

Hotel de luxo da Hilton com marca madeirense

FN Hotelaria participou na execução do hotel Conrad Algarve

Zélia Castro

A empresa madeirense FN Hotelaria participou na execução do mais recente hotel de luxo do Algarve, o Conrad Algarve Hotel, do grupo Hilton, que se situa na Quinta do Lago, em Faro. Segundo o director comercial da empresa, João Abel de Freitas, este projecto representou um encaixe na ordem de 1,4 milhões de euros para a empresa e, apesar dos avanços e recuos que se registaram, constitui "um marco" na história da empresa, tendo em conta a nova perspectiva adoptada, de expansão do mercado além fronteiras.



< Imagem 6 de 7 >

Desde uma fase inicial no projecto do Conrad Algarve, a FN Hotelaria teve uma colaboração, em conjunto com o promotor, ao nível do desenvolvimento dos projectos e da própria solução, em termos de implantação de todos os equipamentos industriais e hoteleiros, e ajudou a definir toda a operação de comidas e bebidas.

João Abel de Freitas salienta a cozinha do restaurante 'Gusto' deste hotel, em que todo o conceito foi idealizado com o intuito de poder alcançar estrelas Michelin num futuro próximo.

A FN Hotelaria representa marcas nacionais e internacionais de referência, no que diz respeito a equipamentos industriais e hoteleiros, desde cozinhas, bares, câmaras frigoríficas, salas de preparação, pastelaria, padaria, lavandaria. Hoje em dia têm ainda uma nova componente, ligada à área de ar condicionado e ventilação, abraçando assim um leque alargado de soluções técnicas.

A empresa já tinha concorrido para um outro hotel Hilton, o Cascatas em Vilamoura, mas perderam esse projecto, embora a marca não tenha ficado satisfeita com a solução adquirida na altura. "Desde essa altura ficámos com referências dentro da própria cadeia e temos vindo a fazer os produtos hoteleiros de maior referência nos últimos anos, como as Pousadas de Portugal, em particular, desde que o grupo Pestana assumiu a exploração e gestão desse produto", referiu, frisando que realizaram também os projectos do Palácio do Freixo, Pousada de Viseu, Tavira e, este ano, acabaram o Cidadela em Cascais. Também estiveram presentes no Sheraton de Lisboa, no Aquapura Hotel, Fontana Park e Inspira Santa Marta.

A aposta no mercado externo é cada vez mais visível, mas, numa fase inicial, fizeram a hotelaria de referência regional. "Numa segunda fase, com a saída para o mercado nacional, ganhámos a aposta e tornámo-nos uma referência em toda a hotelaria de média/alta gama que se tem vindo a desenvolver,

nos últimos anos, a nível nacional", venceu.

Neste momento, o foco da empresa passa cada vez mais pelo mercado internacional, não descurando o mercado regional e nacional. Lá fora, neste momento, estão a executar uma obra em Cabo Verde, para o grupo Oásis Atlantic, e terminaram, há pouco tempo, a remodelação de um hotel que existe em Príncipe e o Pestana Casablanca, em Marrocos. "Não pretendemos entrar nesses mercados numa lógica de roubar o trabalho às empresas que lá existem, a nossa filosofia é poder possibilitar, de alguma forma, uma parceria com as empresas locais, eventualmente de menor dimensão, que não têm a capacidade técnica e o conhecimento para trabalhar em determinados projectos que estão a acontecer nos mercados em que eles existem", explicou.

A ligação da FN Hotelaria com o Conrad Algarve começou em meados de 2006, mas foi um processo longo em termos de negociação e estudo. O projecto teve diversos percalços, que obrigou a atrasos sucessivos na obra, até que as intervenções pararam mesmo, por causa de constrangimentos financeiros. Os contratamentos obrigaram a esforços financeiros dos diversos intervenientes, inclusive da FN Hotelaria, que teve de abdicar de parte do contrato para assegurar que o projecto chegava ao fim. "Não foi fácil, mas tivemos a capacidade de chegar até ao fim, algo que outras empresas não conseguiram", frisou. No valor global, o encaixe para a FN Hotelaria foi de 1 milhão e 400 mil euros, um valor que inicialmente ultrapassava 1,5 milhões, mas houve a necessidade de fazer um reajustamento.

Números

1,4

Com esta obra no luxuoso Conrad Algarve Hotel, a empresa madeirense teve um encaixe financeiro de 1,4 milhões de euros.

4

A FN Hotelaria equipou quatro restaurantes deste hotel, localizado na Quinta do Lago, mas também cinco bares.

9

Número de funcionários da empresa que se deslocaram ao Algarve durante o equipamento do hotel.

80

O Conrad Algarve também possui apartamentos para venda, com preços a rondar 1 milhão de euros.

154

Número de quartos que o hotel tem disponíveis e cujos preços variam entre os 300 e os 3.000 euros.

2.300

Número de equipamentos de cozinha, lavandaria e outros vendidos pela FN Hotelaria para o Conrad Algarve

"Todos os mercados interessam" incluindo o da Madeira

Após a abertura do Hilton em Vilamoura, o grupo considerou que havia mais margem de lucro com a construção de um novo hotel da cadeia Hilton. Daí surgiu o Conrad Algarve, hotel da marca de luxo internacional do grupo Hilton. "Nós acreditamos que uma abertura desta dimensão tem um grande potencial para o grupo", disse ao DIÁRIO o director geral do Conrad Algarve, Joachim Hartl, apontando ainda que o mercado madeirense não está de parte.

Segundo o director geral, este é o terceiro Conrad na Europa, os outros estão situados em Dublin e Istambul, e este novo produto para o Algarve contém motivos que o diferenciam na arquitectura, no design e na arte, com uma estreita ligação com a cultura local. "Se olhar para o Conrad Algarve, o conceito foi criar um palácio português do século XVIII, com elementos que se ligam com a cultura portuguesa, por exemplo, nos motivos mouriscos, que se encontram na entrada", referiu. Para tal contou com designers de interiores conceituados e também com dois arquitectos diferentes, um internacional e um local.

Joachim Hartl afirmou ainda que conhece a Madeira - já esteve na Região - e, quanto a uma possível abertura de um Hilton na Madeira, frisou que todos os mercados interessam, nenhum está de parte e estão sempre à procura de novas oportunidades. "A nossa equipa anda lá fora à procura de oportunidades, se houver uma oportunidade lá fora, essa equipa tratará disso, com certeza", garantiu.

Durante a construção deste empreendimento, não trabalharam só com a equipa madeirense da FN Hotelaria. Segundo o director geral, a estilista Fátima Lopes desenhou todos os uniformes.

O primeiro contacto com a FN Hotelaria foi quando ainda era director de comidas e bebidas da Hilton para a Europa e estavam à procura de novos parceiros para construir as cozinhas. "Nós estávamos a procura de novas empresas no mercado e encontramos a FN Hotelaria, que foi recomendada, e verificamos que em termos de qualidade de oferta, e tendo em conta os padrões da Hilton, seriam uns bons parceiros para concluir este projecto", confessou.

Para Joachim Hartl, com a empresa madeirense os objectivos foram alcançados. "Primeiro do que tudo, acho que foram muito profissionais", disse, apontando que não impuseram marcas, apenas disseram o que pretendiam e a empresa apresentou os produtos e as marcas que preenchiam as especificações dadas. "Esse processo foi bastante tranquilo e nessa perspectiva estou muito satisfeito com o trabalho que fizeram", rematou.

Estrela Michelin é meta com os recursos que possuem

Segundo o chefe executivo de cozinha do Conrad Algarve, Cristiano di Martin, a gastronomia tem uma grande importância no grupo, uma vez que a cadeia de hotéis Hilton reconhece essa relevância dentro dos serviços de um hotel. Em relação ao Conrad Algarve, a variedade é muita e o trabalho árduo, no sentido de inovar e criar uma identidade que o diferencie da concorrência.

Na cozinha do Conrad Hotel, Cristiano di Martin faz questão de usar produtos locais nos pratos que realiza. "Cada Conrad faz uma ligação com a comunidade, o que, no meu caso, é através da comida", disse. "Há aqui produtos muitos bons em Portugal e no Algarve em particular e, por isso, tentamos mostrá-los nos nossos menus", explicou.

Em relação as cozinhas escolhidas e que foram equipadas pela equipa madeirense em parceria com todos os intervenientes, inclusive o chef, garantiu que os objectivos foram cumpridos. "Foram muito profissionais e fizeram questão de que todas as indicações fossem seguidas", frisou, apontando que com os recursos disponíveis vão lutar por uma estrela Michelin.

Qualidade e segurança são máximas para grupo Hilton

De acordo com o director técnico do cluster Algarve do grupo Hilton, António Horta, a qualidade e a segurança são pontos fortes desta cadeia de hotéis. "Nós tentamos ter sempre o máximo de qualidade com o máximo de segurança, olhando e zelando não só pelos nossos clientes, mas também pelos nossos empregados", venceu ao DIÁRIO, referindo que a formação é uma exigência máxima.

No grupo, hoje é ponto assente que nada pode ser deixado ao acaso. Anualmente, os hotéis Hilton são visitados por especialistas em segurança, que fazem um levantamento e dão alguns pontos que são para cumprir no imediato ou em meses, consoante as prioridades que têm de ser atingidas.

Visto que trabalha na área da qualidade e da segurança, e tendo já passado por vários grupos e sempre estrangeiros, o trabalho da FN Hotelaria é traduzido por António Horta como uma "experiência maravilhosa", enaltecendo a preocupação demonstrada, desde o início, em alertar e ajudar, mostrar e esclarecer todas as dúvidas que apareciam, de uma forma natural.

Quanto ao futuro, o caminho aponta para uma lógica de sustentabilidade. Todos os meses, os hotéis Hilton têm de reportar os consumos de electricidade, gás e água e, todas as noites, pesam todos os lixos, óleos, pilhas, baterias e lâmpadas. Posteriormente são classificados consoante os valores registados e alertados se estão dentro dos limites previstos ou não.