lisboa.

Para integrar todas as vertentes da mobilidade urbana – desde o transporte individual e público até aos modos ativos, como a caminhada e a utilização da bicicleta –, Susana Castelo, CEO da TIS, abordou o Plano de Mobilidade Municipal de Lisboa, cujo desenvolvimento deverá estar concluído dentro de oito meses. O plano pretende diagnosticar os principais desafios da cidade e definir estratégias para os mitigar.

Cada vez mais focada no peão, Lisboa, considerada o “motor económico do país”, ambiciona tornar-se uma cidade mais sustentável. O vice-presidente da autarquia reforçou o compromisso ao referir que os estacionamento para bicicletas aumentaram 74%, que o número de viagens na Gira quase duplicou – estando prevista a sua expansão a todas as freguesias – e que o investimento digital se reflete na atualização de aplicações que facilitam a mobilidade dos residentes, dos trabalhadores que se deslocam diariamente para o centro e de todos os que escolhem Lisboa como destino. ■

Fonte: www.smartplanet.pt

TECNOHOTEL PORTUGAL

A REVISTA PARA ADMINISTRADORES, GESTORES, DIRETORES DOS DIFERENTES SECTORES DA INDÚSTRIA HOTELEIRA E FORNECEDORES DE SERVIÇOS E EQUIPAMENTOS



INSCREVA-SE NO NOSSO SITE E RECEBA GRATUITAMENTE A EDIÇÃO DIGITAL E SEMANALMENTE NEWS LETTERS COM NOVIDADES NACIONAIS E INTERNACIONAIS DO SETOR



FICHA TÉCNICA

Director:

Pedro Botelho
pedro.botelho@medianext.pt

Publisher:

Hermínia Guimarães
herminia.guimaraes@medianext.pt

Consultor Editorial:

Helder B. C. Lemos - editorial@@medianext.pt

Responsável Comercial:

Hermínia Guimarães
herminia.guimaraes@medianext.pt

Redação:

Marta Quaresma Ferreira - marta.ferreira@medianext.pt

Colaboradores da Edição:

Francisco Fernandes, Davis Val Palao,
Pedro Gomes, Tomeu Fiol, Carlos Rentero,
David Madrigal, AHP, Marco Rosso.

Arte, Paginação e Pré-impressão:

Teresa Rodrigues

Web:

João Bernardes
webmaster@medianext.pt

Editado por:

MediaNext Professional Information, Lda.

Gerente: Pedro Botelho

Redação, Comercial, Serviços Administrativos e Edição:

Largo da Lagoa, 7c, 2795-116 Linda-a-Velha, Portugal
Tel.: (+351) 214 147 300 / Fax: (+351) 214 147 301

Periodicidade: Bimestral

A TECNOHOTEL está registada na Entidade Reguladora para a Comunicação Social com o n.º127374

Estatuto Editorial:

www.tecnohotelnews.pt/estatuto-editorial/

Propriedades e direitos:

A propriedade do título TecnoHotel Portugal é de Media Next Professional Information Lda., NIPC 510 551 866. Todos os direitos reservados. A reprodução do conteúdo (total ou parcial) sem permissão escrita do editor é proibida. O editor fará todos os esforços para que o material mantenha fidelidade ao original, não podendo ser responsabilizado por gralhas ou erros gráficos surgidos. As opiniões expressas em artigos assinados são da inteira responsabilidade dos seus autores, podendo não corresponder necessariamente às opiniões do editor.

Detentores de 5% ou mais do capital social: Pedro Lemos e Margarida Bento.

Depósito Legal: 450849/19 Regulamentar 8/99 de Junho, artigo 12o, no1,a)

www.tecnohotelnews.pt

A TecnoHotel é editada em parceria com a Peldano - Av. del Manzanares, 196 28026, Madrid, Espanha

www.peldano.com

Editado por:

