

PROJETO TÉCNICO-PEDAGÓGICO 2024 / 2026

Escola de Hotelaria e Turismo de
Viana do Castelo



escola de
Viana do Castelo



NOTA INTRODUTÓRIA



Ao longo dos seus 16 anos de existência a Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo tem vindo a afirmar-se como uma referência na formação de profissionais para o setor do turismo na região. Sinais claros do sucesso desta trajetória estão patentes nas elevadas taxas de empregabilidade dos seus alunos da formação inicial, mas também no incremento significativo observado nos últimos anos em indicadores de formação contínua e executiva.

A Escola enfrenta, ainda assim, grandes desafios, que incluem a necessidade de adaptação às inovações tecnológicas nos diferentes domínios, a forte concorrência de outros operadores de educação com ofertas de formação semelhantes e a crescente dificuldade na atração e retenção de alunos.

É precisamente para responder a estes desafios que a definição de uma estratégia robusta se torna crucial, no sentido de direcionar as atividades da Escola e de apoiar a tomada de decisões, visando garantir um futuro bem-sucedido, que possa corresponder aos resultados esperados.

Uma estratégia bem delineada permite antecipar mudanças e tendências, assegurando uma resposta proativa ao mercado e preparar os alunos para serem profissionais de excelência, com capacidade de adaptação e dotados de um espírito empreendedor e de competências no domínio da inovação.

Implementar uma estratégia na escola deverá incluir também a aposta no desenvolvimento profissional dos seus docentes, o investimento na modernização das instalações e equipamentos, na sistemática revisão e adaptação de metodologias de ensino/aprendizagem e na consolidação de parcerias com empresas e outras instituições, mantendo o foco na sustentabilidade e responsabilidade social, como eixos transversais das atividades dinamizadas.

Assim, com uma equipa muito motivada, movida pela ambição de contribuir para aquela que é a sua missão, a EHTVC continuará a investir na formação de profissionais qualificados para o setor do Turismo, com foco não apenas no sucesso profissional, mas também na felicidade e bem-estar dos seus alunos.

Helena Cardoso

ÍNDICE

01

SUMÁRIO EXECUTIVO

02

CARACTERIZAÇÃO DA ESCOLA

03

POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

04

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

05

ESTRATÉGIA CORPORATIVA

06

BALANÇO DA EXECUÇÃO NO ÚLTIMO TRÊNIO

07

DESAFIOS PARA O FUTURO

08

FICHA TÉCNICA

SUMÁRIO EXECUTIVO



O Projeto técnico-pedagógico é o documento que define a orientação técnico-pedagógica da Escola, para um período de três anos e versa sobre a missão, os valores, a estratégia e os objetivos através dos quais aquela se propõe cumprir a sua função formativa e de qualificação dos recursos humanos do setor do turismo.

O Projeto técnico-pedagógico é portanto um instrumento fundamental para garantir a qualidade da formação e a sua conceção obedeceu a uma lógica participativa, contextualizada e realista. O documento deverá ser revisitado periodicamente para garantir a sua atualização.

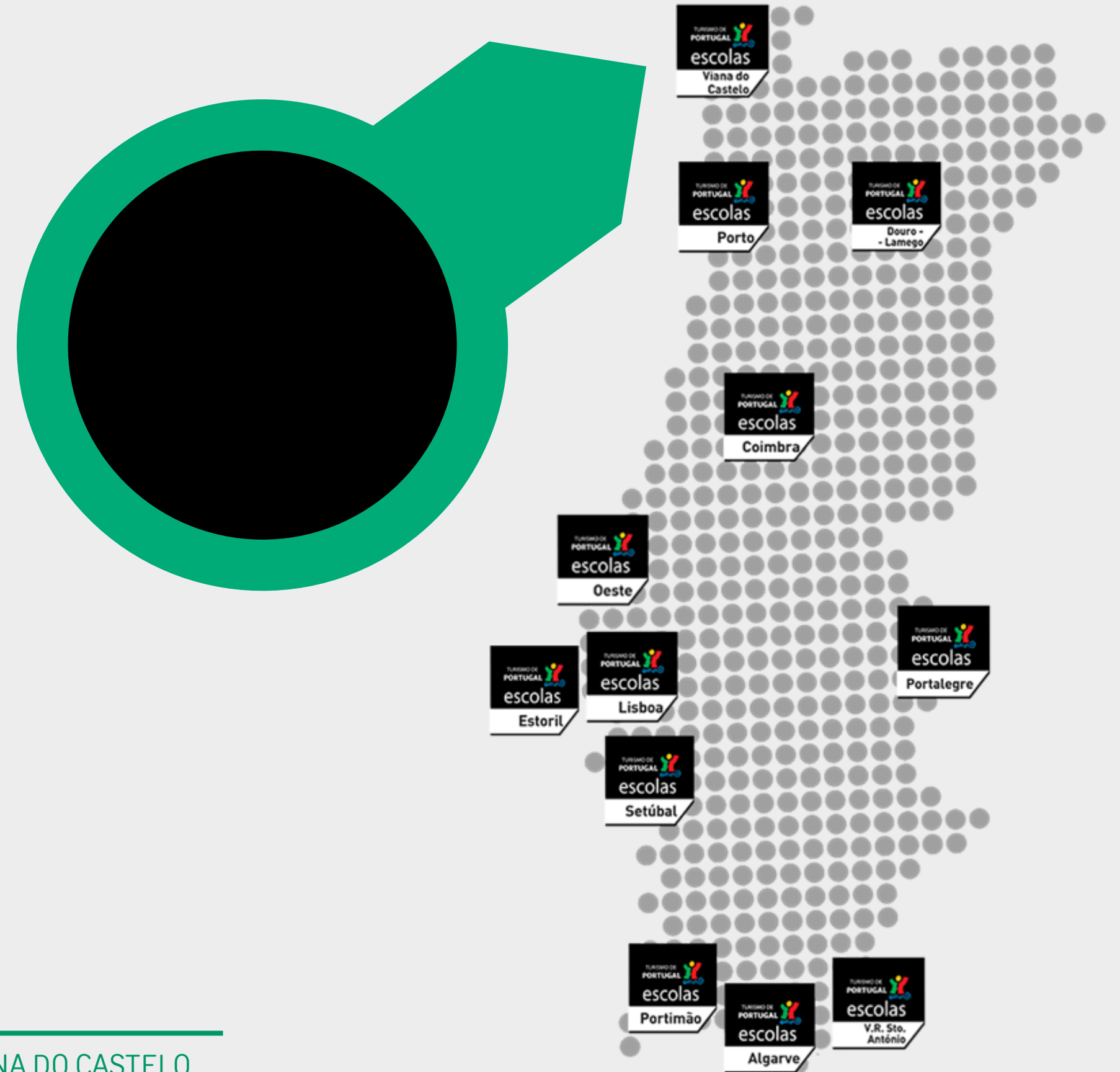
Trata-se do segundo projeto técnico-pedagógico da EHTVC e pretende-se, mais uma vez, que este documento seja utilizado como uma ferramenta de planeamento, orientando a estratégia e as atividades desenvolvidas pela Escola no sentido de atingir as metas, os objetivos e os resultados propostos.



CARACTERIZAÇÃO DA ESCOLA

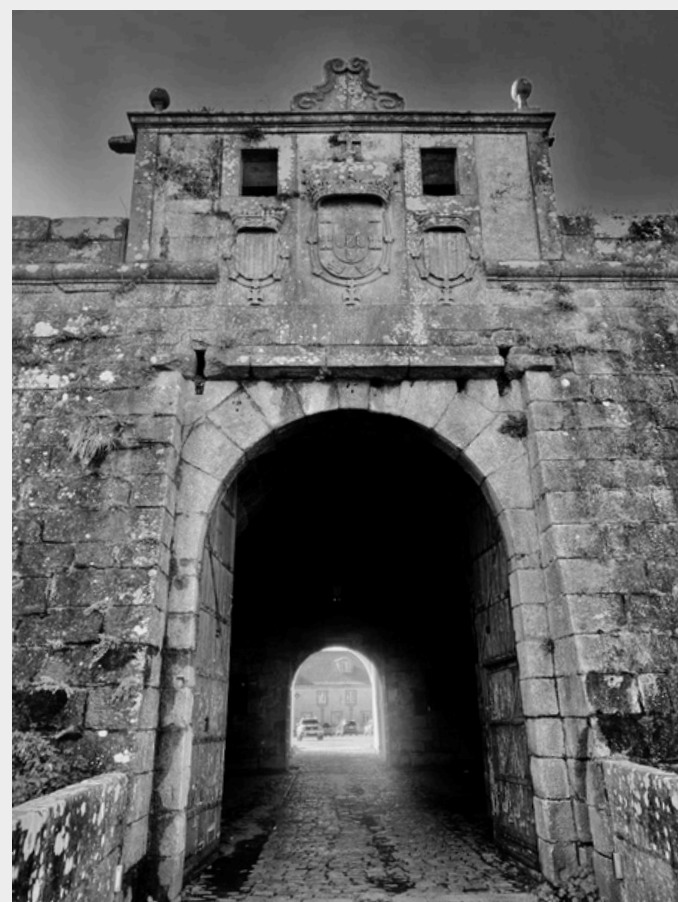
ENQUADRAMENTO

A Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo (EHTVC), integra a rede de doze escolas tuteladas pelo Turismo de Portugal, IP. As Escolas “caracterizam-se como serviços territorialmente desconcentrados do Turismo de Portugal, IP e destinam-se a assegurar a missão e as atribuições daquele Instituto na formação e qualificação dos recursos humanos no setor do turismo. As escolas realizam formação inicial e formação contínua, incluindo a formação à medida, consultoria e assistência técnica e intervêm, ainda, na certificação escolar e profissional, no âmbito da legislação aplicável” (Diário da República – 1ª Série).



ENQUADRAMENTO

Fundada em 2007, a EHTVC situa-se no Forte de Santiago da Barra, edifício classificado como Imóvel de Interesse Público desde 1977. É um importante monumento militar e um dos atrativos turísticos da cidade.

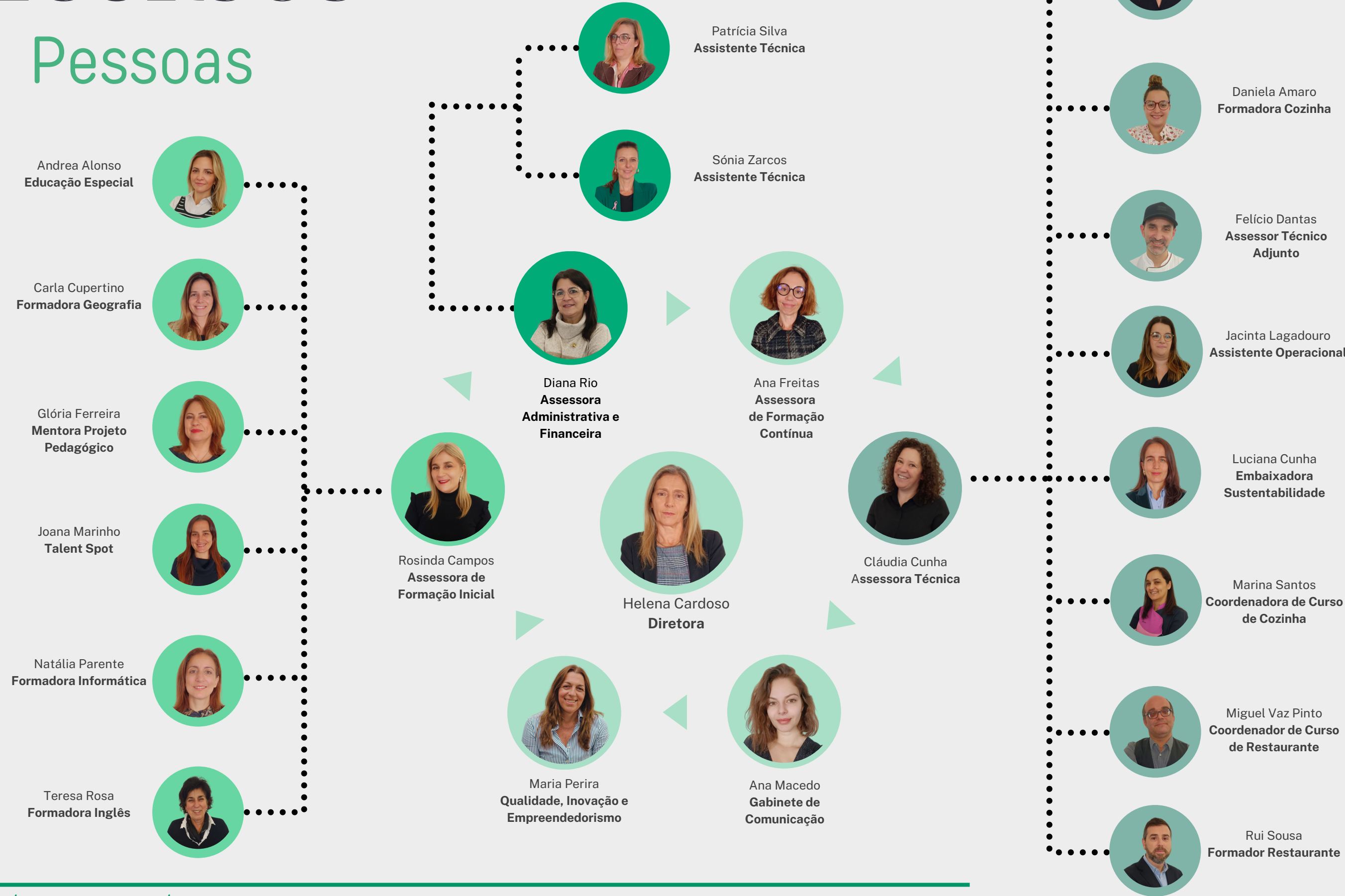


Para além das atividades realizadas nestas instalações a Escola dinamiza também formação no território que corresponde à sua área de intervenção, concretamente os 24 concelhos inseridos nas comunidades intermunicipais do Alto Minho, Cávado e Ave.



RECURSOS

Pessoas



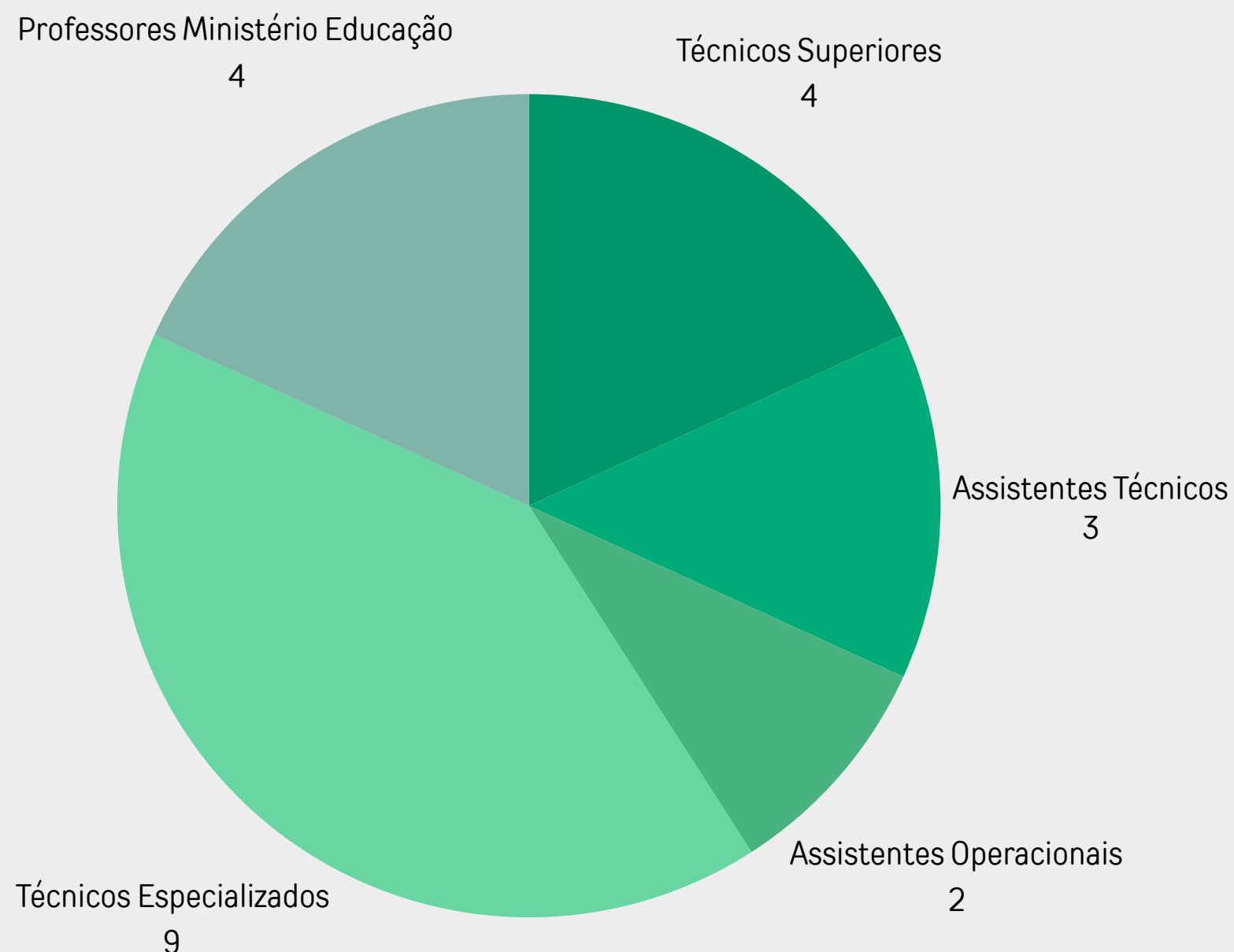
Formadores Externos



Conselho Pedagógico



Comissão Regional de Formação para o Setor do Turismo



Caraterizar uma Escola passa necessariamente por descrever o seu recurso mais valioso– as pessoas.

A equipa base da EHTVC é constituída por 22 pessoas, com diferentes enquadramentos profissionais.

Da análise das competências dos RH da Escola, verifica-se que há vários elementos com formação em duas ou mais áreas de distintas. Assim, entende-se ser possível e benéfico para a instituição a rentabilização dos recursos humanos existentes no desempenho de tarefas e funções diversificadas. Esta situação revela-se efetivamente muito positiva, porque representa uma motivação para as pessoas.

Com uma gestão rigorosa do tempo e volume de trabalho de cada elemento da equipa, poder-se-á manter esta tendência da polivalência fazendo, todavia, uma avaliação constante das necessidades e pertinência das tarefas e funções que estão a ser desempenhadas por cada um.

Pessoas



**Formadores
Externos**

A Escola dispõe ainda de uma equipa de formadores externos, contratados em regime de prestação de serviços, que colaboram de forma mais pontual, lecionando conteúdos diversos nos cursos de formação inicial e contínua da Escola.

O recrutamento destes formadores é efetuado com o recurso à Bolsa de Formadores do Turismo de Portugal, através da seleção de profissionais com base nas suas habilitações literárias, mas também nas competências técnicas e experiência profissional.

Considera-se que este modelo de contratação encerra vantagens significativas, dado que viabiliza o recrutamento de formadores altamente especializados nas diferentes áreas de formação lecionadas.

RECURSOS

Instalações

A Escola apresenta uma área total de cerca de 1800 m², distribuída por dois pisos onde se localizam zonas afetas à formação (salas de aula, cozinhas e restaurante pedagógico), gabinetes de direção e professores, balneários, zona de lazer e refeitório.

Existe ainda um pequeno edifício anexo onde se localizam sobretudo áreas administrativas e de armazém.

A Escola tem capacidade para cerca de 150 alunos, sendo também utilizadores regulares do espaço cerca de 20 colaboradores e 30 professores.



RECURSOS

Instalações



Cozinha



Bar
Pedagógico



Restaurante
Pedagógico



Self



POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO DA ESCOLA

O posicionamento estratégico da escola define como ela se diferencia das demais instituições no mercado da formação. Refere-se em concreto à forma como a escola se apresenta, se direciona e se distingue da concorrência, por meio de uma proposta de valor própria e orientando-se para um público específico.

Nesse sentido constituem elementos-chave do posicionamento a missão, a visão, o propósito e os valores da Escola. A correta definição do posicionamento estratégico permite à Escola diferenciar-se da concorrência, atrair e fidelizar alunos, melhorar a qualidade da formação e fortalecer a sua imagem.

ONDE ESTAMOS ...

A missão deverá definir o papel da Escola na formação dos alunos e na sociedade. Ela deverá ser capaz de responder às perguntas:

QUAL O
PROPÓSITO DA
ESCOLA?

QUE TIPO DE
CIDADÃO QUER
FORMAR?

QUAIS OS
VALORES QUE
DESEJA
TRANSMITIR?

COMO SE
DIFERENCIA DE
OUTRAS
ESCOLAS?

Formar pessoas, desenvolver competências e otimizar os níveis de profissionalização dos ativos do setor do turismo, contribuindo para o aumento da competitividade das empresas da região, valorizando e dignificando as profissões do setor.

ONDE QUEREMOS CHEGAR ...

A visão é uma declaração aspiracional que define o que a escola deseja ser no futuro. É uma imagem inspiradora, que funciona como um guia para as ações e decisões da escola no presente, designadamente no que se refere:

CURRÍCULO

O CURRÍCULO DEVE
SER ESTRUTURADO
DE FORMA A
ALCANÇAR A VISÃO
DA ESCOLA.

METODOLOGIAS

AS METODOLOGIAS
DE ENSINO DEVEM
SER INOVADORAS E
EFICAZES PARA O
DESENVOLVIMENTO
DOS ALUNOS.

AVALIAÇÃO

A AVALIAÇÃO DEVE
SER FOCADA NA
APRENDIZAGEM E NO
DESENVOLVIMENTO
DOS ALUNOS.

CLIMA ESCOLAR

O CLIMA ESCOLAR
DEVE SER POSITIVO E
ACOLHEDOR,
PROMOVENDO O
BEM-ESTAR DOS
ALUNOS.

Consolidar se como a escola de hotelaria e turismo de referência na região do Minho, reconhecida pelo seu nível de excelência na formação inicial e contínua de recursos humanos.

PROPÓSITO/LEMA



O QUE NOS MOVE ...

O lema de uma escola é uma frase curta, marcante e inspiradora que resume a filosofia ou o espírito da instituição. O nosso lema vai além do que a escola faz (missão) e do que quer ser (visão), capturando a essência e os valores que a guiam.

QUALIFICAR PESSOAS, DOTANDO-AS DAS COMPETÊNCIAS QUE VALORIZAM A ATIVIDADE TURÍSTICA, PRIVILEGIANDO A CONSCIÊNCIA SOCIAL E AMBIENTAL.

INCENTIVAR CARREIRAS DE SUCESSO E FORMAR PESSOAS FELIZES!

VALORES

QUAIS OS NOSSOS PRINCÍPIOS ...

Os valores de uma escola são os princípios fundamentais que guiam as suas ações e decisões. Eles definem o tipo de ambiente que a escola deseja criar e os comportamentos que espera dos seus alunos, professores e colaboradores.

PESSOAS | As pessoas são o nosso recurso mais valioso.
Valorizamo-las e tratamo-las sempre com o máximo respeito.

NETWORKING | Valorizamos a partilha de conhecimento e boas práticas com a comunidade e com os nossos parceiros.

HOSPITALIDADE | Acolhemos bem todos os que nos visitam, sejam alunos, colaboradores, parceiros ou comunidade em geral.

SUSTENTABILIDADE | Adotamos práticas sustentáveis em todas as atividades do dia-a-dia. A prosperidade ambiental, económica e social do futuro é a preocupação do nosso presente.

INOVAÇÃO | Estimulamos novas ideias, curiosidade, criatividade e experimentação, na senda da aprendizagem de melhores práticas e melhoria continua.



DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DA ESCOLA

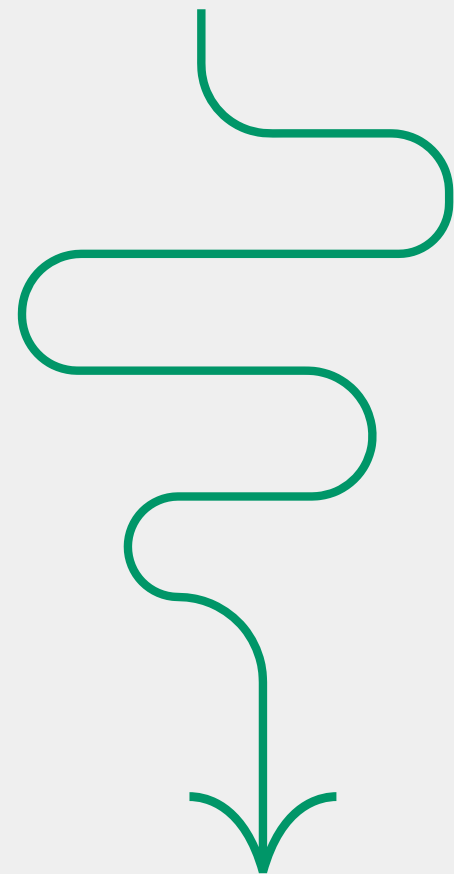
O diagnóstico estratégico é a base do planeamento estratégico de uma escola. É um processo que envolve a análise do ambiente interno e externo da organização, para identificar pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças. Essa análise fornece informações valiosas para a definição de objetivos e metas estratégicas, bem como para a criação de um plano de ação para alcançá-los.

O planeamento estratégico deve ser iniciado com uma análise de diagnóstico porque essa etapa fornece uma compreensão profunda do ambiente em que a escola opera. Esta análise ajuda a identificar os desafios que a organização enfrenta e as oportunidades disponíveis no ambiente externo, o que permite que a escola antecipe e responda proativamente a mudanças e tendências.

As ferramentas utilizadas para realizar o diagnóstico estratégico podem assim incluir:

- Análise SWOT: ferramenta clássica para identificar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças da escola.
- Benchmarking: comparação da escola com outros operadores de formação que disponibilizam formação nas mesma áreas.

ANÁLISE SWOT



PONTOS FORTES

Recursos Humanos motivados, orientados para a solução e integradores da mudança.

Equipa de RH multifacetada em termos de competências, aliando conhecimentos de outras áreas aos conhecimentos e competências técnicas nas áreas de Cozinha, Pastelaria, Restauração, Bebidas e Alojamento hoteleiro.

Instalações técnicas únicas em termos de oferta formativa na região.

Licenciatura na área de Gastronomia e Artes Culinárias em parceria com o IPVC.

Notoriedade da marca Turismo de Portugal.

Localização privilegiada no Castelo Santiago da Barra.

Forte ligação com as Autarquias da região.

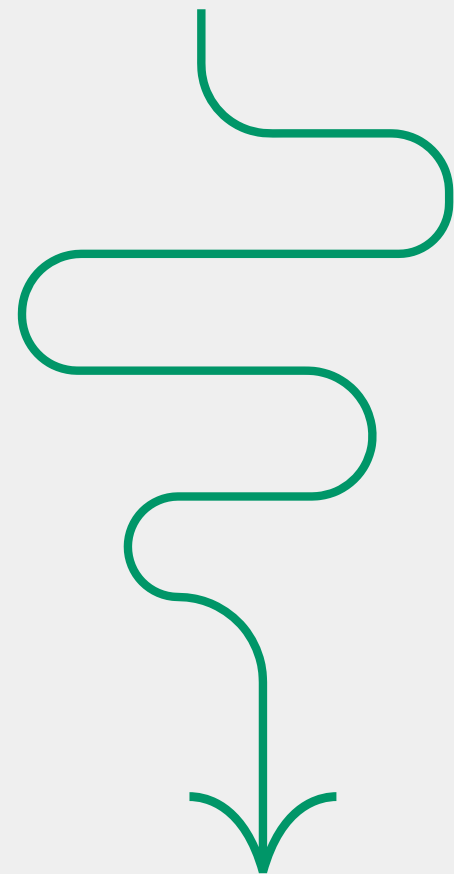
Realização de formação contínua regular e em áreas diversificadas, customizada.

Parcerias com stakeholders nos domínios da inovação, responsabilidade social e ambiental.

Proximidade aos agentes económicos do setor e da realidade do mercado de trabalho.

Certificação de Qualidade dos CET pela OMT (TedQual).

ANÁLISE SWOT



PONTOS FRACOS

Capacidade limitada de algumas das áreas de formação da Escola face à procura.

Inexistência de alguns espaços pedagógicos: cozinhas individuais, sala de análise sensorial, auditório com maior capacidade, ginásio e outros espaços de formação técnica, gabinetes de trabalho, economato ...

Equipamento de cozinha a necessitar de intervenção urgente, em alguns casos de substituição.

Equipamento informático escasso e obsoleto.

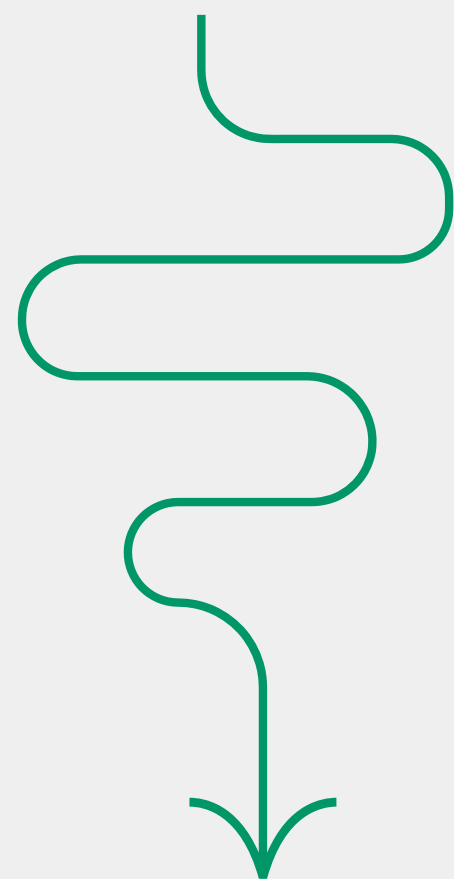
Mobiliário e decoração de restaurante a necessitar de renovação.

Rede informática a necessitar de melhorias .

Modelo de aquisição baseado na contratação pública que limita a compra de determinados produtos com consequências negativas ao nível do cumprimento dos conteúdos programáticos e do funcionamento regular da produção e serviços prestados .

Dificuldade na estabilização de equipas devido ao reduzido quadro da escola e aos modelos de contratação em vigor.

ANÁLISE SWOT



Tendência de crescimento do setor de turismo no país.

Forte crescimento de mão-de-obra imigrante não qualificada no setor.

Perceção de imagem consolidada da Formação realizada pela Escola.

Possibilidade de aceder a financiamentos comunitários.

Forte procura das empresas do setor por profissionais qualificados.

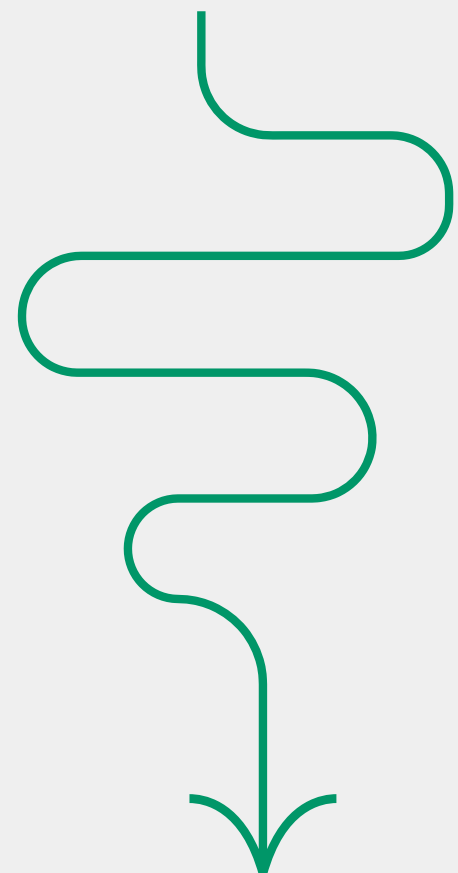
Autarquias e outras entidades públicas e privadas da região empenhadas na requalificação do setor por via da formação.

Tendência de crescimento do turismo não massificado e procura de destinos fora de grandes centros urbanos.

Potencial de aumento da notoriedade da Escola pelo incremento de parcerias na área da inovação.

OPORTUNIDADES

ANÁLISE SWOT



AMEAÇAS

Progressiva inversão da pirâmide etária.

Desadequação das práticas laborais do setor relativamente às expectativas dos jovens (equilíbrio vida pessoal e carreira).

Formação inicial em áreas de Cozinha, Restauração e Hotelaria em Escolas Secundárias e Profissionais da região.

Licenciaturas e CTESP no Ensino Superior da Região.

Imagem negativa associada às profissões do setor.

Imagem negativa do ensino profissional.

Dificuldade do setor na retenção de talento.

Deficiente rede de transportes de acesso a Viana do Castelo.

Escassez e custo elevado de alojamentos para estudantes.

ANÁLISE COMPETITIVA

No contexto da formação profissional, as escolas “concorrentes” incluem geralmente as instituições que competem entre si pela captação de alunos. Assim as que podem ser consideradas concorrentes da EHTVC são principalmente as escolas profissionais, que oferecem cursos profissionais de nível 4 e os institutos politécnicos que disponibilizam cursos técnicos superiores profissionais (CTESP) nas áreas de Hotelaria, Cozinha e Restauração.

Um levantamento em fontes oficiais permitiu quantificar as instituições que operam na área de intervenção da Escola, bem como o número de vagas disponibilizadas.



ANÁLISE COMPETITIVA

Como os dados revelam, a escola enfrenta uma concorrência significativa por parte de outras instituições que oferecem cursos em áreas afins. Para se manter competitiva, a escola deve continuar a investir na qualidade da sua formação, diversificar a sua oferta formativa e desenvolver parcerias com empresas do setor da hospitalidade.

Cursos Nível 4

ÁREAS	Alto Minho		Cávado		Ave		Total	
	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas
Cozinha, Pastelaria, Padaria	4	80	5	100	4	100	13	280
Restaurante, Bar	2	40	3	60	3	60	8	160

Cursos Nível 5 - CTESP

ÁREAS	Alto Minho		Cávado		Ave		Total	
	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas
Restauração	1	30	2	45			3	75
Cozinha, Gastronomia, Vinhos	1	20	1	32	3	130	5	182
Gestão Hoteleira, Alojamento	1	30			1	25	2	55

Cursos Nível 6 - Licenciaturas

ÁREAS	Alto Minho		Cávado		Ave		Total	
	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas	Nº instituições	Vagas
Gastronomia	1	28					1	28
Gestão Hoteleira			1	50	1	30	2	80

ESTRATÉGIA CORPORATIVA

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Como referido anteriormente, a fase de diagnóstico é muito importante para a definição da estratégia a adotar, procurando ir de encontro aos principais objetivos a alcançar.

Os objetivos estratégicos são de facto metas de longo prazo que visam direcionar o desenvolvimento da instituição e garantir a sua competitividade no mercado. Estes objetivos devem ser ambiciosos, mas também realistas e alcançáveis, e devem estar alinhados com a missão, a visão e os valores da escola.

São definidos por tipologia de formação, considerando aqui duas áreas distintas: a formação inicial, cujos destinatários são essencialmente jovens à procura do primeiro emprego e a formação contínua e executiva, dirigida maioritariamente a profissionais no ativo.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

FORMAÇÃO INICIAL

Consolidar a Oferta de **Formação Inicial** vocacionada para as áreas de Cozinha, Restauração e Alojamento, implementando **metodologias centradas nos alunos** e com enfoque na **qualidade e bem-estar**

FORMAÇÃO CONTÍNUA/ EXECUTIVA

Promover a Capacitação das empresas e a qualificação de **Profissionais do setor**, aumentando o Volume de Formação Contínua e Executiva e disponibilizando **programas de formação “à medida”, altamente especializados.**

PROJETOS ESTRUTURANTES

Os Projetos Estruturantes da Escola são iniciativas de grande alcance, que visam promover mudanças significativas na instituição e contribuir para o seu desenvolvimento a longo prazo. Estes projetos são de natureza diversa e estão relacionados com a melhoria da **qualidade** da formação, a **sustentabilidade** e a **internacionalização**.

É também muito importante envolver os **stakeholders** da escola no processo de implementação dos projetos. assim como assegurar.

O **marketing** e **comunicação** desempenham um papel fundamental no sucesso da implementação de projetos estruturantes em uma Escola de Hotelaria. Através de uma comunicação estratégica e eficaz.

PROJETOS ESTRUTURANTES



PROJETOS ESTRUTURANTES

Qualidade

A certificação de qualidade assume particular relevo nos projetos estruturantes da Escola, sendo importante quer para a instituição, quer para os alunos, quer ainda para o mercado de trabalho.

A sua importância estratégica destaca-se pelos seguintes aspetos:

Garantia de padrões educacionais

Melhoria contínua

Credibilidade e reconhecimento

Satisfação dos stakeholders

Vantagem competitiva para os estudantes

Internacionalização

PROJETOS ESTRUTURANTES

Qualidade

A Rede de Escolas do Turismo de Portugal recebeu a certificação TedQual da Organização Mundial de Turismo (OMT), a primeira que esta organização atribui, a nível mundial, a uma rede de escolas com estas características.

A certificação TedQual da OMT (Organização Mundial do Turismo) é um sistema voluntário de certificação de qualidade para programas de educação, formação e pesquisa em turismo. O objetivo da certificação é facilitar a melhoria contínua desses programas, definindo um conjunto de padrões mínimos de qualidade para a educação em turismo.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

As dimensões da sustentabilidade e responsabilidade social, assumem uma importância estratégica crucial nos projetos e atividades dinamizados na Escola.

A sua implementação revela o compromisso da instituição com o futuro do planeta, desenvolvendo práticas que permitem formar profissionais capazes de contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e inclusiva.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social



PROJETOS ESTRUTURANTES

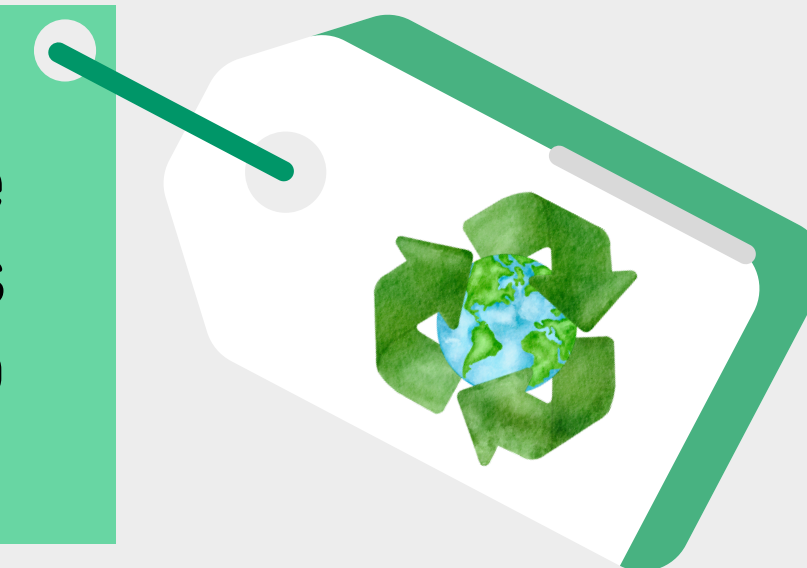
Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Nacional

O Eco-Escolas é um programa internacional voltado para a educação ambiental, sustentabilidade e cidadania, que incentiva a adoção de práticas sustentáveis dentro das escolas e a sensibilização da comunidade para a importância da proteção do meio ambiente. A Bandeira Verde Eco-Escolas é um símbolo de reconhecimento internacional do compromisso da escola com a educação ambiental para a sustentabilidade, tendo sido atribuída em 2023 às doze escolas da rede.



O Dia Verde é um evento que se realiza desde 2014 e que ocorre habitualmente em março, correspondendo também às comemorações do Dia Mundial da Árvore (21 de março). Em 2023 a EHTVC foi a escola anfitriã, organizando atividades realizadas pelas doze escolas da rede, bem como de uma escola convidada, parceira no projeto GERAt, num que encontro reuniu 80 participantes.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Nacional

Projeto internacional coordenado pela WWF (World Wide Fund For Nature) Finlândia, e implementado em 9 países. Em Portugal, o projeto é desenvolvido pela ANPIWWF, uma ONGA portuguesa sem fins lucrativos que trabalha em alinhamento com a visão e estratégia global da WWF. Esta iniciativa tem como principal objetivo promover a transição para dietas sustentáveis junto dos jovens entre os 15 e 35 anos, procurando também trabalhar em conjunto com empresas e autoridades para a adoção de práticas de produção mais sustentáveis.



Projeto que resulta de uma colaboração entre Caravana Agroecológica (Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa) e as Escolas de Hotelaria e Turismo do Turismo de Portugal. Pretende unir os esforços destas entidades aos dos produtores, consumidores, chefs e decisores políticos com o objetivo de promover uma transição agroecológica.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Nacional

A inovação do sistema alimentar sustentável e do ensino e formação profissional podem proporcionar empregos verdes de alta qualidade e permitir criar novos perfis profissionais e empresariais para combater o desemprego e ao mesmo tempo combater as alterações climáticas e o declínio ambiental da indústria alimentar (e em parte do turismo), bem como promover a transição verde das empresas existentes e a criação de novas empresas.



Organic Food 4Future – Formação de Alimentação Biológica – Esta iniciativa tem como objetivo geral melhorar a competitividade do setor da agricultura biológica na União Europeia, aumentando o conhecimento e reconhecimento do logótipo europeu de certificação biológica e do sistema de qualidade que este representa.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Nacional

Iniciativa da All4Integrity, criada na sequência da reconhecida necessidade de envolver a sociedade civil portuguesa na prevenção e combate à corrupção. O Programa tem por missão promover uma maior proximidade do público escolar com as instituições do poder local e central, assim como um conhecimento mais aprofundado sobre os temas em torno da corrupção e, consequentemente, uma maior participação cívica na promoção da transparência, integridade e ética nos domínios público e privado.



Educação Inclusiva – Criação na Escola da EMAEI (Equipa Multidisciplinar de Apoio à Educação Inclusiva), que, constitui um recurso organizacional específico de apoio à aprendizagem, tendo em vista uma leitura alargada, integrada e participada de todos os intervenientes no processo educativo.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Nacional

World Speech Day” Escolas do Turismo de Portugal O World Speech Day é um dia dedicado a celebrar o poder e o valor das palavras, das ideias e dos discursos. O objetivo é dar voz e poder de inspiração a quem tiver uma ideia para partilhar. Pretende-se envolver a comunidade de forma positiva e inclusiva, considerando que o mundo pode ser a escola, a comunidade, o bairro, a cidade, a região, o país, cada um de nós e, por consequência o mundo.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Local e Regional

Conselho Municipal de Ambiente e Ação Climática de Viana do Castelo – A EHTVC é membro deste conselho, que pretende promover em todo o território municipal uma resposta coerente às diversas temáticas no domínio do ambiente e de sustentabilidade, nomeadamente em matéria de conservação da natureza e da biodiversidade, do ordenamento do território, da gestão dos recursos hídricos, de política de resíduos, entre outros e de estratégias face à ação climática, num esforço contínuo entre o Município, cidadãos, empresas e instituições, no sentido duma governança participativa e eficiente, participada, duradoura e sustentável.



CÂMARA MUNICIPAL
VIANA DO CASTELO

PROJETOS ESTRUTURANTES

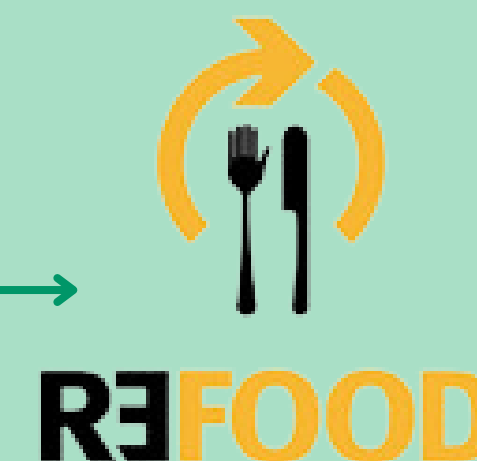
Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Local e Regional

Projeto que tem como principal objetivo criar ou de consolidar hábitos de leitura. Alunos e professores dedicam os 10 minutos iniciais das primeiras aulas do dia à leitura. Pretende-se ainda estimular o espírito crítico e a criatividade, melhorar a expressão oral e escrita, promover o conhecimento, minorar a exclusão, desenvolver a autoestima e (re)descobrir o prazer de ler.



Parceria Reefood – Recuperação de refeições em boas condições, proveniente da cantina e do restaurante pedagógico, para entrega em Instituições de Solidariedade Social.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Projetos e Iniciativas de Âmbito Local e Regional

No âmbito da Campanha "Papel por Alimentos" promovida pela Federação Portuguesa dos Bancos Alimentares, os alunos recolhem papel para ser convertido em produtos alimentares a distribuir pelos mais carenciados. A Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo (EHTVC) deu continuidade a esta causa através de instituições de cariz social, que têm como missão apoiar famílias carenciadas.

Papel usado
=
Alimentos



Federação Portuguesa
dos Bancos Alimentares

Geração Depositário – Recolha de pilhas, pequenos e grandes equipamentos. Esta atividade pretende ser um incentivo a atitudes pró-ativas na gestão e triagem de resíduos para garantir sua reciclagem.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Outras Iniciativas e Práticas a Implementar

Recursos naturais

Aquisição de produtos locais e sazonais: Procurar junto de fornecedores locais resposta para as necessidades de matéria-prima da Escola, com vista à redução pegada ambiental, fomentando o apoio à economia local.

Já possuímos uma pequena horta escolar, onde cultivamos alguns vegetais, e poderá ser uma ideia a expansão e enriquecimento desta iniciativa, incentivando um maior envolvimento dos alunos no processo de cultivo e explorando a possibilidade de parceria com a Câmara Municipal de Viana do Castelo para o estabelecimento de uma horta comunitária.

PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Outras Iniciativas e Práticas a Implementar

Energia

Eficiência energética: Adoção de medidas para reduzir o consumo de energia, com o a instalação de equipamentos eficientes e a substituição progressiva das lâmpadas em uso, por lâmpadas LED.

Energias renováveis: Instalação de painéis solares fotovoltaicos na Escola (ntervenção já prevista e orçamentada pela Direção do Turismo de Portugal).

Substituição da atual frota automóvel a combustão por veículos elétricos, promovendo o uso de mobilidade mais sustentável e uma gestão das deslocações com emissões reduzidas.

Aprimorar o isolamento do edifício para reduzir a necessidade de aquecimento e refrigeração.

Instalar sensores de movimento e sistemas automatizados para controlo de luz e temperatura.

PROJETOS ESTRUTURANTES

TURISMO DE
PORTUGAL



escola de
Viana do Castelo

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Outras Iniciativas e Práticas a Implementar

Água

Garantir a manutenção adequada de equipamentos, dispositivos e instalações para prevenir fugas de água e assegurar o seu funcionamento adequado.

Instalar nos chuveiros dos balneários redutores de caudal.

Prever a instalação de autoclismos de dupla descarga.

Reforçar a formação de formadores, alunos e colaboradores de cozinha para apenas fazerem ciclos de limpeza com cargas completas.

Elaborar um manual de boas práticas para formadores, alunos e colaboradores onde sejam indicadas medidas de poupança de água.

PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Outras Iniciativas e Práticas a Implementar

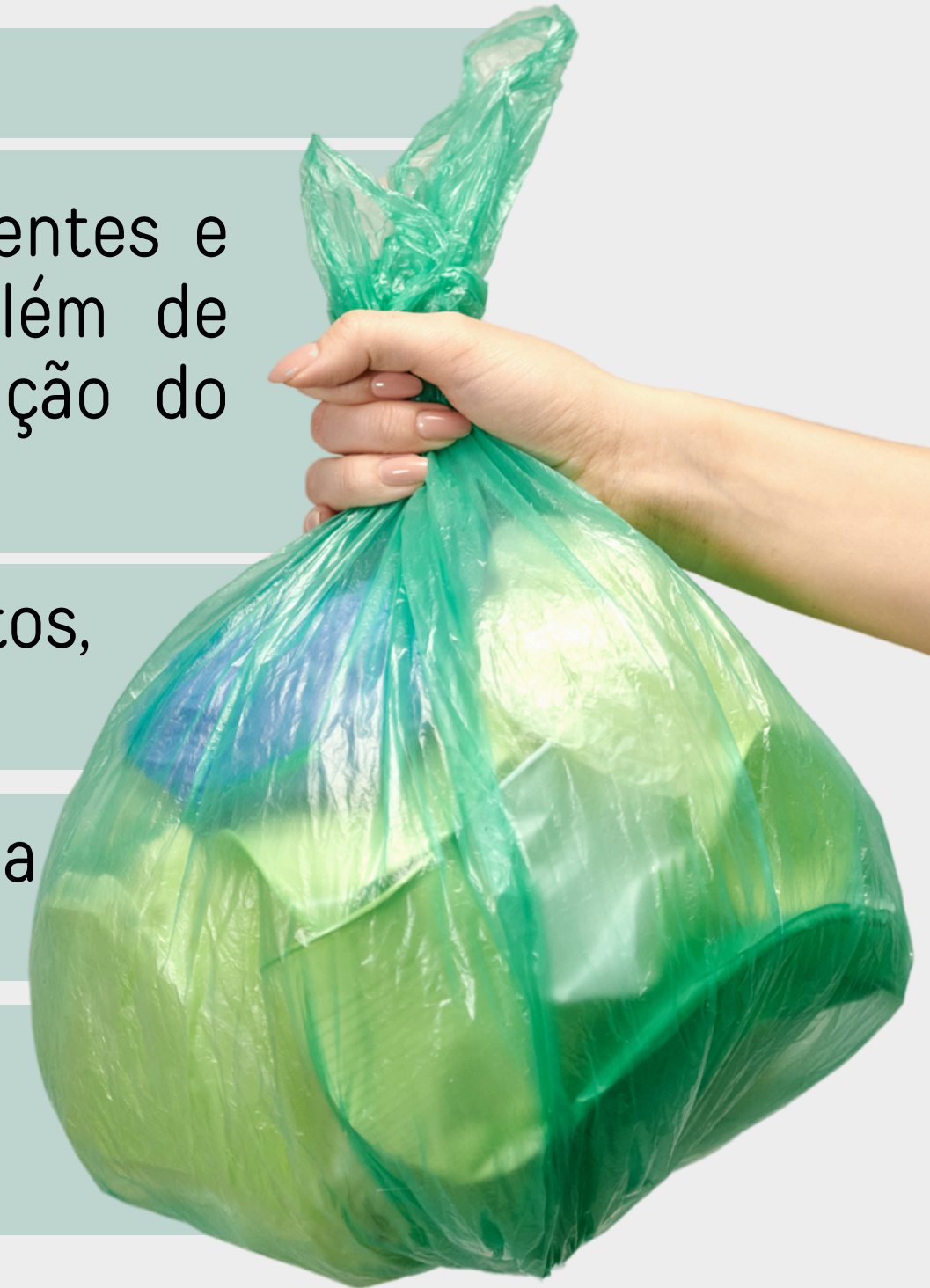
Resíduos

Redução da produção de resíduos: adotar uma política de compras conscientes e responsáveis, focada na aquisição de materiais recicláveis e duráveis, além de incentivar práticas como o uso de embalagens reutilizáveis e a minimização do desperdício de alimentos e materiais na escola.

Incentivar a reutilização de materiais, como papel e plástico, para projetos, designadamente de cidadania sociedade.

Compostagem: Transformar restos de alimentos em adubo para a horta da Escola.

Integrar o tema da gestão de resíduos em atividades de complemento curricular.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Sustentabilidade & Responsabilidade Social

Outras Iniciativas e Práticas a Implementar

Materiais

Reduzir ou mesmo eliminar o plástico, procurando fornecedores que possam entregar as mercadorias em embalagens reutilizáveis.

Priorizar a aquisição de materiais didáticos e de escritório ecologicamente sustentáveis, como papel reciclado e outros materiais, fomentando assim uma consciência ambiental entre alunos e funcionários.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Inovação

A Inovação não é apenas um elemento de diferenciação, mas uma necessidade estratégica para a EHTVC, enquanto entidade que pretende ser relevante e eficaz na formação de profissionais qualificados num setor em constante evolução.

A Inovação é assim de vital importância estratégica por várias razões:

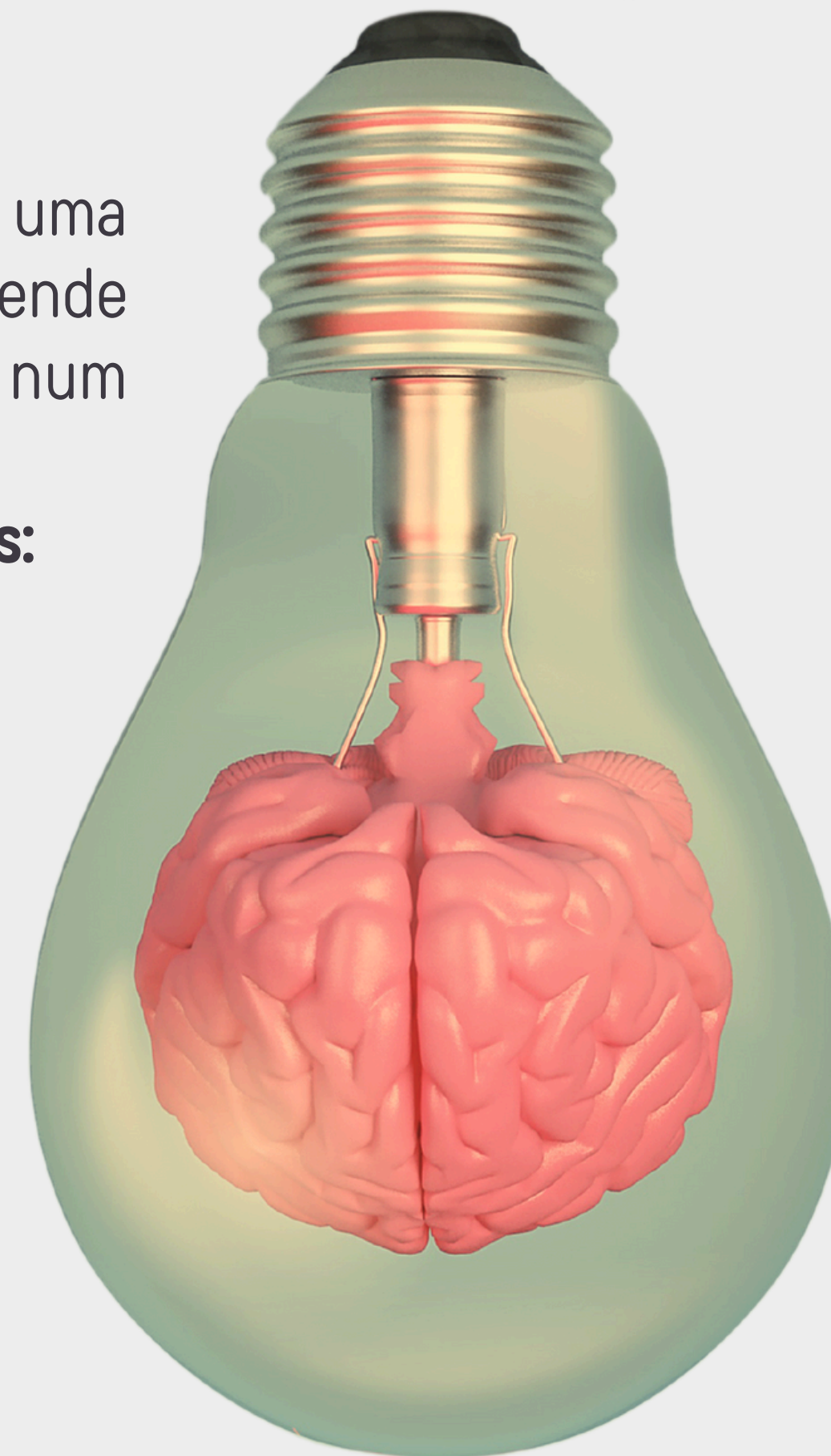
Adaptação às mudanças do mercado.

Diferenciação competitiva.

Melhoria da experiência de formação.

Desenvolvimento de competências relevantes.

Parcerias estratégicas e colaboração.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Inovação

Deste modo, a inovação na Escola inclui as abordagens tecnológica e pedagógica, sendo centrada nos alunos, orientada para o mercado, procurando atender às necessidades da comunidade escolar e local.

A Inovação na EHTVC, tem os seguintes objetivos fundamentais e transversais:

Promover uma atitude criativa, inovadora e empreendedora.

Incentivar uma abordagem multidisciplinar.

Fomentar a criação e cocriação de novos produtos e serviços.

Incentivar as relações e contribuir para o reforço da competitividade das PME.

Viabilizar a aplicação de soluções em ambiente real.

Estimular o desenvolvimento de novos modelos de negócio.

Alinhar projetos com os objetivos profissionais individuais dos alunos e com o mercado de trabalho.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Inovação

TURISMO DE
PORTUGAL



escola de
Viana do Castelo



Soalheiro

QUINTA DE SOALHEIRO

Parceria de inovação entre a EHTVC e Soalheiro

Desafio ano 1: criar produtos inovadores de restaurante, bar, cozinha e pastelaria, utilizando ervas aromáticas do Terroir Soalheiro, como elemento central. Com este projeto, procurou-se fomentar a criatividade e a inovação num contexto real, contribuindo também de forma efetiva para a competitividade da empresa.

Desafio ano 2: criação de produto final, representando uma experiência gastronómica única, que possa enquadrar as visitas efetuadas à quinta, numa lógica de harmonização de produtos locais/regionais com os vinhos produzidos pela empresa.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Internacionalização

A Internacionalização da EHTVC representa uma importante estratégia para o seu crescimento e desenvolvimento, num um cenário cada vez mais globalizado e competitivo. A perspetiva internacional oferece diversos benefícios que impactam diretamente na qualidade do ensino, na visibilidade da instituição, na formação de profissionais qualificados e na inserção dos alunos no mercado de trabalho internacional.

Benefícios:

Alargamento das
Oportunidades
de
Aprendizagem

Fortalecimento da
Reputação e
Visibilidade
Internacional

Maior qualificação
de Profissionais
para o Mercado
Global

Inserção dos
Alunos no
Mercado de
Trabalho
Internacional

PROJETOS ESTRUTURANTES

Internacionalização



Erasmus+

Alunos – Estágios Internacionais

A realização de estágios internacionais permite aos alunos, não só melhorar as suas competências linguísticas, interculturais e em matéria de comunicação, mas também adquirir competências transversais altamente valorizadas pelos empregadores e reforçar o seu espírito empreendedor.



Job Shadowing
Erasmus+

Formadores– Intercâmbios

Os programas de intercâmbio de professores, como o Job Shadowing do programa Erasmus, oferecem aos professores a oportunidade de aperfeiçoar práticas pedagógicas, trocar experiências com profissionais de outros países e atualizar as suas competências técnicas, pela partilha de boas práticas nos mais diversos domínios.

PROJETOS ESTRUTURANTES

Internacionalização

Parceiros Internacionais

A AEHT – Association Européenne des Ecoles d'Hôtellerie et de Tourisme (Associação Europeia de Escolas de Hotelaria e Turismo) é uma organização internacional não governamental (ONG) que atua como um elo de ligação entre as escolas de hotelaria e turismo da Europa.

Atividades

Facilita a comunicação e a partilha de boas práticas entre as escolas de hotelaria e turismo da Europa.

Organiza eventos, como conferências anuais e competições, para alunos e professores.

Oferece programas de intercâmbio e colaboração para escolas membros.

Defende os interesses das escolas de hotelaria e turismo junto às autoridades europeias.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Internacionalização

Parceiros Internacionais

A Eurhodip, é uma associação internacional de apoio à educação, cujo foco principal é a melhoria contínua da qualidade do ensino em hotelaria e turismo numa perspetiva global.

Atividades

Disponibiliza programas e serviços para escolas membros, como workshops, conferências e intercâmbio de boas práticas.

Possui um programa de acreditação chamado Eurhoqual, que concede às escolas membros um selo de qualidade reconhecido internacionalmente.

Facilita a colaboração e a partilha de conhecimento entre profissionais da educação em hotelaria e turismo.

Realiza eventos anuais que reúnem dirigentes e responsáveis de escolas hoteleiras do mundo inteiro, além de alunos, para discutir o futuro do setor e aperfeiçoar as práticas de ensino.



PROJETOS ESTRUTURANTES

Internacionalização

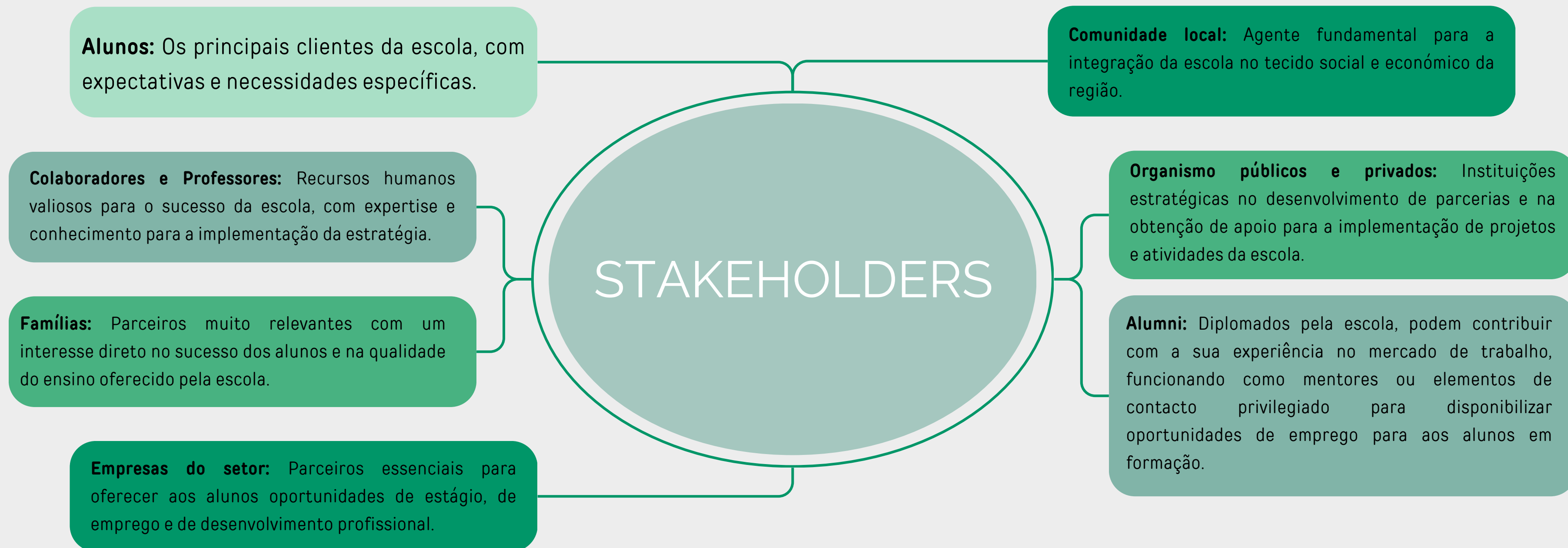
Parceiros Internacionais

O CIFP Carlos Oroza é um Centro Integrado de Formação Profissional público, localizado em Pontevedra, Espanha. A EHTVC participa anualmente no Concurso de Sumillería "Suso Domínguez", competição organizada por este Centro, que tem por objetivo premiar o melhor sommelier entre os alunos participantes.



RELAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS

Na definição da estratégia de desenvolvimento da Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo, é crucial destacar a importância do relacionamento com os diferentes stakeholders, com vista a implementar a estratégia que se definiu para a escola.



RELAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS

Benefícios na relação com os Stakeholders



O relacionamento com empresas pode facilitar a colocação dos alunos no mercado de trabalho, através de ofertas de estágio e emprego.



O relacionamento com professores e equipa pode aumentar a motivação e o envolvimento dos colaboradores, contribuindo para um ambiente de trabalho mais positivo e produtivo.



Melhoria da qualidade da educação

Aumento das oportunidades de emprego para os alunos

Fortalecimento da notoriedade imagem da escola

Motivação e envolvimento da equipa

Diversidade e qualidade dos projetos da Escola

Através da colaboração com empresas do setor, a Escola pode garantir que os seus programas de formação estão alinhados com a procura do mercado de trabalho.



O relacionamento com a comunidade local pode contribuir para fortalecer a imagem da escola e aumentar a sua visibilidade.



As instituições públicas e privadas podem desempenhar um papel importante na colaboração e dinamização de atividades e projetos de natureza diversa desenvolvidos.

RELAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS

Estratégias para Fortalecer o Relacionamento com Stakeholders



Ao investir no relacionamento com seus stakeholders, a Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo poderá fortalecer a sua posição no mercado, aumentar as suas possibilidades de sucesso e contribuir para o desenvolvimento do setor de hotelaria e turismo na região.

RELAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS

TURISMO DE
PORTUGAL

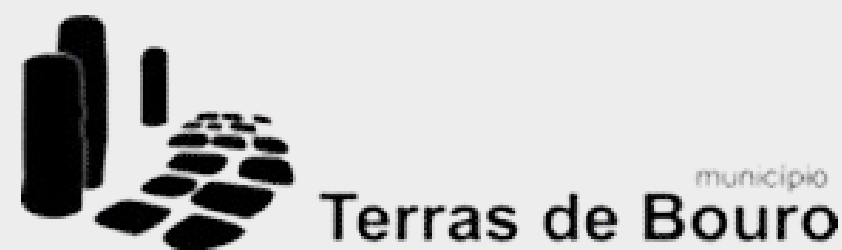


escola de
Viana do Castelo

Parceiros – Municípios

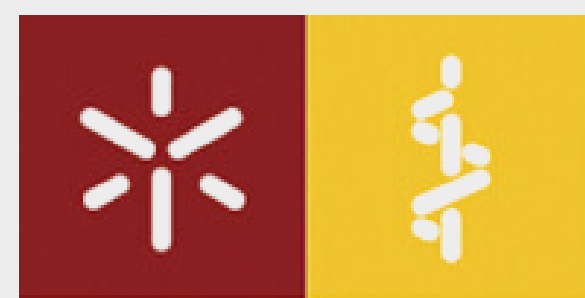


CÂMARA MUNICIPAL
VIANA DO CASTELO



RELAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS

Parceiros – Ensino & Formação Profissional



Universidade do Minho
Escola de Medicina



INSTITUTO DO EMPREGO
E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, IP



Agrupamento
de Escolas
Pintor
José de Brito

RELAÇÃO COM OS STAKEHOLDERS

Outros parceiros



COMUNICAÇÃO & MARKETING

Ao adotar uma abordagem estratégica e integrada da comunicação e do marketing, a EHTVC pode assegurar a sua visibilidade, atrair e captar talentos, fortalecer as suas relações com os stakeholders e garantir o seu sucesso a longo prazo.

Uma comunicação eficaz, com estratégias de marketing bem direcionadas, permite:

01

Aumentar o reconhecimento e a reputação da Escola.

02

Atrair e recrutar alunos.

03

Fortalecer o relacionamento com os alumni.

04

Promover o desenvolvimento sustentável.

COMUNICAÇÃO & MARKETING

Qual o nosso público-alvo? Com quem queremos comunicar?



COMUNICAÇÃO & MARKETING

Eixos de Comunicação

O que queremos comunicar?

VERTENTE TÉCNICA

sabemos fazer, expertise.

VERTENTE FELICIDADE E REALIZAÇÃO

alunos felizes, ambiente familiar,
sucesso pessoal e profissional.

VERTENTE SUSTENTABILIDADE

preocupamo-nos com o
ambiente, com as
pessoas, com a economia
e com a região.

VERTENTE INOVAÇÃO

estamos a par das novas
tendências, novidades,
inovações, (state-of-the-
art).



Segmentação da Comunicação

A quem nos dirigimos? Como transmitimos a mensagem? Quais os conteúdos?

FORMAÇÃO INICIAL – CAPTAÇÃO DE ALUNOS

Segmento-Alvo	Canais/Meios	Mensagens-chave
Alunos do Ensino Básico 3º ciclo	IG, Youtube, Google ads, Website	Experiências de aprendizagem práticas, sair da rotina, ambição, influência do sucesso dos pares.
Alunos do Ensino Secundário	IG, Youtube, Google ads, Website	Espírito “gap year”(um passo intermédio para o futuro), aprendizagens práticas, sair da rotina da escola mais teórica, ambição, carreiras internacionais, influência do sucesso dos pares.
Encarregados de Educação	FB, Press nacional e local, TV, Google ads, Website	Enobrecer as profissões, combater o estigma, transmitir segurança, seriedade, enfatizar a formação “saber ser”, perspectivas de emprego.
Professores e Psicólogos	Email Marketing	Apoio técnico (entre pares) para facilitar a identificação das características de um potencial aluno e a sua orientação.
Desempregados e adultos em mudança	IG, FB, Youtube, Google ads, Website, Press nacional e local	Paixão pela profissão, fazer o que se gosta, mudança, recomeço.

Segmentação da Comunicação

A quem nos dirigimos? Como transmitimos a mensagem? Quais os conteúdos?

FORMAÇÃO CONTÍNUA/ EXECUTIVA – CAPTAÇÃO DE ALUNOS

Segmento-Alvo	Canais/Meios	Mensagens-chave
Profissionais do Setor	FB, Youtube, Google ads, Website,	Valorização pessoal, ambição, networking, credibilização dos formadores.
Empregadores	IG, FB, Linkedin, Youtube, Google ads, Website	Valorização de RH e seu impacto na concretização dos objetivos da empresa, formação certificada.
Comunidade em Geral	FB, Press, TV, Google ads, Website	Saber-fazer, fazer o que se gosta, adquirir competências novas, impressionar os pares, desenvolvimento e valorização pessoa.

COMUNICAÇÃO & MARKETING

Ações a Desenvolver

1

Publicações humanizadas em formato vídeo (testemunhos de alunos, colaboradores, formadores, empregadores, comunidade em geral).

3

Publicações sobre a oferta turística da região (hotéis, restaurantes, empresas de animação turística, museus e atrações turísticas, etc).



Estratégia de conteúdo FB e IG (adaptada às particularidades de cada plataforma).

2

Publicações que enalteçam a região (área geográfica de abrangência) o que estimulará a partilha pelo sentimento de orgulho e pertença da população local..

4

Publicações informativas sobre a oferta formativa em vídeos motivacionais de curta duração.

5

Publicações “how-to” (curtos vídeos com tutoriais e dicas dos formadores e alunos finalistas).

Ações a Desenvolver

Notas de Imprensa

- Foram identificados alguns OCSs na área geográfica de interesse. É importante desenvolver e manter um bom relacionamento com estes meios de comunicação, de forma a capitalizar o “goodwill” para a melhor receptividade das Notas de Imprensa que passarão a ser enviadas de forma regular para divulgação de notícias.

Ações Relações Públicas

- Convites pontuais a entidades e pessoas de referência na comunidade (jornalistas, administração local, parceiros, professores do ensino básico e secundário, confrarias gastronómicas, hoteleiros e outros empregadores, etc.) para visitarem a escola em contexto de almoço no Restaurante Pedagógico, participação em eventos da escola, participação em workshops temáticos, etc.

BALANÇO DA EXECUÇÃO NO ÚLTIMO TRIÉNIO

FORMAÇÃO INICIAL

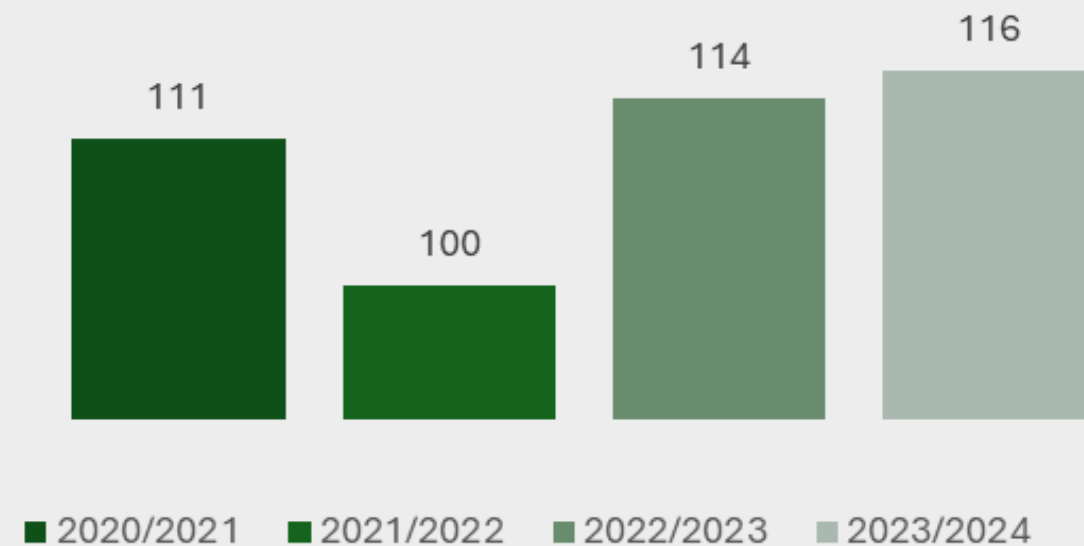
Evolução de Alunos Matriculados

A Escola tem vindo a registar um número crescente do número de alunos matriculados, com exceção dos valores registados em 2021/2022, em que houve uma diminuição da procura total.

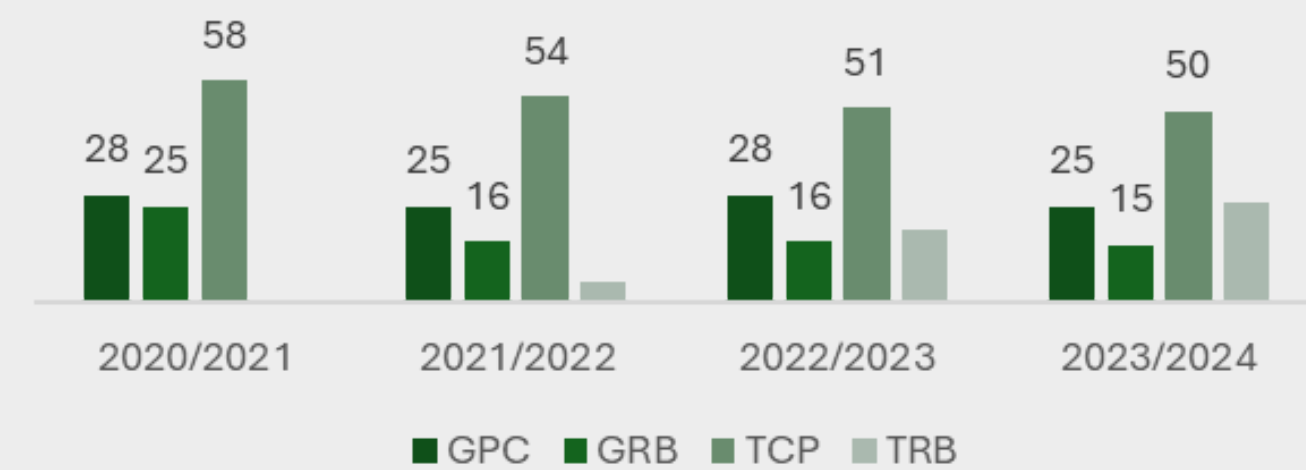
Com efeito, analisando a tendência de cada um dos cursos, tem-se registado em quase todos um decréscimo da procura, só compensada no total de alunos matriculados pela abertura em 2021/2022 do Curso de Técnico(a) de Restaurante/Bar, que ainda assim, nesse ano não assegurou um número de alunos superior ao ano anterior.

É no geral evidente, para ambas as tipologias de curso, a maior procura pela área de Cozinha/Pastelaria, em comparação com a área de Restaurante/Bar, tendência já evidente em anos anteriores.

Alunos Matriculados - Total
2020-2024



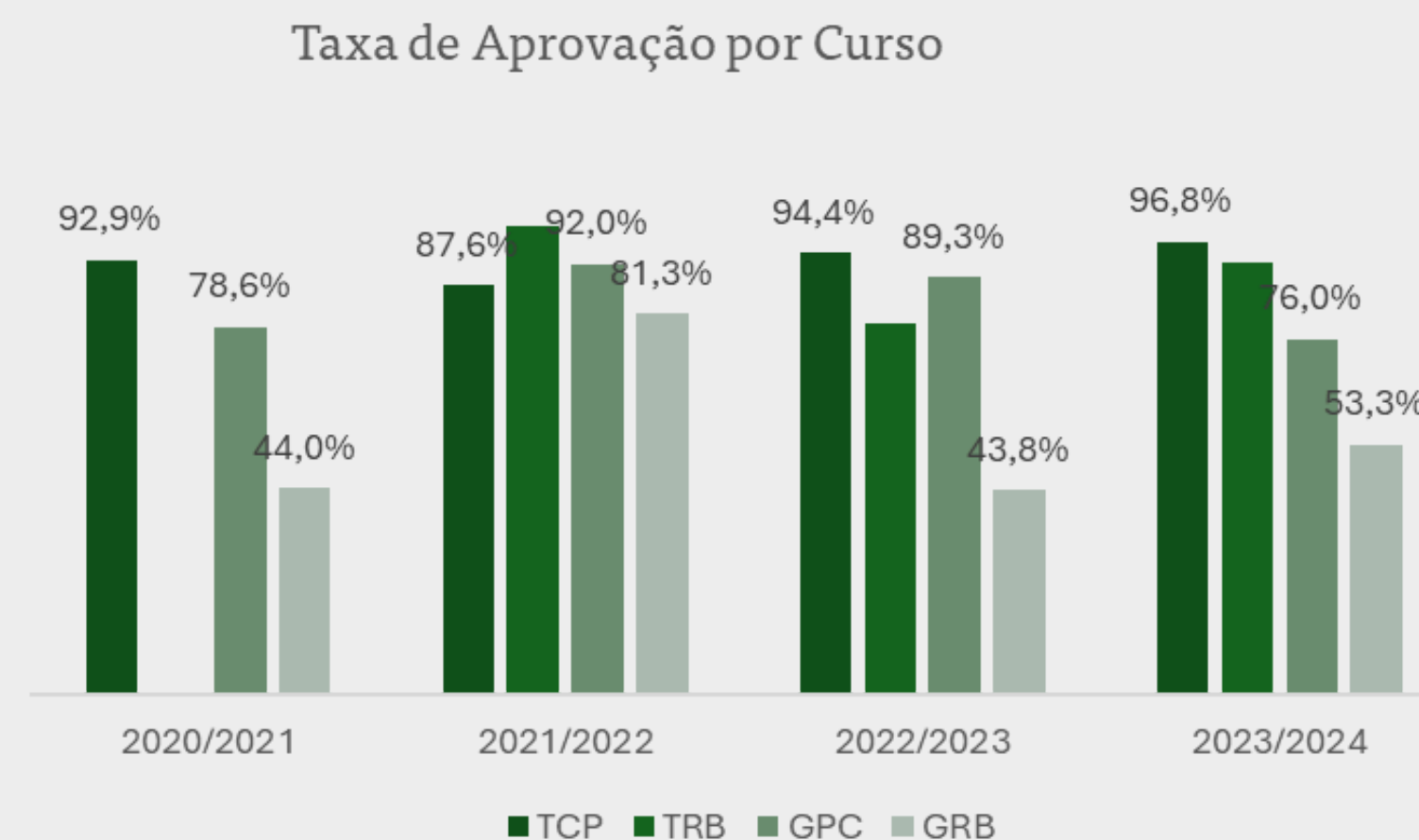
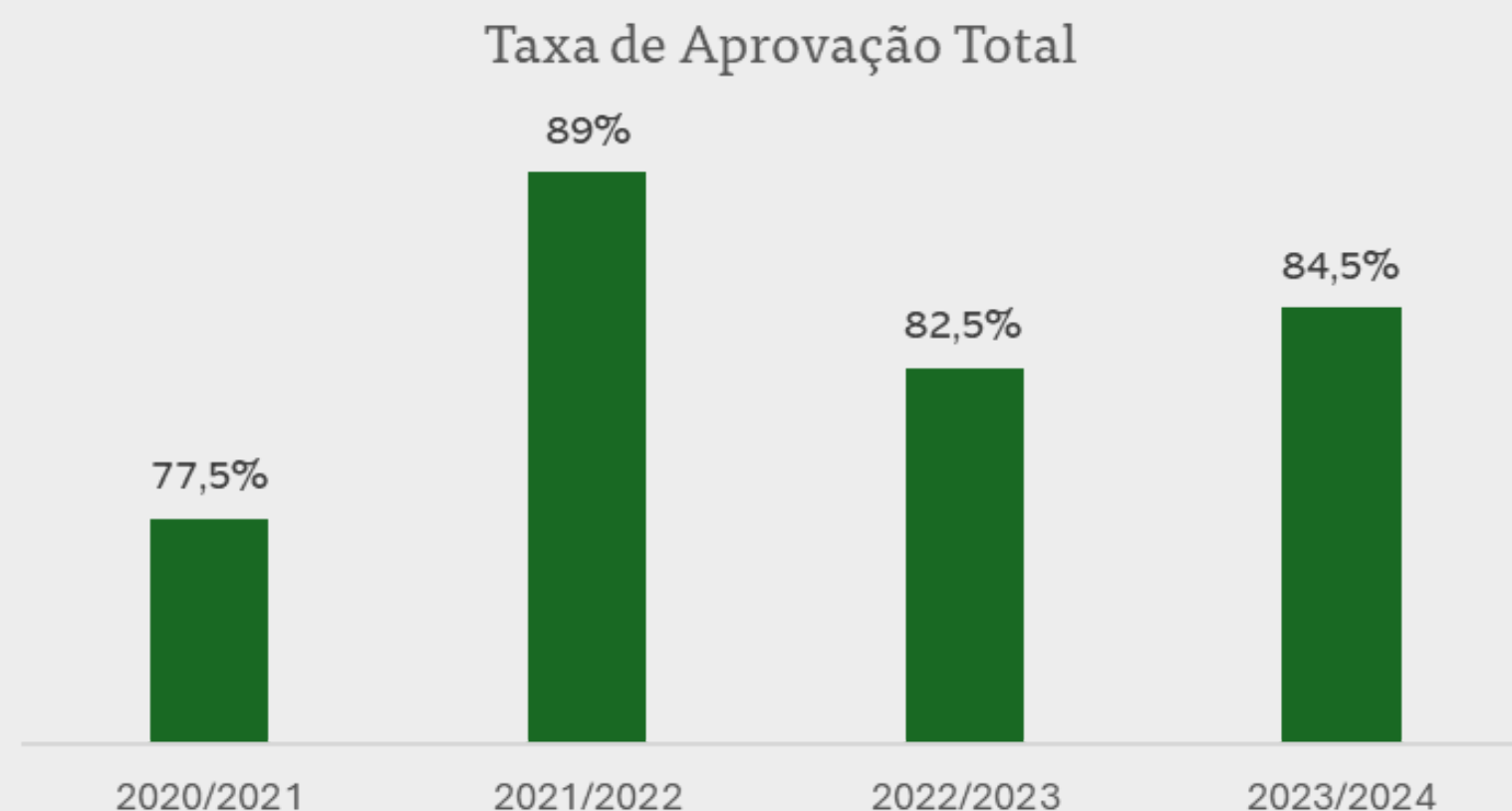
Alunos Matriculados – por Curso
2020 - 2024



FORMAÇÃO INICIAL

Evolução Taxas de Aprovação

As taxas de aprovação global situam-se em quase todo o período em análise em valores acima dos 80%. Numa análise mais detalhada constata-se que também neste indicador os cursos da área de Cozinha/Pastelaria têm explicado sobretudo pelo elevado número de desistências.



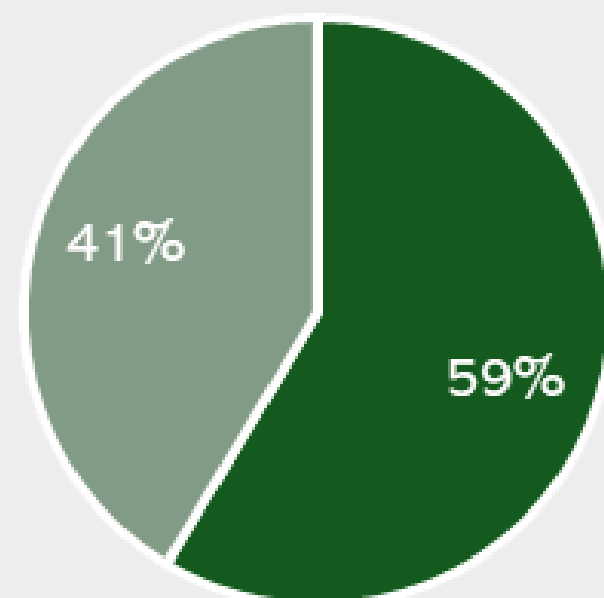
FORMAÇÃO INICIAL

Perfil Alunos

Distribuição por género

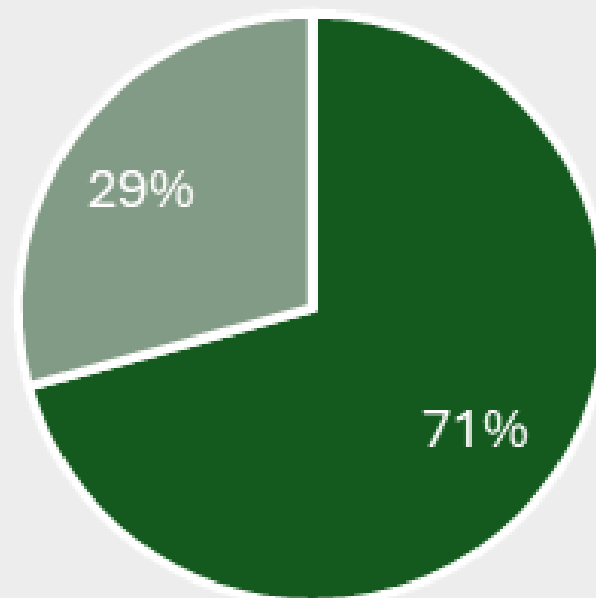
A prevalência de alunos do sexo masculino é evidente em todos os anos letivos do período em análise.

2020/2021



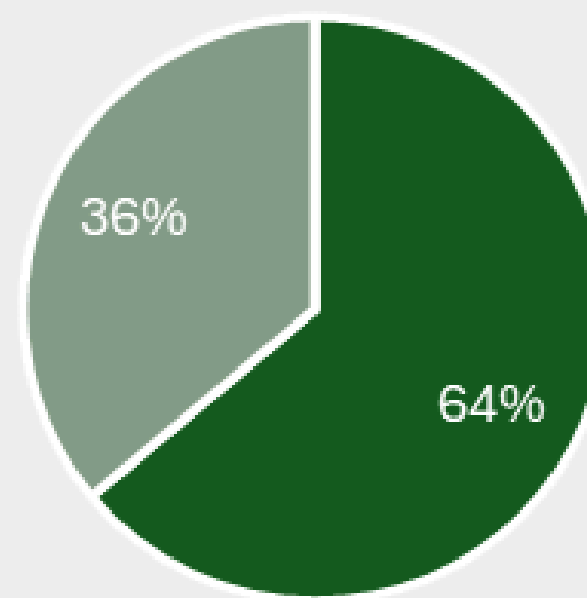
■ Masculino ■ Feminino

2021/2022



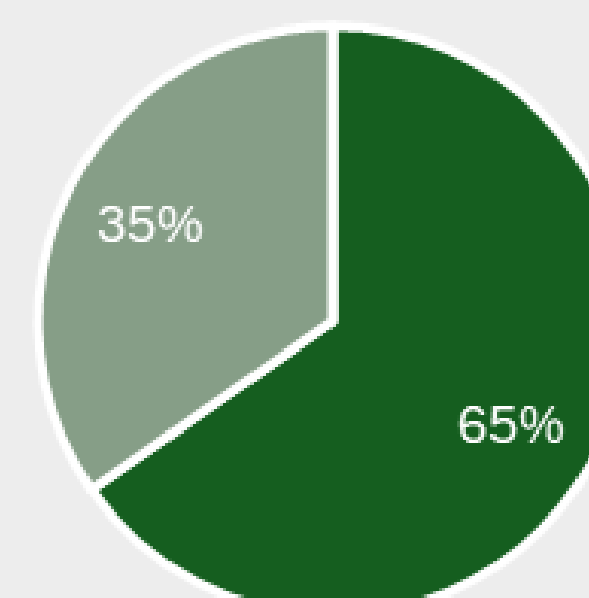
■ Masculino ■ Feminino

2022/2023



■ Masculino ■ Feminino

2023/2024



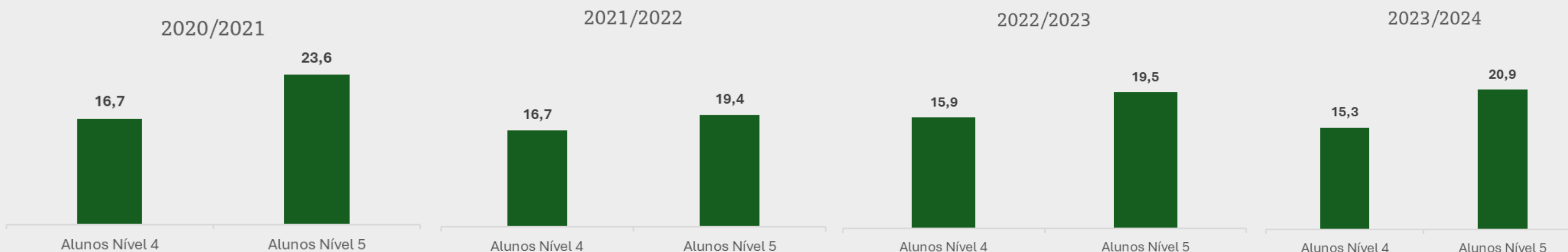
■ Masculino ■ Feminino

FORMAÇÃO INICIAL

Perfil Alunos

Média de Idades

A média idades apresenta ao longo do tempo um tendência decrescente, mais visível nos alunos que frequentam cursos de nível 4.



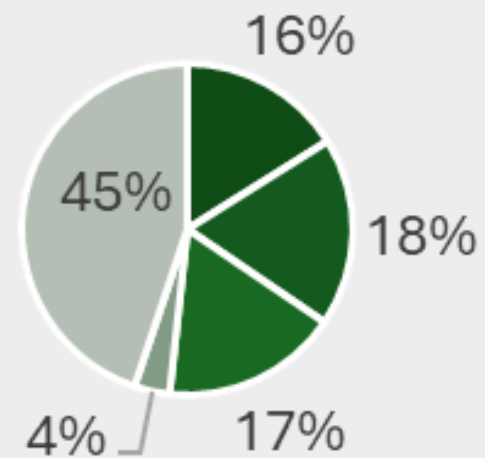
FORMAÇÃO INICIAL

Perfil Alunos

Apoio Social

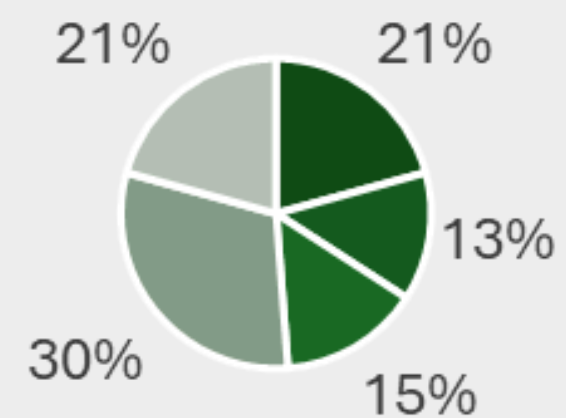
Registou-se, no período em análise, um número crescente de alunos que beneficiaram de apoio social.

2020/2021



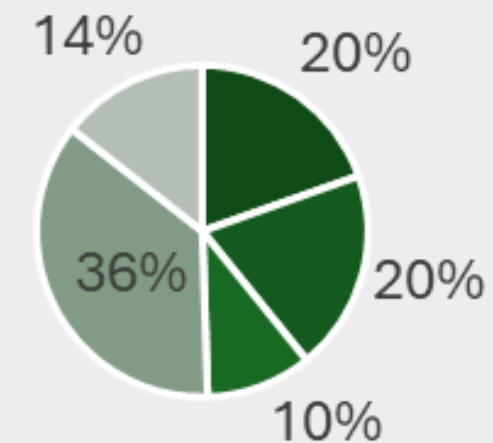
■ Escalão 1 ■ Escalão 2
■ Escalão 3 ■ Escalão 4
■ Sem Apoio Social

2021/2022



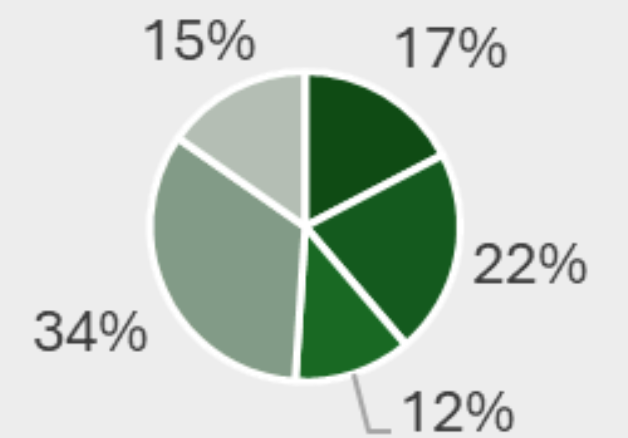
■ Escalão 1 ■ Escalão 2
■ Escalão 3 ■ Escalão 4
■ Sem Apoio Social

2022/2023



■ Escalão 1 ■ Escalão 2
■ Escalão 3 ■ Escalão 4
■ Sem Apoio Social

2023/2024



■ Escalão 1 ■ Escalão 2
■ Escalão 3 ■ Escalão 4
■ Sem Apoio Social

FORMAÇÃO CONTÍNUA EXECUTIVA

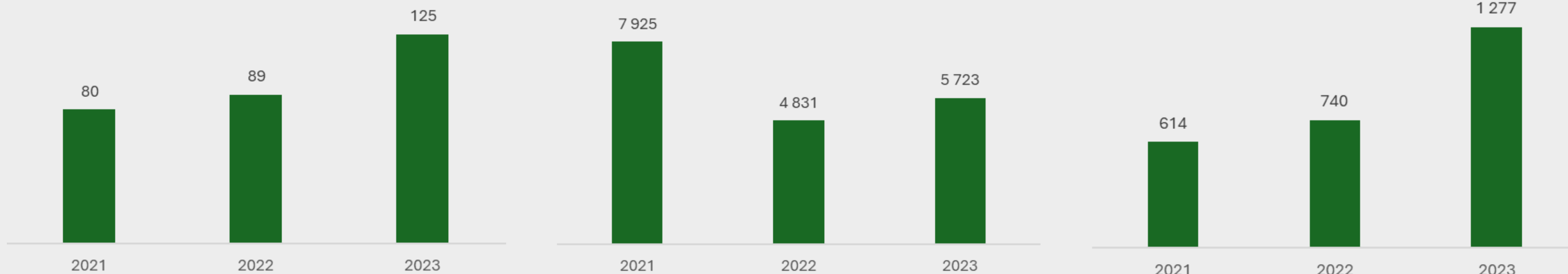
Evolução da Execução Física

No triénio em análise verifica-se uma tendência crescente no número de ações realizadas, bem como no número de formandos que frequentaram essas ações. Relativamente ao número de participantes, registou-se um decréscimo significativo entre 2021 e 2022, voltando este valor a crescer em 2023.

Nº de Ações

Nº de Participantes

Nº de Horas de Formação



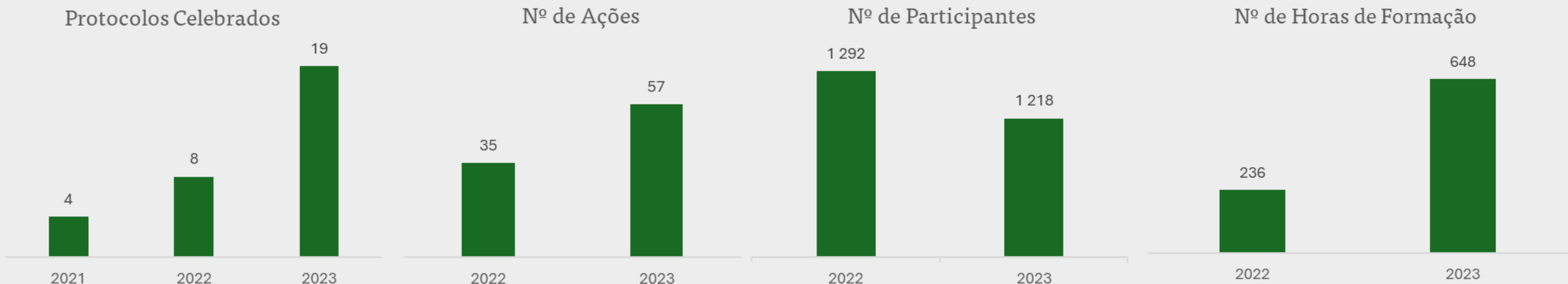
FORMAÇÃO CONTÍNUA EXECUTIVA

Formação + Próxima



escola de
Viana do Castelo

A adesão ao Programa de Formação +Próxima tem registado valores crescentes em todos os indicadores, com exceção do número de participantes que sofreu um ligeiro decréscimo em 2023. Contudo, o volume de formação cresceu significativamente atendendo ao número de horas de formação realizadas. Significativo foi também o número de protocolos celebrados em 2023, abrangendo neste momento 19 do total de 24 municípios, que correspondem à área de intervenção da EHTVC.



FORMAÇÃO CONTÍNUA EXECUTIVA

Best

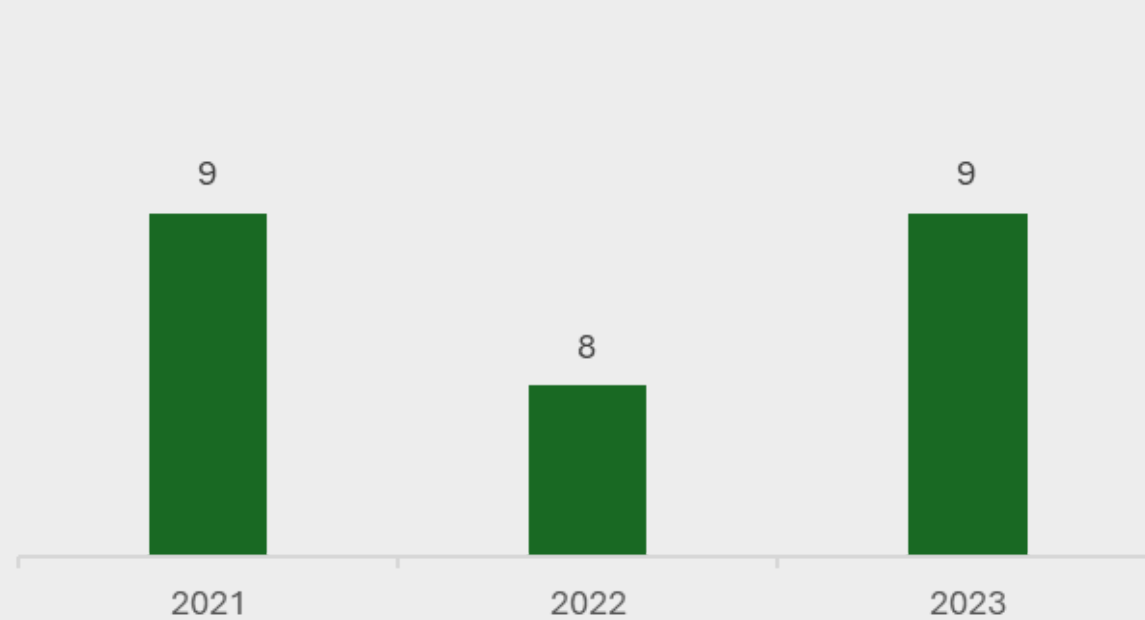


escola de
Viana do Castelo

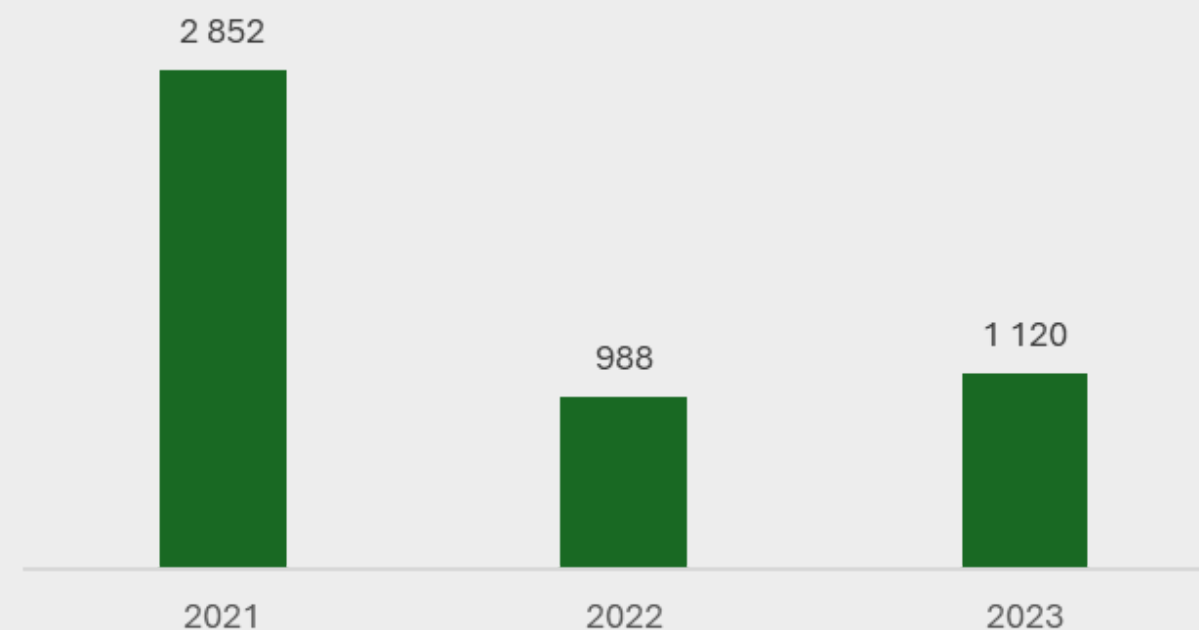
A execução do programa BEST pela EHTVC não foi constante ao longo do triénio. Embora o número de ações realizadas e as horas de formação executadas tenha sido idêntico, o número de participantes reduziu consideravelmente em 2022 e embora tenha crescido em 2023, ficou bastante aquém dos valores registados em 2021.



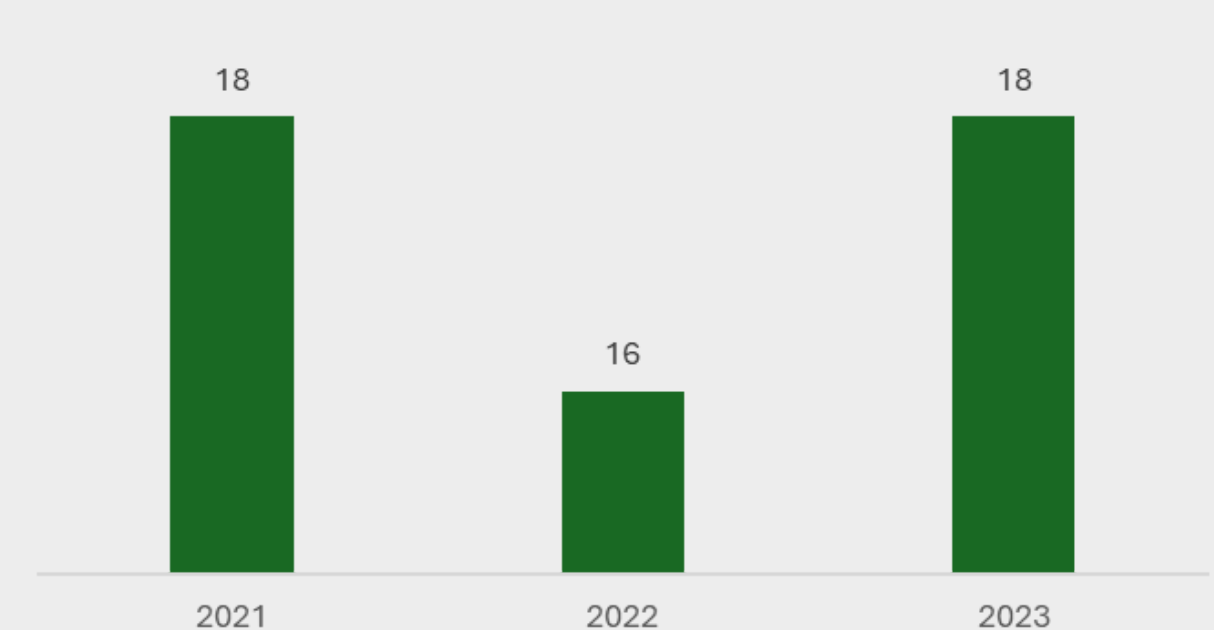
Nº de Ações Realizadas



Nº de Participantes



Nº de Horas de Formação



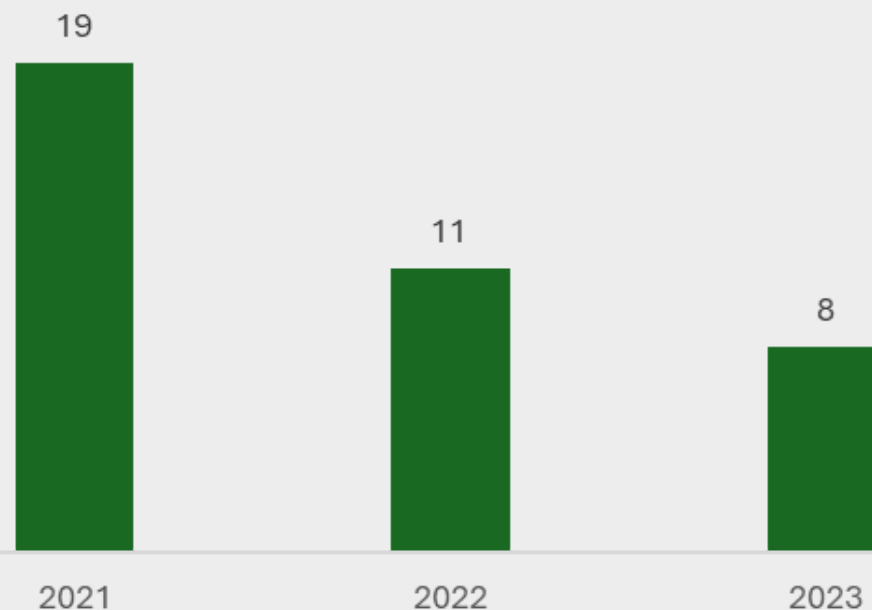
FORMAÇÃO CONTÍNUA EXECUTIVA

Up-Grade

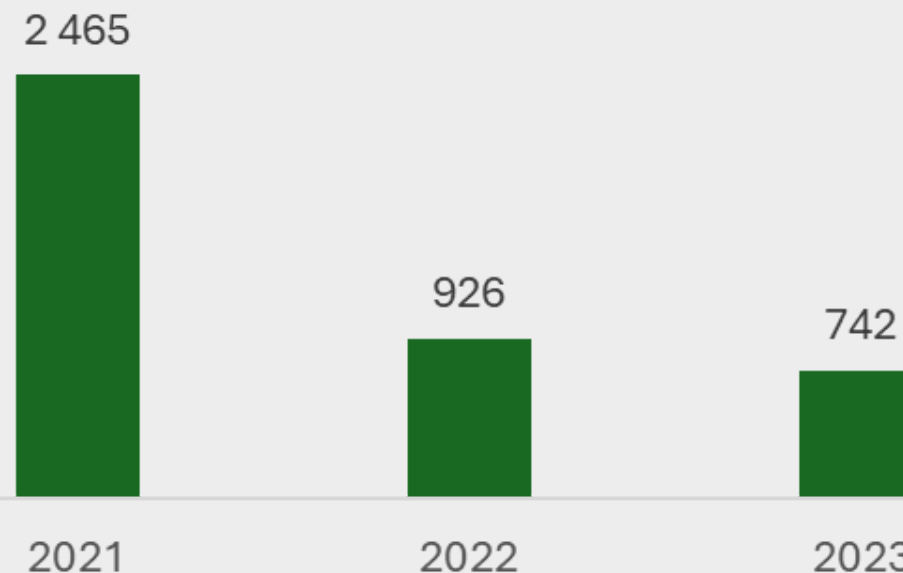
Relativamente ao Programa UPGRADE todos os indicadores de execução registaram um decréscimo nos três anos em análise.



Nº de Ações Realizadas



Nº de Participantes



Nº de Horas de Formação



FORMAÇÃO CONTÍNUA EXECUTIVA

Clean & Safe

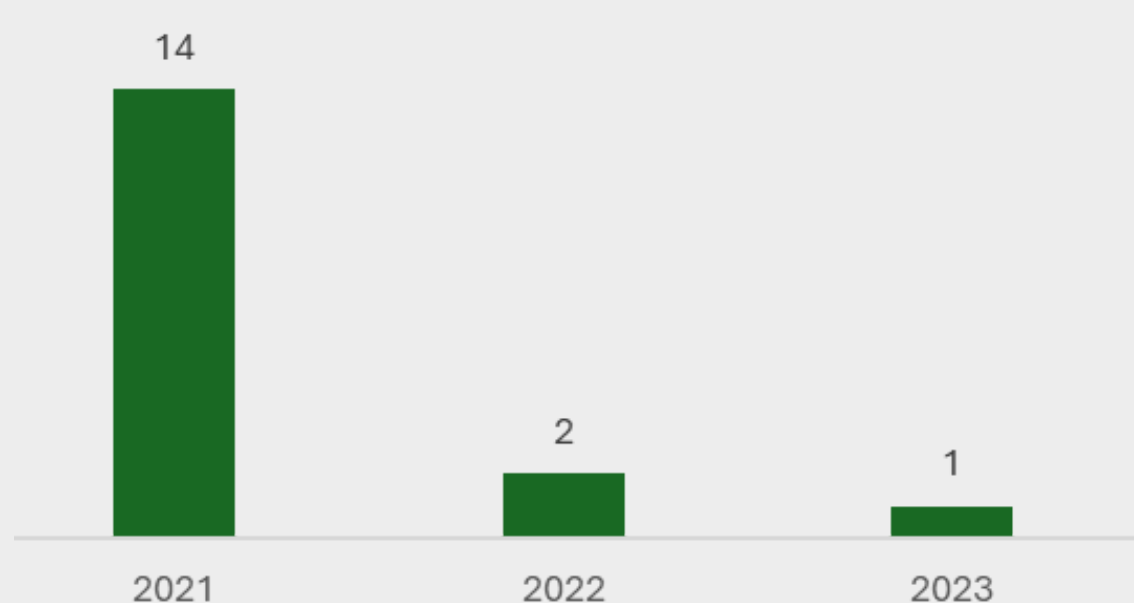


escola de
Viana do Castelo

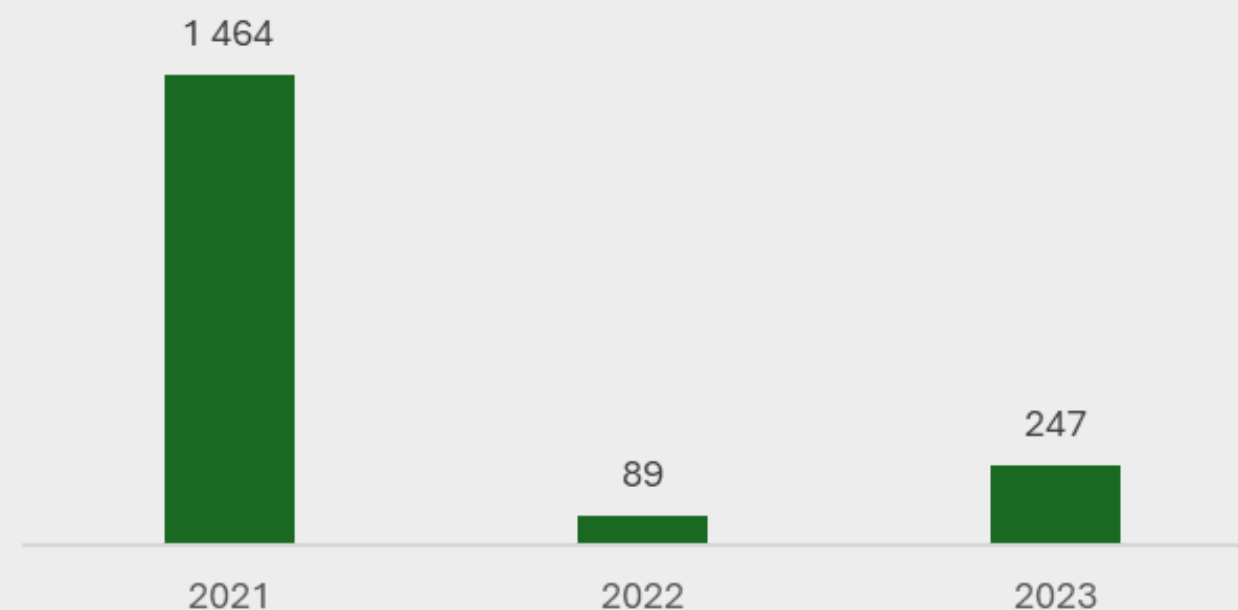
Trata-se de um programa com uma tendência redução de execução muito significativa quer no número de ações, quer no número de horas de formação. Esta grande quebra justifica-se pela natureza do programa, desenhado inicialmente para fazer face a alguns dos constrangimentos sentidos pelas empresas no período da pandemia.



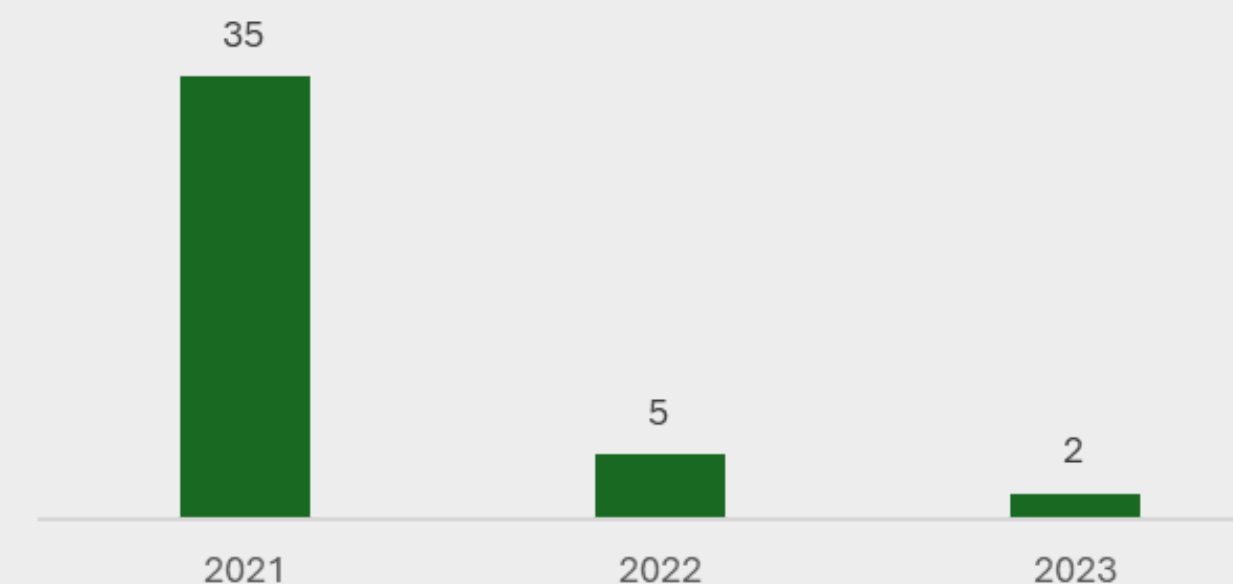
Nº de Ações



Nº de Participantes



Nº de Horas de Formação



FORMAÇÃO CONTÍNUA EXECUTIVA

Formação Empresas 360º

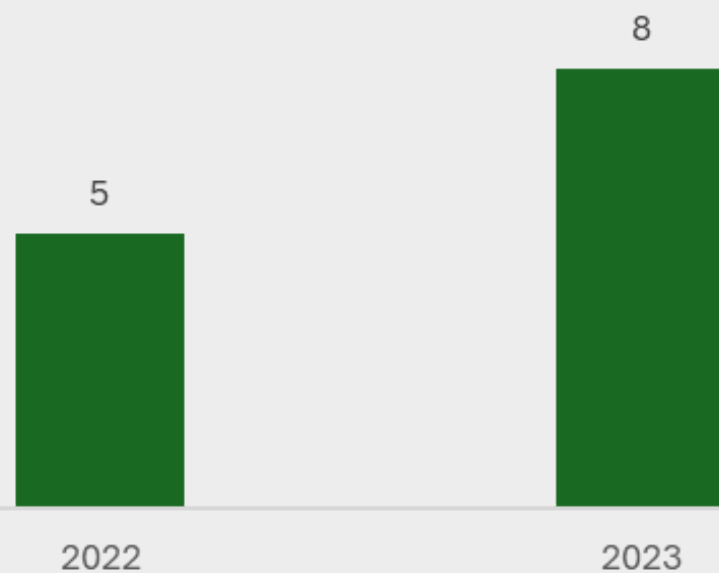


escola de
Viana do Castelo

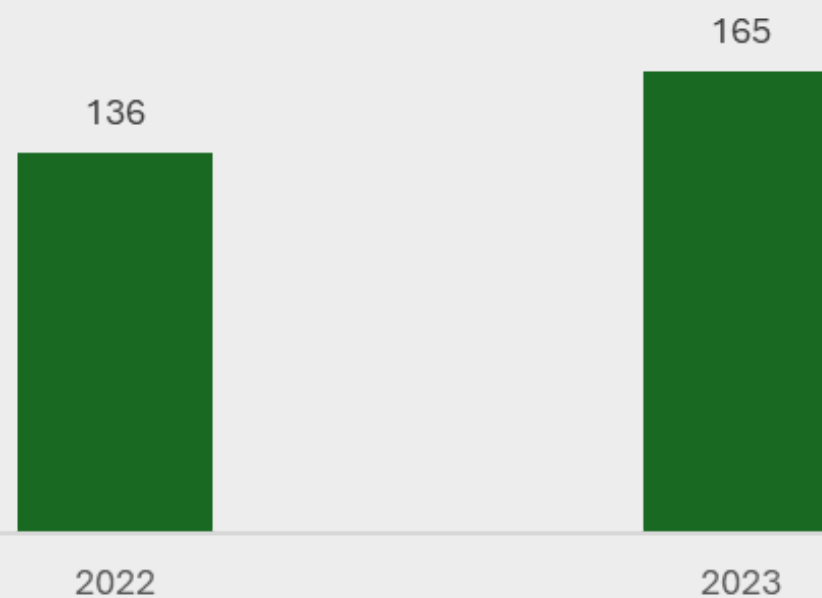
Desde a sua criação em 2021, a EHTVC tem colaborado ativamente na execução do Programa Empresas Turismo 360º, registando-se um acréscimo em todos os indicadores analisados.

Empresas
Turismo
360º

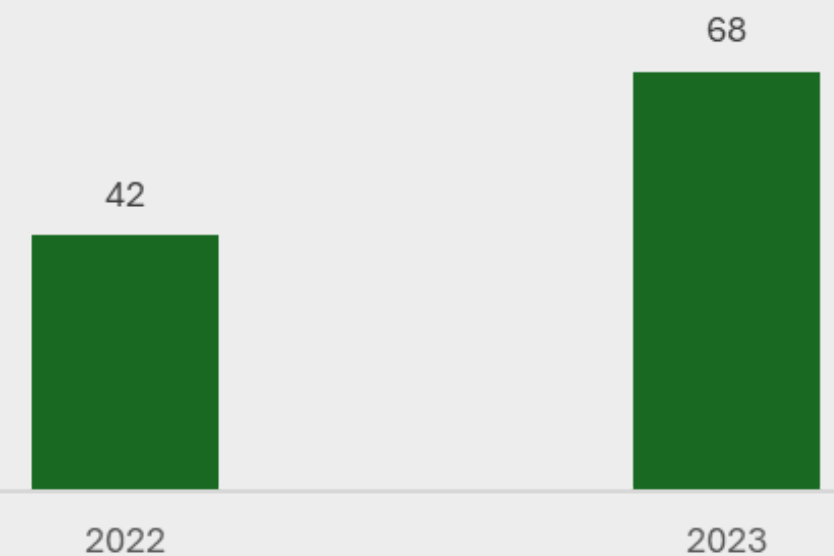
Nº de Ações

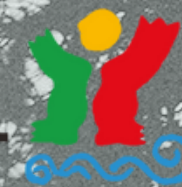


Nº de Participantes



Nº de Horas de Formação

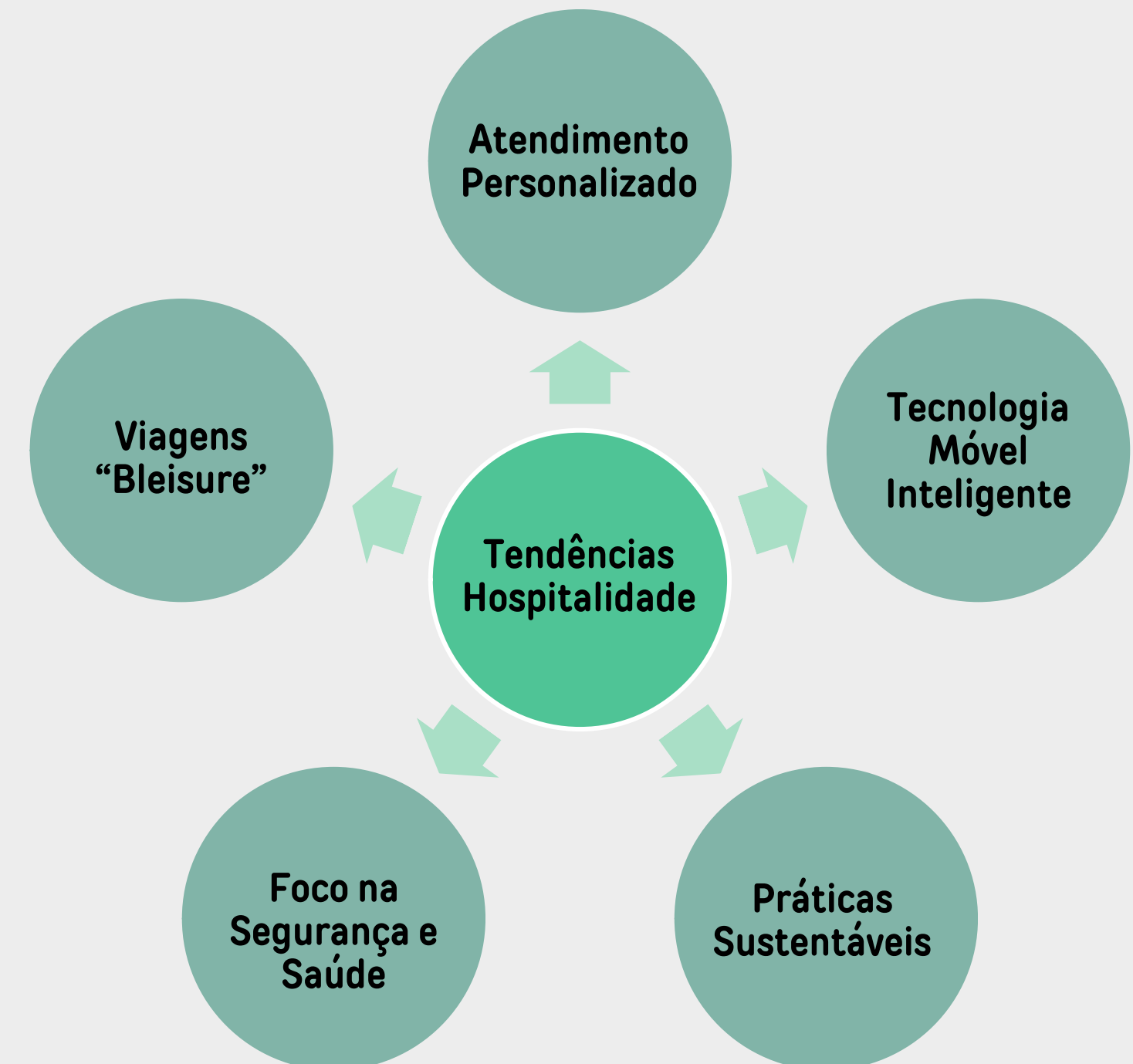




DESAFIOS PARA O FUTURO

TENDÊNCIAS DO SETOR

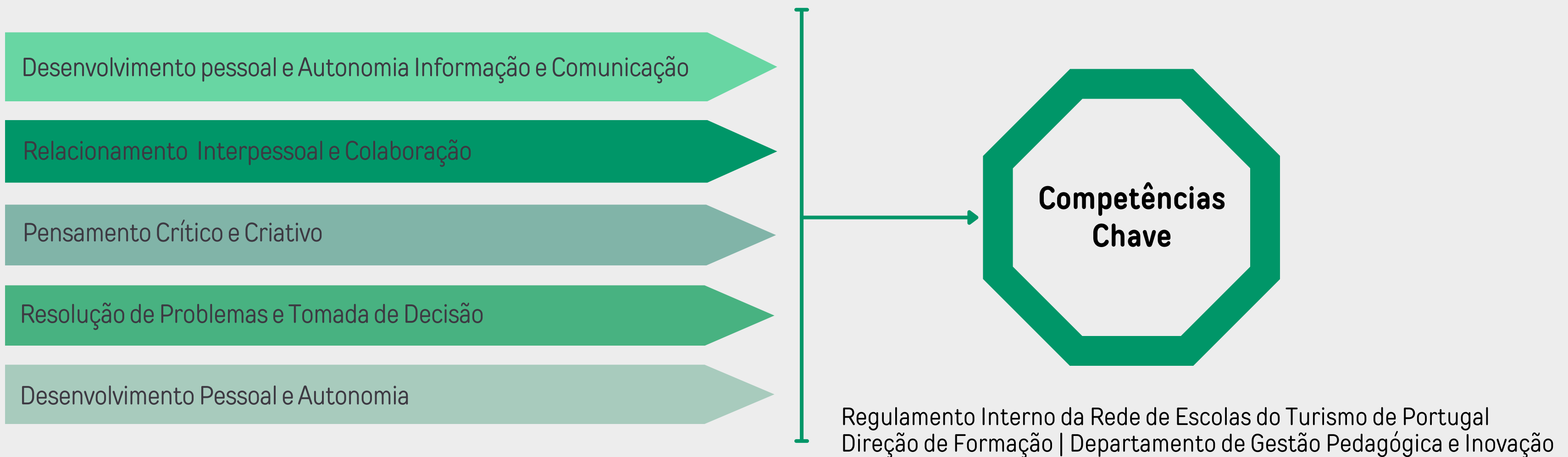
A EHTVC deverá incorporar as tendências do setor nos conteúdos e temáticas a abordar na formação, numa lógica de aproximação às necessidades emergentes das empresas.



Fonte: <https://www.mews.com/en/blog/the-future-of-hospitalityHotels>

COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

A Escola deverá promover nos alunos as **competências-chave** definidas no Perfil do Aluno e identificadas no Regulamento das Escolas do TP.



COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

Adicionalmente a Escola deverá procurar incorporar nos conteúdos programáticos da sua oferta novas **competências emergentes**.

O Fórum Económico Mundial lançou o relatório "Future of Jobs Report 2023", que identifica as 10 principais competências que serão mais requisitadas pelo mercado de trabalho até 2025.

Top 10 skills of 2025

Type of skill

- Problem-solving
- Self-management
- Working with people
- Technology use and development

-  Analytical thinking and innovation
-  Active learning and learning strategies
-  Complex problem-solving
-  Critical thinking and analysis
-  Creativity, originality and initiative
-  Leadership and social influence
-  Technology use, monitoring and control
-  Technology design and programming
-  Resilience, stress tolerance and flexibility
-  Reasoning, problem-solving and ideation

Source: Future of Jobs Report 2020, World Economic Forum.

OFERTA FORMATIVA A PROMOVER – FORMAÇÃO INICIAL



Atendendo aos dados apurados no Balanço da Execução da Formação, a Escola deverá manter a sua oferta formativa de formação inicial, reforçando os mecanismos de divulgação e promoção dos cursos nas áreas de Cozinha e Restauração e Bebidas. Estão também previstas novas ofertas nas áreas de Pastelaria e Alojamento Hoteleiro, atendendo às especificidades do património gastronómico regional e à crescente oferta de unidades de alojamento na região.

OFERTA FORMATIVA A PROMOVER – FORMAÇÃO CONTÍNUA



Considerando os indicadores de execução do último triénio, a Escola deverá centrar a sua atividade de formação contínua em alguns dos programas nacionais promovidos pela Academia Digital, que têm revelado tendências de procura constantes ou crescentes.

Por outro lado deverá intensificar a oferta de base regional, mantendo a colaboração com as autarquias no âmbito do Programa de Formação +Próxima, alargando o número de protocolos celebrados e procurando robustecer os volumes de execução realizados.

OFERTA FORMATIVA A PROMOVER – FORMAÇÃO CONTINUA



Adicionalmente a Escola deverá procurar reforçar as ofertas de formação orientadas para profissionais nos setor realizadas nas instalações, ou recorrendo ao apoio logístico de parceiros locais e ainda formações online de longa duração.

Deverão ser organizados cursos mais robustos, como é o caso de Escanção, Padaria Avançada, Graduação em Gestão Hoteleira, entre outros a identificar ao longo do triénio.

PROPOSTA DE VALOR E MODELO CANVAS

A Proposta de Valor e o Modelo Canvas são elementos essenciais para articular e visualizar a estratégia de uma organização de uma forma clara e eficaz.

A proposta de valor consiste em descrever a oferta, definir o público-alvo (consumidor final), definir o seu perfil e mostrar de que forma a oferta acrescenta mais valor em comparação com outros concorrentes, por forma a dar resposta às questões:

O quê? O que oferecemos aos nossos clientes (alunos, potenciais alunos e empresas)?

Para quem? Quem é o nosso público-alvo e o que procuram?

Como? Como é que a nossa oferta se diferencia? Como é que a acrescenta oferta valor aos nossos clientes (alunos, potenciais alunos e empresas)?

Considerando que foram identificadas previamente duas áreas de formação, formação inicial e formação contínua, apresentam-se em seguidas as propostas de valor para cada uma dessas áreas, bem como o Modelo Canvas.

PROPOSTA DE VALOR E MODELO CANVAS

O quê? Formação Profissional nas áreas de Cozinha e de Restauração.

Para quem? Jovens que procuram formação com forte componente prática e rápida integração no mercado de trabalho.

Como? Percursos de formação intensiva, com recurso a instalações e equipamento de vanguarda e equipas altamente especializadas.

Proposta de Valor - Formação Inicial

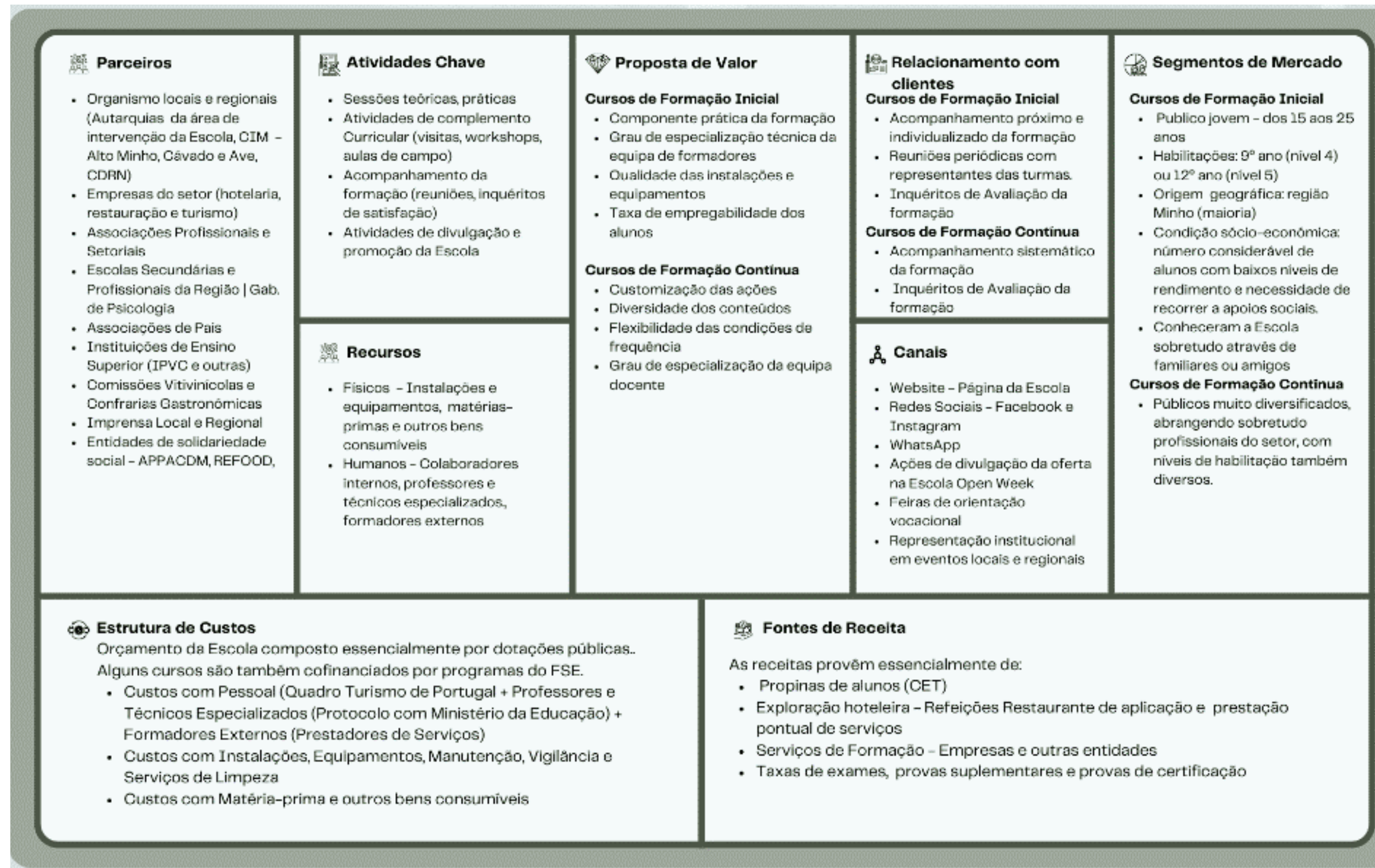
O quê? Formação Especializada dirigida a profissionais e a empresas do setor do turismo.

Para quem? Profissionais do setor do turismo que pretendem aumentar as suas qualificações e empresas que procuram capacitar os seus colaboradores.

Como? Percursos de formação customizados, com conteúdos diversificados e condições de frequência flexíveis.

Proposta de Valor - Formação Contínua

PROPOSTA DE VALOR E MODELO CANVAS



KPI - KEY PERFORMANCE INDICATORS

Os KPI , ou indicadores-chave de desempenho, são métricas utilizadas para avaliar o desempenho de uma organização, equipa ou processo em relação a metas e objetivos específicos. Trata-se de transformar objetivos em resultados, medindo a performance da escola e possibilitando uma gestão que consiga promover melhorias eficazes, com maior facilidade.

Atendendo a que foram definidas duas grandes áreas de formação, com objetivos específicos identificados para cada uma delas, indicam-se em seguida os indicadores de desempenho a adotar para cada uma dessas áreas.

KPI – FORMAÇÃO INICIAL

Indicador	Definição	Métricas/Instrumentos
Taxa de aproveitamento alunos	Mede a eficiência ou sucesso dos alunos na progressão letiva ou conclusão de um curso.	Cálculo da taxa no final do cada semestre letivo.
Taxa de atividade alunos	Mede a proporção de alunos diplomados que encontram emprego na sua área de formação, ou numa área relacionada, ou ainda que prosseguiram estudos, após a conclusão do curso	Cálculo da taxa 3 meses e 6 meses após a conclusão do curso.
Taxa de empregabilidade alunos	Mede a proporção de alunos diplomados que encontram emprego na sua área de formação, ou numa área relacionada, após a conclusão do curso	Cálculo da taxa 3 meses e 6 meses após a conclusão do curso, pela aplicação de inquéritos a ex-alunos.
Taxa de abandono escolar	Indica a percentagem de alunos que abandona a Escola, antes de concluir seus estudos.	Cálculo da taxa no final do cada semestre letivo.
Índice de satisfação, bem-estar e felicidade dos alunos	Avalia o grau de satisfação, bem-estar e felicidade dos alunos.	Aplicação de questionários no final de cada ano letivo. ¹ Feedback das equipas de acompanhamento pedagógico.
Média da avaliação de alunos em formação na escola e na prática em contexto de trabalho (estágio)	Reflete a qualidade do ensino e a capacidade dos alunos de aplicar o que aprenderam.	Cálculo das médias no final do ano letivo e no final dos períodos de estágio
Avaliação de desempenho dos professores	Analisar e medir a eficácia dos formadores no desempenho das suas funções pedagógicas e outras responsabilidades associadas á formação	Aplicação de inquéritos preenchidos pelos alunos, no final de cada semestre (Portal das Escolas do TP) Aplicação do Modelo de Feedback Pedagógico 360°. Processo dirigido pela Direção Pedagógica da Escola, que inclui várias etapas, incluindo a autoavaliação/compromisso individual e a avaliação pelos pares.
Índice de satisfação, bem-estar e felicidade dos professores	Avalia o grau de satisfação, bem-estar e felicidade dos professores.	Aplicação de questionários no final de cada ano letivo.

KPI - FORMAÇÃO CONTÍNUA

Indicador	Definição	Métricas/Instrumentos
Taxa de conclusão	Mede a proporção de participantes que concluíram com êxito um programa de formação em relação ao número total de participantes matriculados no início do curso.	Cálculo da taxa no final de cada ação e produção de relatórios trimestrais com essa informação.
Índice de satisfação dos participantes	Avalia a satisfação dos participantes relativamente aos conteúdos das ações, à performance dos formadores, às metodologias de formação e avaliação, ao acompanhamento das ações, aspetos gerais e sugestões de melhoria.	Aplicação de questionários aos participantes, no final de cada ação e acompanhamento sistemático dos resultados (via Academia Digital do Turismo de Portugal).

Estes são alguns exemplos de indicadores a utilizar, podendo e devendo alargar-se e incluir outros temas que permitam avaliar o desempenho da Escola, incluindo os domínios da Sustentabilidade e Responsabilidade Social, da Inovação e Empreendedorismo, assim como da estratégia de marketing definida.

Será importante visitar estes indicadores regularmente para garantir que continuam alinhados com a estratégia. O acompanhamento consistente de dados fornecerá contributos muito valiosos para ajustar a estratégia e melhorar o desempenho geral da Escola.

FICHA TÉCNICA

Título Projeto Técnico–Pedagógico da Escola de Hotelaria e Turismo de Viana do Castelo

Contributos Ana Freitas, Cláudia Cunha, Diana Rio, Joana Marinho, Luciana Cunha, Marina Santos, Miguel Vaz Pinto e Rosinda Campos

Coordenação e Redação Final Helena Cardoso

Apresentação Gráfica Ana Macedo



INCENTIVAR CARREIRAS DE SUCESSO E FORMAR PESSOAS FELIZES!

TURISMO DE
PORTUGAL



escola de
Viana do Castelo