

Nova diretora do Conrad Algarve quer apostar em jovens talentos

Apostar nos jovens talentos algarvios e ajudar a travar a sazonalidade são os objetivos de Katharina Schlaipfer, a nova diretora geral do Conrad Algarve Hotel

Bruno Filipe Pires | bruno.pires@barlavento.pt

Está desde janeiro à frente do Conrad Algarve, na Quinta do Lago, sucedendo ao austríaco Joachim Hartl. Teve apenas uma semana, em dezembro do ano passado para o *handover* com o antecessor. Katharina Schlaipfer chegou de Florença, onde dirigiu duas propriedades da cadeia Hilton.

Antes, ocupou cargos na França e na Bélgica. Durante o percurso em Itália, participou na abertura do Hilton Molino Stucky, em Veneza, e desempenhou várias funções no prestigiado Rome Cavalieri, Waldorf Astoria Hotels & Resorts.

Portugal, não é, contudo, surpresa para a nova responsável. «O meu irmão trabalhou aqui no Algarve e, por isso, tive oportunidade de passar férias e de explorar bastante bem a região», revelou ao «barlavento».

Questionada sobre o que pensa alterar no modelo de

gestão desta unidade de cinco estrelas, adianta que «a estratégia será atrair mais hóspedes durante a estação baixa e de charneira. Penso que é importante trabalhar em parceria com as autoridades locais de turismo para tentar inverter a sazonalidade. O Algarve está muito representado no Reino Unido, mas acredito que podemos reforçar ainda mais a divulgação e promoção noutros mercados, como a Alemanha e França. Hoje não temos problemas nas ligações aéreas, mas é preciso que as pessoas saibam» aquilo que o destino tem para oferecer, além do golfe.

«Portugal está a tornar-se *in*. Temos visto como Lisboa e o Porto têm crescido em termos turísticos e penso que isso poderá ter um efeito benéfico para o Algarve, especialmente durante a estação baixa, que é para nós muito importante», frisou.

Outro objetivo pessoal de Katharina Schlaipfer é fazer «a diferença no que toca ao desemprego jovem. Queremos dar oportunidade aos talentos locais de ter no seu *Curriculum Vitae* a nossa marca. Isso poderá abrir-lhes portas para uma carreira de sucesso na hotelaria internacional no futuro. Sou muito sensível a esta questão, aliás, já o era na Itália», sublinha.

«Trabalhar com jovens significa que temos de despende mais energia e tempo para os treinar e dar-lhes ainda mais formação. Mas compensa muito. Se tiverem a atitude certa e a motivação, isso irá refletir-se na satisfação dos hóspedes», que hoje, segundo os dados avançados pela diretora, está acima dos 90 por cento.

«É sempre possível melhorar. Repare, que quem fica connosco tem o poder de compra para escolher» outros destinos de férias concorrentes, até os que não competem



Katharina Schlaipfer

diretamente com o Algarve.

Para fidelizar as preferências «é estratégico que tenhamos boas *reviews*», sublinhou. As reservas para o verão de 2017 ainda não esgotaram, mas Katharina Schlaipfer acredita que não terá dificuldade em atingir este objetivo.

O Conrad Algarve posiciona-se nos segmentos de golfe

e *leisure*, e também está vocacionado para acolher famílias. Durante o inverno, a nova diretora geral quer atrair mais negócios e conferências. Além disso, tenciona manter «a ligação e a abertura à comunidade».

Katharina Schlaipfer «quando era jovem, quis conhecer Moscovo e São Petesburgo. Os meus pais não gos-

taram da ideia. Disseram que teria de ganhar o meu dinheiro para a viagem à Rússia. Um amigo da nossa família tinha um hotel em Munique. Pedi-lhe trabalho nas férias de verão. Ele aceitou e comecei a servir os pequenos-almoços». Gostou tanto da experiência que decidiu fazer uma carreira na hotelaria, que já soma 22 anos.

A hospitalidade algarvia não tem concorrência

Katharina Schlaipfer considera que «o Conrad Algarve é um hotel fantástico. É de um luxo acolhedor. Não intimida e é muito confortável. Penso que isso faz os nossos hóspedes sentirem-se desde logo bem-vindos». No entanto, o que faz a diferença «é termos uma equipa portuguesa».

«Creio que as pessoas aqui não têm noção, mas a verdade é que devem sentir-se orgulhosas de Portugal. É verdade. Sou uma grande fã da hospitalidade portuguesa», sublinha a diretora-geral, e justifica a afirmação com a sua experiência pessoal.

«Quando se viaja para trabalhar no estrangeiro, é sempre um desafio perceber

como seremos recebidos. Aqui em Portugal, sempre me senti bem-vinda. Aliás, os nossos hóspedes dão-nos esse *feedback*. Há um sentimento muito genuíno, muito caloroso, na forma como os portugueses recebem quem vem de fora. Não é algo artificial, só porque tem de ser. É uma coisa natural e as pessoas sentem-no. Penso que isto faz toda a diferença», explica.

«Eu já tinha este sentimento, porque ao longo da minha carreira sempre trabalhei com portugueses e só tive boas experiências. São pessoas honestas». Katharina Schlaipfer não consegue prever a duração da sua es-

tadia profissional no Conrad, mas aponta para um mínimo de quatro anos. A viver em Vilamoura, gosta da gastronomia algarvia, da doçaria regional e das praias de Tavira. Monchique recorda-lhe asuateranatal, Garmisch-Partenkirchen, na alta Baviera. Já visitou muitos locais considerados património mundial da UNESCO e vê com bons olhos a intenção do município de Olhão candidatar a Ria Formosa a este estatuto.

«Do meu ponto de vista, penso que reúne todos os requisitos. A oportunidade que os turistas têm de colher e provar as ostras e as amêijoas, por exemplo, é algo de extraordinário», conclui.

Milhões do Algarve 2020 apoiam empresas algarvias

O CRESC Algarve 2020 lançou novos concursos no âmbito do sistema de incentivos, para projetos que se enquadram nas categorias de «inovação produtiva»; «empreendedorismo qualificado e criativo»; «internacionalização das PME»; «qualificação das PME» e «vales oportunidades de investigação», num montante de 12 milhões de euros, divulgou a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Re-

gional (CCDR) do Algarve. Dos concursos agora abertos, «dois são exclusivos para empresas que se localizam na baixa densidade», esclareceu aquela entidade. Os concursos visam conceder apoios financeiros para promover a competitividade das empresas algarvias, sendo que no âmbito dos sistemas de incentivos já foram aprovados 292 projetos empresariais, com um investimento total previsto de cer-

ca de 85 milhões, e um apoio comunitário de cerca de 42 milhões. Estes projetos vão criar cerca de 1100 postos de trabalho, dos quais 31 por cento são qualificados. São elegíveis os mais variados projetos, desde construção, ampliação ou alteração de processos de produção, ou de empresas com menos de dois anos, que contribuam para a promoção do espírito empresarial, exemplificou a CCDR.