

“Nestes dois anos nunca fechámos e tivemos as pessoas sob pressão”

Um setor cansado, no qual faltam, segundo as estimativas, cerca de 15 mil trabalhadores e em que a concorrência de outras áreas também tem impacto. Há pessoal “esgotado”, por isso, a cadeia Torel Boutiques está a dar férias extras aos seus quadros.

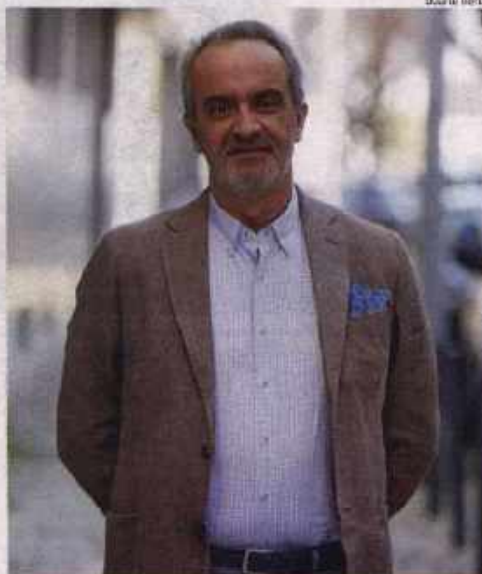
O problema da falta de mão de obra no turismo não é específico de Portugal, nem sequer da Europa Ocidental, mas do mundo ocidental. “Esta carência de pessoas está a verificar-se não apenas em empregos de mesa, empregados de ascensores, mas também no revenue management, digital, etc., o que mostra a concorrência de outras atividades”, assinala Cristina Siza Vieira, presidente executiva da Associação da Hotelaria de Portugal.

João Pedro Tavares, CEO do Torel Boutiques, diz que sentem mais falta de mão de obra nas funções mais indiferenciadas e nas funções de cozinha menos técnicas, que são em maior número nas unidades hoteleiras. “Nas outras, com mais ou menos dificuldade, temos mão de obra com qualidade e conseguimos suprir essas necessidades”. Por isso, têm sido criadas ligações com as escolas de hotelaria e protocolos com embaixadas de países da bacia mediterrânica, como Marrocos, para recrutamento nas suas escolas.

Cristina Siza Vieira acrescenta que já houve encontro com a secretária de Estado das Comunidades porque “consideramos que os países da CPLP são um bom ambiente”. “Temos várias coisas em comum, designadamente com Cabo Verde, onde a escola de hotelaria e turismo é muito moldada sobre a nossa.” E rejeita “os mitos patéticos” de que o setor procura mão de obra mais barata quando “nem sequer é legalmente possível”.

Pessoas cansadas

A responsável destaca que “faltam à volta de 15 mil trabalhadores” na hotelaria. “Não vamos conseguir satisfazer esta necessidade só com os recursos internos e os que emigraram não regressam facilmente, por isso consideramos que temos de ter capacidade de retenção e de atração de outras indústrias.”



João Pedro Tavares reconhece que tem havido dificuldade em contratar.

“Nestes dois anos, as pessoas que ficaram no setor do turismo estão cansadas. Nunca fechámos, tivemos as pessoas sob uma pressão enorme, entre o coló constante do póe e tira máscara e as medidas avulsas, o que levou a um esgotamento das pessoas. Hoje estou a dar dois meses de férias, como prémio, e oferecemos aos principais quadros a possibilidade de ir em para uma praia paradisíaca descurar”, revela João Pedro Tavares.

A presidente da Associação dos Hotéis de Portugal assinala a mudança de paradigma porque “já não são os trabalhadores que têm de se adaptar às empresas, mas as empresas aos trabalhadores”. “É muito interessante a forma como se está a agir às necessidades e às expectativas dos trabalhadores.”

Um dos desafios mais importantes é a flexibilidade das empresas para acolherem a diversidade. Outro são os salários. Um exemplo: um trabalhador de 40 anos, com família, valoriza um seguro de saúde que cubra a família, mas um trabalhador de 21 ou 22 anos dá um maior valor à flexibilidade de trabalho. “São diferentes necessidades, muito mais ‘tailor made’. É um desafio importante para as organizações”, afirma Cristina Siza Vieira.

Já para João Pedro Tavares, “o setor tem de se tornar mais atrativo, os salários estão a subir e o próprio setor tem capacidade de atração”. “É sexy porque não há nada mais sexy do que o turismo e vamos voltar a ter as melhores pessoas a trabalhar connosco.”

Sinais de esperança num grupo 5 estrelas

João Pedro Tavares vê “uma forte procura” por parte dos clientes, o que deixa no ar que, nos próximos meses, a retoma seja forte.

“Estamos no nicho dos hotéis cinco estrelas de luxo e, antes da pandemia de Covid-19, dependíamos em 98% do mercado internacional sobretudo dos Estados Unidos, Inglaterra e União Europeia, o que nos obrigou a direcionar a oferta para o mercado nacional”, explica João Pedro Tavares, CEO do Torel Boutiques, que em 2013 abriu o Torel Palace Lisboa. Neste hotel, cruzou-se com Barbara Ott e Ingrid Kocck, que são as suas sócias na Torel Boutiques, hotéis de cinco estrelas, uma parceria que se estendeu para o Porto com o Torel Avantgarde, Torel 1884 Suites & Apartments e Torel Palace Porto.

“Fomos dos poucos grupos de cinco estrelas no Porto que não fechámos, com exceção de uma unidade, estivemos muito meses sozinhos. E em Lisboa também não fechámos”, afirma João Pedro Tavares. Mudaram de estratégia investindo muito no digital, no social media e nas plataformas digitais como forma de sentir o mercado e antever as dinâmicas da procura.

“Em 2020 o verão foi muito tímido mas, em 2021, já foi bastante relevante e novembro do ano passado foi o melhor mês desde que começámos os negócios em 2013. Depois veio esta quinta vaga que alterou o planeamento e as expectativas criadas, sobretudo para o primeiro trimestre de 2022”, adianta João Pedro Tavares.

O copo meio cheio está no facto de sentir “uma dinâmica de procura muito forte, e nos mercados que nos interessam, os que trabalhamos sempre, o que dá uma esperança de conseguir dar a volta nos próximos meses”. Os sinais são positivos.

“

Fomos dos poucos grupos de cinco estrelas no Porto que não fechámos, com exceção de uma unidade, estivemos muito meses sozinhos. E em Lisboa também não fechámos.

JOÃO PEDRO TAVARES
CEO do Torel Boutiques

85%

PROCURA
Inglêses, franceses, alemães e suíços são 85% da procura.

“O que sentimos através do grupo é que há uma forte procura, com a ADR [Taxa média diária] bastante superior a 2019 para os próximos meses de março, abril, maio e junho, pelo que antevemos que as coisas retomem de uma forma bastante mais forte, se nada de estranho acontecer”, conta João Pedro Tavares.

O gestor aponta ainda para uma mudança de consumidor diferente da procura de há dois anos ou dois anos e meio. “É um consumidor mais jovem e urbano. Por geografias, os mercados são basicamente os mesmos que tínhamos como o mercado norte, o inglês, o alemão, o francês, o suíço, que são 85% da nossa procura.”