



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Gestão Hoteleira

Dissertação de Mestrado

**A importância dos websites na divulgação da sustentabilidade
ambiental nos hotéis de 4 e 5 estrelas em Portugal Continental.**

Joana Nunes Franco

Orientador: Professor Doutor Eduardo Manuel Machado de Moraes
Sarmento Ferreira

Setembro 2022

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Gestão Hoteleira

A importância dos websites na divulgação da sustentabilidade ambiental nos hotéis de 4 e 5 estrelas em Portugal Continental.

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para obtenção do grau de Mestre em Gestão Hoteleira

Joana Nunes Franco

Orientador: Professor Doutor Eduardo Manuel Machado de Moraes
Sarmento Ferreira

Setembro 2022

Dedico este trabalho à minha mãe, pela força, resiliência e determinação que demonstra ter diariamente.

AGRADECIMENTOS

A elaboração de um mestrado e posteriormente uma dissertação, é um compromisso que deve ser assumido desde o primeiro dia. Sem a existência de esforço, trabalho e dedicação tudo se pode tornar mais difícil, portanto é necessário que exista um equilíbrio entre o querer fazer e o desenvolvimento efetivo.

Com isto, o apoio familiar, os amigos e todos os professores são de facto pilares importantes e estruturantes que permitem direccionar o objetivo no caminho certo. Quero agradecer a toda a minha família, mais concretamente à minha mãe Cristina e ao meu pai Carlos, e ao meu avô Eduardo por nunca me deixarem desistir, sempre me fazerem acreditar que todos os sonhos são possíveis e concretizáveis e que pela força, amor e trabalho se consegue tudo. São sem dúvida, exemplos de vida que me direccionam no caminho certo diariamente.

De seguida quero agradecer ao Tiago, pelo orgulho que tem em mim, pelo carinho e ânimo que me dá e pela força que me sustenta e enriquece. Obrigada.

Ao Professor Eduardo Sarmento, que para além de orientador desta dissertação, tornou-se muitas vezes um amigo, um alento, uma fonte de esperança e de otimismo. Sem si, tudo o que neste momento se tornou concretizável, não era possível. É um exemplo de ser humano e de profissional. Muito obrigada, Professor.

A todos os meus professores que se cruzaram no meu caminho, que me abriram portas aos sonhos, que me fizeram gostar de tanta coisa, que me ensinaram valores e éticas que se tornam hoje, faróis que me levam a querer mais e a ser mais todos os dias.

Aos amigos, aqueles que acreditam em mim, que dão suporte, que felicitam nas vitórias e que dão vigor e consolação nas derrotas, sabendo sempre que fazem parte da vida. Em particular, à minha Isabel.

No fundo, quero agradecer a todos os que se cruzaram na minha vida, aos que ficaram e aos que já foram embora, porque todos me trouxeram algo de importante, para que, hoje eu possa ter mais força e determinação para alcançar todos os objetivos a que me proponho e acreditar que os sonhos são muito mais do que o imaginável.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	3
ÍNDICE GERAL	4
ÍNDICE DE FIGURAS	7
ÍNDICE DE GRÁFICOS	8
ÍNDICE DE TABELAS	9
RESUMO.....	11
ABSTRACT	12
GLOSSÁRIO	13
Capítulo I – INTRODUÇÃO	14
1.1. Pertinência do tema.....	15
1.2. Problemática da investigação.....	16
1.3. Objetivos de investigação	16
1.4. Estrutura da dissertação	17
Capítulo II – REVISÃO DA LITERATURA	19
2.1. A evolução da internet	19
2.2. Importância da internet	24
2.2.1. O conceito de internet	24
2.2.2. A importância da internet na hotelaria	25
2.3. Organização e importância dos <i>websites</i>	26
2.3.1. O conceito de websites.....	26
2.3.2. A organização de um website.....	27
2.3.3. A importância de um website na estratégia de comunicação dos hotéis.....	28
2.4. A sustentabilidade ambiental nos hotéis e os desafios atuais	30
2.4.1. A sustentabilidade	30

2.4.2. A sustentabilidade ambiental	31
2.4.3. A sustentabilidade ambiental na hotelaria.....	32
2.4.4. Os desafios atuais da sustentabilidade nos hotéis	34
Capítulo III – CARACTERIZAÇÃO DA HOTELARIA EM PORTUGAL.....	36
3.1. Análise dos fluxos turísticos em Portugal Continental em hotéis.....	36
3.1.1. Análise dos mercados emissores em 2019	36
3.1.2. Análise dos mercados emissores em 2020	37
3.1.3. Análise dos fluxos turísticos em Portugal Continental – 2021	40
3.2. Comparação de dormidas em Portugal Continental, na hotelaria, entre os anos de 2019 até 2021	41
3.3. Taxas de ocupação quarto em Portugal Continental em hotelaria, entre 2019 e 2021, por NUTS II.....	43
3.3.1 Taxa de ocupação quarto em 2019 NUTS II.....	43
3.3.2. Taxa de ocupação quarto em 2020 NUTS II.....	44
3.3.3. Taxa de ocupação quarto em 2021 NUTS II.....	45
3.4. Número de estabelecimentos hoteleiros, por região NUT II, entre 2019 e 2020.	46
Capítulo IV – METODOLOGIA	48
4.1. Modelo conceptual.....	48
4.2. Métodos e abordagens de pesquisa	52
4.2.1. Método de investigação: metodologia qualitativa	52
4.2.2. Abordagem de pesquisa: netnografia	53
Capítulo V – ESTUDO DE CASO E ANÁLISE DOS DADOS.....	56
5.1. Caracterização do universo	56
5.2. Caracterização da amostra	57
5.2.1. NUT Norte: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas	58

5.2.2. NUT Centro: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas	64
5.2.3. NUT Área Metropolitana de Lisboa: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas	67
5.2.4. NUT Alentejo: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas	74
5.2.5. NUT Algarve: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas	76
5.3. Análise dos dados	82
5.3.1. NUT Norte: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis	83
5.3.2. NUT Centro: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis	85
5.3.3. NUT Área Metropolitana de Lisboa: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis	86
5.3.4. NUT Alentejo: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis	87
5.3.5. NUT Algarve: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis	88
CAPÍTULO VI - Conclusões e direções para futuras pesquisas	91
REFERÊNCIAS	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Estrutura da dissertação (Fonte: elaboração própria)	18
Figura 2 -O ciclo de evolução da internet. (Fonte: Bezaiah, Hutchison, King & Race, 2020, Internet Evolution: Critical Issues. Lancaster University, pp.6)	20
Figura 3 - Internet Users Over Time. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).	21
Figura 4 - Internet Adoption. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).	22
Figura 5 - Overview of Internet Use. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).	23
Figura 6 - Main Reasons for Using the Internet. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).	23
Figura 7 - Modelo de investigação de Quivy e Campenhoudt. (Fonte: Quivy & Campenhoudt. 1998, pp. 27).	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Número de chegadas a Portugal por hóspedes estrangeiros. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2020).	36
Gráfico 2 - Mercados emissores com maior relevância em Portugal. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2020).	37
Gráfico 3 - Número de chegadas a Portugal por hóspedes estrangeiros – 2020. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2021).	38
Gráfico 4 - Comparação de Mercados Emissores em Portugal entre 2019 e 2020. (Fonte: 2elaboração própria - adaptado de INE 2020 e 2021).	39
Gráfico 5 - Mercados emissores com maior relevância em Portugal - 2021. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Turismo de Portugal 2022).	40
Gráfico 6 - Comparação de dormidas em Portugal, na hotelaria, entre os anos de 2019 até 2021. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).	42
Gráfico 7 - Taxa de ocupação por quarto, em 2019, NUTS II em hotéis. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).	43
Gráfico 8 - Taxa de ocupação por quarto, em 2020, NUTS II em hotéis. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).	44
Gráfico 9 - <i>Taxa de ocupação por quarto, em 2021, NUTS II em hotéis. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).</i>	45
Gráfico 10 - Número de estabelecimentos hoteleiros, por região NUTS II, entre 2019 e 2020. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2019 e 2020).	46

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Principais aspetos na organização de um website. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Garrett, Chiu, Zhang & Young, 2016).....	27
Tabela 2 - Número de hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental, distribuídos pelas NUTS II (Fonte: elaboração própria – adaptado Turismo de Portugal 2022).....	56
Tabela 3 - NUT Norte – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 6, 11, 14, 18, 19, 21, 31, 46, 47, 51, 56, 59, 62, 76, 78, 79, 91, 109, 111, 113, 117, 127, 128, 129, 131, 143, 173, 174, 181 e 182).....	62
Tabela 4 - NUT Norte – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 52, 54, 57, 59, 67, 96, 101, 126, 147 e 152).....	64
Tabela 5 - NUT Centro – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 5, 13, 22, 23, 27, 32, 35, 41, 58, 59, 71, 80, 85, 98, 102, 116, 135, 159, 168 e 169).....	67
Tabela 6 - NUT Centro – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 15, 30 e 130).....	67
Tabela 7 - NUT Área Metropolitana de Lisboa – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria- com base na bibliografia 2, 3, 4, 24, 26, 28, 33, 42, 45, 59, 68, 69, 70, 74, 77, 86, 88, 94, 99, 100, 103, 107, 108, 125, 134, 138, 146, 148, 150, 156, 158, 160, 170, 171 e 172).....	71
Tabela 8 - NUT Área Metropolitana de Lisboa – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 25, 38, 39, 40, 49, 50, 55, 59, 63, 65, 82, 95, 97, 105, 112, 115, 118, 121, 124, 132, 139, 149, 151, 154, 157 e 180).....	74
Tabela 9 - NUT Alentejo – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 17, 20, 34, 43, 53, 106, 141, 142, 163, 164, 175 e 176).....	75
Tabela 10 - NUT Alentejo – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 12, 48, 90 e 92)...	76

Tabela 11 - NUT Algarve – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 7, 8, 9, 10, 29, 36, 44, 60, 61, 72, 73, 75, 84, 87, 89, 104, 110, 114, 120, 123, 136, 162, 165, 166, 167, 177, 178 e 179).	78
Tabela 12 - NUT Algarve – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 1, 16, 37, 64, 66, 81, 83, 93, 119, 122, 133, 137, 140, 144, 145, 153 e 155).	81
Tabela 13 - Comparação percentual de hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria).	81
Tabela 14 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Norte. (Fonte: elaboração própria – adaptado da plataforma Booking 2022).	84
Tabela 15 -Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Norte. (Fonte: elaboração própria).....	84
Tabela 16 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Centro. (Fonte: elaboração própria). ...	85
Tabela 17 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Centro. (Fonte: elaboração própria).	86
Tabela 18 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Área Metropolitana de Lisboa. (Fonte: elaboração própria).	87
Tabela 19 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Alentejo. (Fonte: elaboração própria)..	88
Tabela 20 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Alentejo. (Fonte: elaboração própria). ..	88
Tabela 21 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Algarve. (Fonte: elaboração própria). .	88
Tabela 22 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Algarve. (Fonte: elaboração própria). ...	89
Tabela 23 - Análise sucinta dos três critérios de amostragem do estudo de caso. (Fonte: elaboração própria).	90

RESUMO

O turismo é um dos setores económicos com mais influência a nível global e, tendencialmente, com um desenvolvimento e progresso exponencial. Com isto, é importante a adoção de estratégias que tornem o crescimento sustentável e responsável sem que, consequentemente exista uma degradação negativa dos setores adjacentes.

A sustentabilidade é atualmente debatida em inúmeras áreas de atuação dado que, a consciencialização e integração de todas as instâncias integrantes é um estágio importante para que os objetivos comuns sejam atingidos. Sabendo que, as unidades hoteleiras existentes, mais concretamente em Portugal Continental, são responsáveis pela emissão de fatores poluentes para o meio ambiente, o objetivo desta dissertação, é estudar precisamente a (in)existência de práticas sustentáveis ambientais que promovam uma melhor conduta, e se a mesma se traduz na forma de comentário de um cliente.

Sabendo que estamos numa Era tecnológica, e que progressivamente, a marcação de viagens e de estadias é efetuada online, este trabalho focou-se na análise dos websites dos hotéis para a verificação da existência ou não de práticas sustentáveis e nas plataformas de marcação de viagens, mais concretamente na Booking, para a análise dos comentários dos clientes, relativamente aos hotéis de quatro e cinco estrelas em Portugal Continental.

Neste trabalho serão estudados, para uma melhor compreensão e integração do foco de interesse, inúmeras matérias que conduziram à integração do estudo de caso. Primeiramente será efetivado um enquadramento sobre a pertinência do tema, o estudo central da dissertação e os objetivos propostos, de seguida, serão estudados temas que permitirão conduzir a investigação de forma mais concisa e clara, depois será efetuada uma análise geral da hotelaria em Portugal Continental, logo após serão demonstrados os métodos de análise a serem utilizados, neste caso a netnografia e a metodologia qualitativa, posteriormente será efetuado o estudo de caso e por fim as conclusões a serem retiradas do mesmo.

Palavras-chave: Turismo, Sustentabilidade, Ambiente, Hotéis, Portugal Continental, *Reviews*.

ABSTRACT

Tourism is one of the most influential economic sectors at a global level with exponential development and progress. With this, it is important to adopt strategies that make growth sustainable and responsible without a negative degradation of adjacent sectors.

Sustainability is currently debated in numerous areas of activity, given that, the awareness and integration of all participating bodies, is an important stage for achieving common goals. Knowing that the existing hotel units, specifically in Portugal, are responsible for the emission of polluting factors into the environment, the objective of this dissertation is to study precisely the (in)existence of sustainable environmental practices that promote better behavior, and whether it translates into the form of a customer's comment.

Knowing that we are in a technological era, and that the booking of trips and stays is progressively carried out online, this work focused on the analysis of hotel websites to verify the existence or not of sustainable practices and on travel platforms, specifically on Booking, to analyze customer comments regarding four- and five-star hotels in Portugal.

In this work will be studied, for a better understanding and integration of the focus of interest, numerous subjects that led to the integration of the case study. Firstly, a framework will be carried out on the relevance of the topic, the central study of the dissertation and the proposed objectives, then topics will be studied that will allow conducting the research in a more concise and clear way, then a general analysis of the hotel industry in Portugal. Then the analysis methods to be used will be demonstrated, in this case the netnography and the qualitative methodology, later the case study will be carried out and finally the conclusions to be drawn from it.

Keywords: Tourism, Sustainability, Environment, Hotels, Portugal, Reviews.

GLOSSÁRIO

AML - Área Metropolitana de Lisboa;

ARPA - Advanced Reasearch Project Agency;

ARPANET - Advanced Research Projects Agency Network;

B2B - Business-to-Business;

INE - Instituto Nacional de Estatística;

IoT- Internet of Things;

LED - Light Emitting Diode;

NSFNET - National Science Foundation Network;

NUT - Nomenclatura das Unidades Territoriais para Fins Estatísticos;

OTA - Online Travel Agency;

WEBUSE - WEBSITE usability Evaluation Tool;

Capítulo I – INTRODUÇÃO

A presente dissertação pretende estudar a importância que os websites traduzem relativamente à divulgação da sustentabilidade ambiental, mais concretamente nos hotéis de quatro e cinco estrelas em Portugal Continental.

No início da Revolução Industrial, o debate sobre o potencial que os negócios têm ao causar impactos negativos no meio ambiente, começou a ser abordado de forma mais insistente. Neste contexto, é de assinalar que os economistas deliberaram a necessidade de análise entre a convergência das causas e soluções referentes ao ambientalismo (Bergquist, Cole, Ehrenfeld, King & Schendler, 2019).

A hotelaria tem sido progressivamente abordada como sendo uma atividade de destaque, dado que é um dos setores económicos com maior importância. No entanto, é inegável que o crescimento global da atividade hoteleira tem provocado perturbações ao nível ambiental (Alexander, 2002). Perante este facto, as empresas têm adotado estratégias que procuram adaptar-se ao conceito de desenvolvimento sustentável, a fim de se enquadrarem com os recentes padrões de competitividade que, atualmente, se articulam com a consideração pelo meio ambiental (Andrade, Tachizawa & Carvalho, 2002).

A sustentabilidade, presentemente, não é apenas um conceito ambicionável, mas é também uma estratégia que permite que os negócios sejam responsáveis pelas suas atuações (Parsa, Narapareddy, Jang, Segarra-Oña & Chen, 2015). Desta forma, compreende-se o motivo pelo qual a questão da preservação ambiental tem sido, gradualmente, um elemento integrante do modelo de negócios de muitas organizações hoteleiras, dado que é possível, alcançar vantagem competitiva sobre os concorrentes e benefícios internos.

Muitos gestores hoteleiros promovem a utilização de práticas sustentáveis dado que, estão consciencializados dos benefícios potenciais que podem surgir. A sustentabilidade é assim uma opção que pode ser desenvolvida e incorporada na atuação dos diferentes hotéis e que pode causar inúmeras vantagens, tanto internamente, como também, a nível externo, mais concretamente, no posicionamento com os concorrentes e na relação com os clientes (Bruns-Smith, Choy, Chong & Verma, 2015).

1.1. Pertinência do tema

Os problemas mundiais relacionados com as questões ambientais estão crescentemente a serem revistos e analisados de forma consecutiva e consciente. Sabendo que, a hotelaria, é uma das atividades económicas com maior valor, este tema foi decidido de forma a constatar o modo como a divulgação das práticas sustentáveis, por parte dos hotéis através dos websites, impacta os consumidores.

A apreensão com os elementos ambientais era, anteriormente, limitada a grupos reduzidos de investigadores, cientistas e políticos, posteriormente exteriorizou-se para extensas áreas da sociedade, dado que os níveis de deterioração estão a crescer celeremente a nível mundial (Barbieri, 2016).

De acordo com as autoras, Sartori, Latrónico e Campos (2014), a sustentabilidade integra diferentes desafios que têm que ver com a inclusão de três diferentes fatores: economia, ambiente e sociedade. Por outro lado, as vertentes institucionais, as possíveis consequências futuras que poderão advir das medidas do presente e a consciencialização e integração da sociedade também são alvo de análise relativamente aos desafios que se colocam.

De acordo com Porter e Kramer (2006), diversos negócios já atuaram de forma a progredir nas questões relativas aos problemas relacionados com a responsabilidade social e ambiental, no entanto, as ações tomadas não foram suficientemente consistentes para alcançar os resultados esperados.

A par do que já foi referido, com o surgimento dos novos turistas, a tendência será para que as organizações possam progressivamente manifestar confiança e ambição no progresso de resultados ambientalmente ponderados e de aplicações de capital mais sustentáveis (Lima & Partidário, 2002).

Ainda que continuem a aumentar as estratégias implementadas relacionadas com turismo sustentável para fazer face à procura dos consumidores turísticos por produtos “green”, as investigações relacionadas com a forma como os turistas reagem às diferentes estratégias sustentáveis ainda são diminutas (Borin, Lindsey-Mullikin, e Krishnan, 2013). Com o exposto, e de forma a contribuir positivamente para mais análises e ações relativamente à sustentabilidade e a forma como impacta os consumidores turísticos,

decidiu-se elaborar esta dissertação para que, conseqüentemente, exista uma maior consciencialização das mudanças que estão a ocorrer e das repercussões futuras que poderão advir.

1.2. Problemática da investigação

A sustentabilidade é uma questão a ser fortemente desenvolvida na hotelaria e com crescente desenvolvimento nos diferentes modelos de negócio dos hotéis. Com isto, e embora ainda não existam análises e investigações suficientes referentes à forma como as medidas sustentáveis podem ser refletidas na experiência do consumidor turístico na forma de comentário, ou seja, se o fator sustentável é impactante o suficiente para que se revele numa *review*, ou se, por outro lado, ainda existem outros condicionantes que são mais importantes a relatar.

O mercado está em constante mudança e os consumidores mudam a sua perceção relativa ao produto mediante as suas condutas individuais, neste sentido, cada pessoa dispõe de opções que se irão refletir nas suas atuações (Silva, 2012).

A generalidade das unidades hoteleiras iniciou a implantação de métodos “*green*”, mas não tem garantias que estas práticas irão influenciar os turistas durante a sua experiência. Para além do exposto, existem inúmeras pesquisas sobre a conduta do consumidor em “*green hotels*” em países desenvolvidos, mas permanece uma carência de estudos no que concerne a países em desenvolvimento. Deste modo, a insuficiência de investigações sobre a idiossincrasia do turista em hotéis ecológicos necessita de uma análise detalhada sobre a escolha dos consumidores e também no contributo que a sustentabilidade tem relativamente ao progresso de prioridades de seleção (Verma & Chandra, 2018).

1.3. Objetivos de investigação

O propósito dos objetivos do estudo é especificar as linhas de investigação, de acordo com o patamar de informações estabelecidas relativamente ao foco do conteúdo (Reis, 2010).

A presente dissertação pretende, de um modo geral e global, identificar a importância que os *websites* referentes aos hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental,

podem ter na divulgação das práticas de sustentabilidade ambiental. Com isto, e de forma a alcançar o objetivo de investigação proposto, a dissertação irá reger-se pelos seguintes objetivos específicos:

1. Estudar a importância atual que os websites têm num negócio hoteleiro;
2. Compreender se os hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal comunicam eficazmente as suas práticas sustentáveis através dos *websites*;
3. Aferir se existe uma divulgação adequada nos *websites*, por parte das unidades hoteleiras, relativamente às práticas sustentáveis;
4. Identificar se as preocupações sustentáveis por parte dos hotéis se traduzem, num comentário e/ou *review*, no final da experiência do turista.

1.4.Estrutura da dissertação

Neste subcapítulo o objetivo é demonstrar ao leitor de que forma a dissertação irá ser estruturada e dividida, de modo a facilitar a compreensão e análise do estudo efetuado.

À priori, serão apresentados os seguintes elementos: dedicatória, agradecimentos, índice geral, índice de figuras, índice de gráficos, índice de tabelas, resumo e palavras-chave, *abstract and key words* e glossário. Estes constituintes são partes integrantes de uma dissertação que permitem uma estrutura organizacional standard com método e critério.

A presente dissertação estará dividida por seis capítulos chave: a introdução, revisão da literatura, caracterização da hotelaria em Portugal, metodologia, estudo e apresentação de resultados e, por fim, conclusões e direções para futuras pesquisas. Os capítulos mencionados estão repartidos em subcapítulos que se direcionam para diferentes áreas de pesquisa relevantes para o estudo, mas sempre focadas no cerne do tema. É importante referir que a organização da estrutura será feita do geral para o particular, isto é, os temas mais abrangentes serão abordados primeiramente e de seguida serão expostos assuntos com características mais específicas.

Para um melhor domínio do exposto anteriormente, será elaborado um esquema que contém os capítulos e subcapítulos compreendidos nesta investigação.

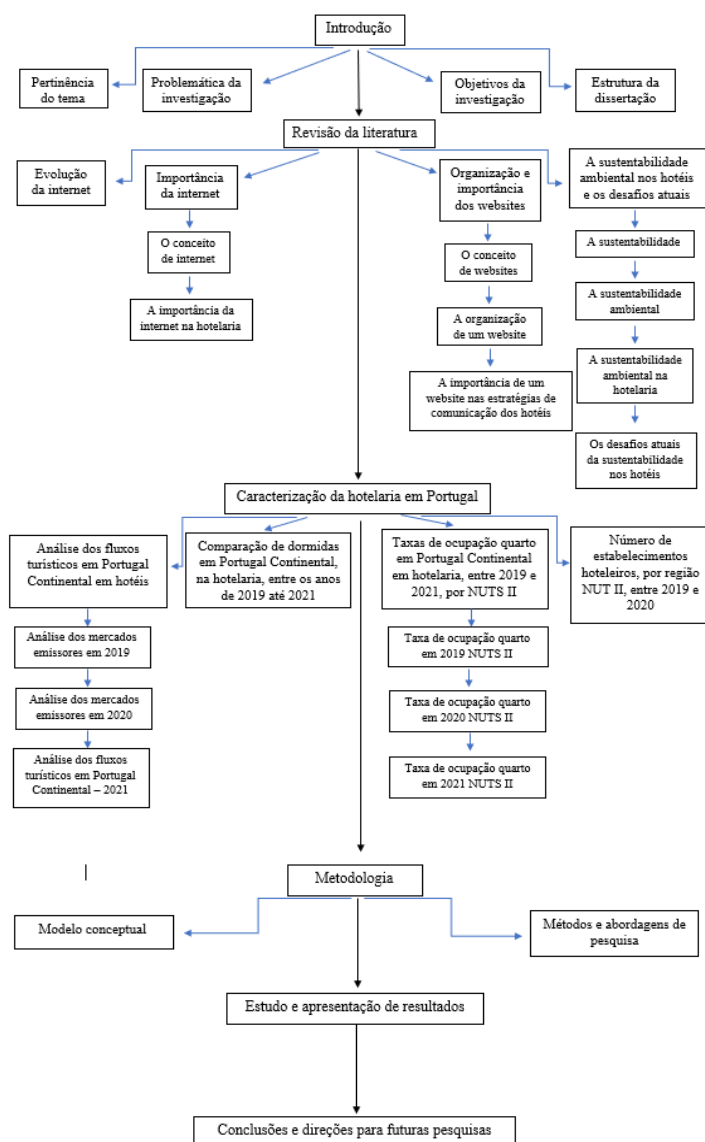


Figura 1 - Estrutura da dissertação (Fonte: elaboração própria)

Na figura 1 acima representada estão expostos os capítulos e subcapítulos que vão estar contidos na presente dissertação. A elaboração desta figura tem como objetivo caracterizar, de forma sucinta e clara, os meios que irão ser estudados de modo a finalizar o estudo e ir de encontro aos objetivos propostos.

Capítulo II – REVISÃO DA LITERATURA

O presente capítulo visa compilar um conjunto de conceitos e designações que permitem obter uma melhor compreensão do estudo a ser efetuado. Com isto, a informação recolhida servirá de base para a restante investigação.

2.1. A evolução da internet

A internet tem evoluído progressivamente e com tendência para uma crescente massificação a nível mundial. Atualmente, os indivíduos, as empresas, as organizações, a sociedade e todas as áreas afetas ao contexto socioeconómico, político e cultural têm claramente, planos definidos assentes em diversas áreas tecnológicas para que, consequentemente, exista uma maior facilidade nos processos e serviços.

Atualmente, não é possível negar a importância da internet como parte integrante da estrutura da comunicação. A evolução e o passado desta ferramenta é algo ainda pouco aprofundado, tal como os websites que conjugam a evolução dos *media* bem como da internet. Assim este estudo pode ser considerado um modelo de investigação emergente (Brügger, 2009).

A ARPA, foi criada em outubro de 1957 por Eisenhower com a intenção de ampliar programas referentes ao espaço e a satélites. Posteriormente a este acontecimento surgiu a rede de computadores que foi desenhada por universidades distintas: Universidade da Califórnia (Los Angeles e Santa Bárbara) e Universidade de Utah. Foi então que a ARPANET, no dia 1 de dezembro de 1969 surgiu, cujo principal foco era o desenvolvimento e progresso do email. Em 1990, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos da América (EUA) permuta a ARPANET pela rede NSFNET, que se difundiu mundialmente com a designação de Internet (Almeida, 2005).

Escobar, Hess, Licha, Sibley, Strathern & Sutz (1994) defendem que a evolução dos meios tecnológicos têm sido primordiais para o surgimento e fortalecimento de sistemas contemporâneos. Os autores reforçam ainda que, os estudos relativos à internet estão a modificar definitivamente os conceitos padronizados. Na abordagem habitual a tecnologia é identificada como uma ferramenta ou máquina, no entanto, atualmente os conceitos têm sido modificados e a internet tem provada a sua efetividade na contribuição do avanço económico.

O avanço tecnológico e a progressão desenvolvida em torno da internet superaram todas as perspectivas. O login remoto, a permutação de arquivos e as aplicações de email evoluíram para sistemas de áudio e vídeo. A partir desse momento as plataformas de *streaming* de vídeo, a evolução das redes sociais, a voz sobre IP, as *clouds* e os negócios desenvolvidos através da internet tornaram-se ubíquos que qualquer falha ou ameaça proveniente de um crime tecnológico ou uma má operação da rede, tem sérias repercussões no que concerne ao funcionamento de departamentos políticos, económicos ou até mesmo sociais. Isto demonstra a dependência geral e universal existente desta ferramenta (Bezahaf, Hutchison, King & Race, 2020).

A evolução da internet pode ser vista mediante oito elementos que formam um ciclo. Estes componentes poderão ser observados através da seguinte figura:



Figura 2 -O ciclo de evolução da internet. (Fonte: Bezahaf, Hutchison, King & Race, 2020, *Internet Evolution: Critical Issues*. Lancaster University, pp.6)

As oito ferramentas destacadas na figura supra são cruciais na evolução da internet. Quando ocorre um novo acontecimento isso faz com que exista uma estruturação arquitetónica na internet que, providencia novos moldes de atuação, isto viabiliza novos comportamentos, assim, estas atuações acionam novas premissas. Este ciclo demonstra a conjuntura evolutiva da internet, bem como os pontos adjacentes desde as origens até à próxima geração da rede (Bezahaf et al., 2020).

Um dos atores que fez com que o procedimento da internet evoluísse foi a atual situação pandémica, isto é, a situação que ocorre atualmente fez com que muitas empresas,

repensassem a sua forma de atuação no mercado com o auxílio de meios tecnológicos devido às mudanças de comportamento e às limitações ao nível de movimentação (Cvetkovski & Tomanović, 2021). Quando a pandemia, em 2020, surgiu, a internet sofreu um aumento progressivo de utilizações, nomeadamente em videochamadas, devido ao teletrabalho e conferências familiares (Bezahaf et al., 2020).

Para o estudo sobre a evolução da internet, é de extrema importância analisar determinados indicadores que nos dão matrizes claras e eficazes, do crescimento desta ferramenta a nível global. De acordo com os dados obtidos, no portal da DataReportal, onde existem indicadores estatísticos que nos permitem obter informações, vão ser apresentadas várias figuras que possibilitam depreender vários parâmetros de análise, nomeadamente sobre a crescente utilização da internet.

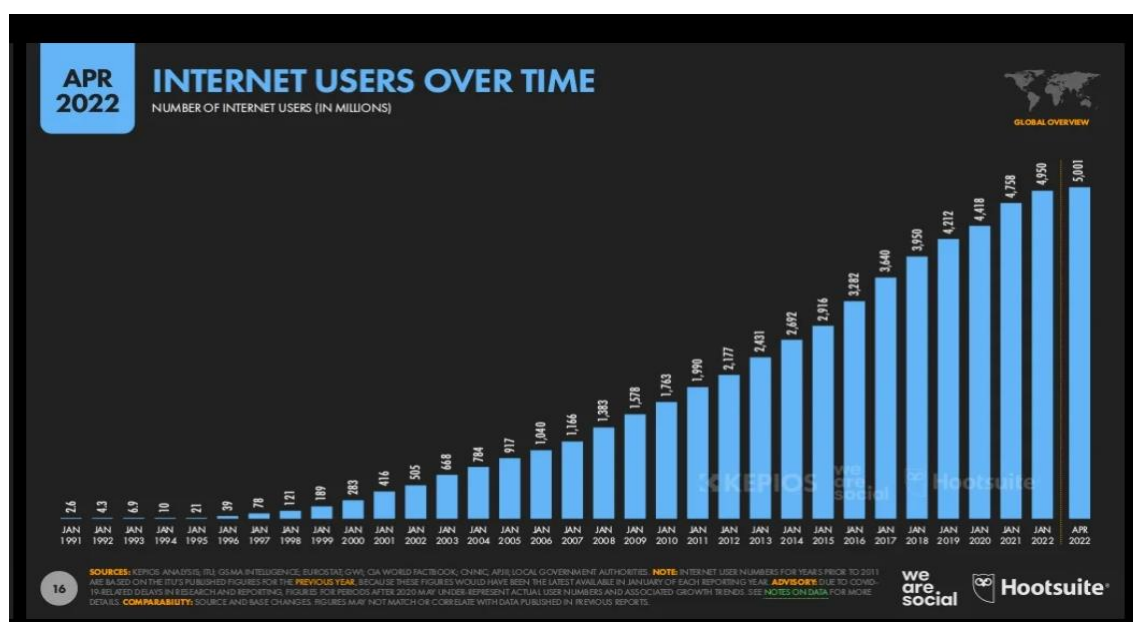


Figura 3 - Internet Users Over Time. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).

De acordo com a imagem supra, a internet é uma ferramenta que tem sido evolutiva e crescente ao longo dos tempos. É perceptível identificar que em janeiro de 1991 os utilizadores da internet eram apenas de 2,6 milhões de pessoas, com o crescimento acentuado da tecnologia e com o avanço e desenvolvimento da internet no quotidiano diário, em abril de 2022, o número de utilizadores cresceu mais do dobro relativamente ao primeiro ano de análise (5,001 mil milhões de pessoas).

Através da mesma plataforma de dados estatísticos é perceptível depreender, globalmente, através da figura infra, quais as regiões continentais a terem uma maior aceitação e admissão da internet.

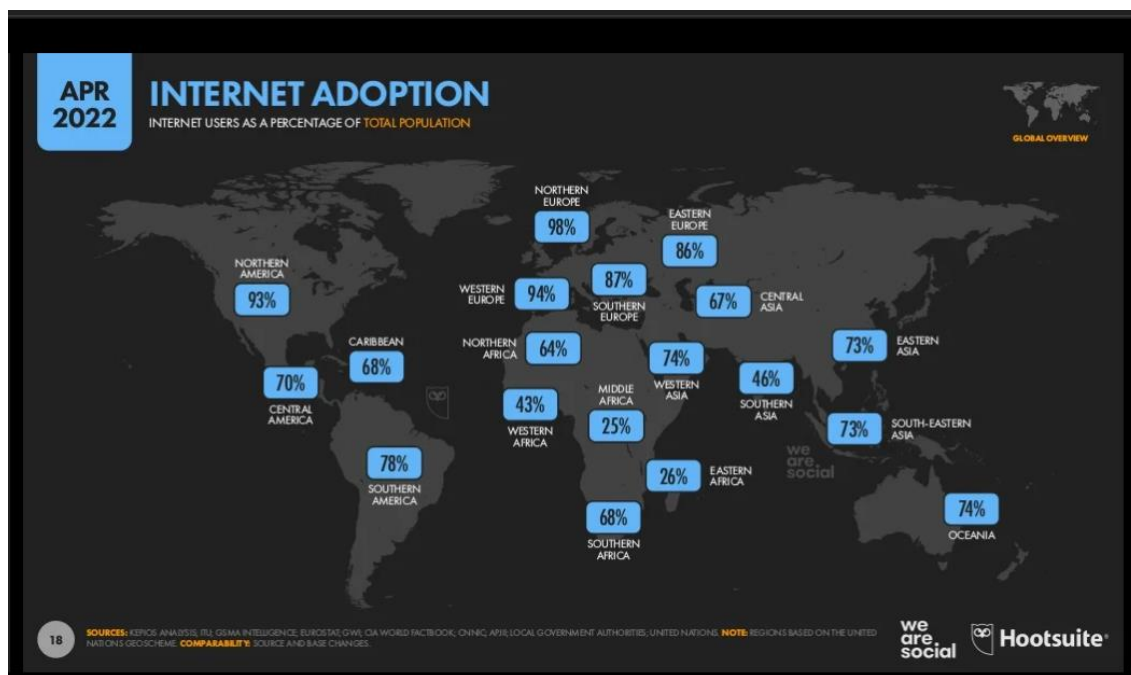


Figura 4 - Internet Adoption. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).

Na imagem acima representada é perceptível que, os países contidos no norte da Europa, são os que têm maior percentagem de admissibilidade da internet, com 98%. Já os países pertencentes à África Central adotaram ferramentas tecnológicas, contudo apresentam apenas uma percentagem de aceitação de 25%, este número pode estar interligado com o facto de muitos dos países que pertencem a esta região serem pouco desenvolvidos, ou seja, elementos como a saúde, cultura, desenvolvimento financeiro/económico e político, serem áreas vitais e fulcrais atualmente, e os mesmos apresentarem parâmetros de desenvolvimento deficitários, insuficientes e desfavoráveis.

A figura 5 demonstra uma perspetiva geral da utilização da internet, em abril de 2022, ao nível global. De acordo com o estudo, o número total de utilizadores é de 5 biliões de pessoas, cujo a sua representatividade em percentagem é de 63%. Assim, e devido ao desenvolvimento fugaz das tecnologias, existe um crescimento anual de utilizadores de +4.1%. A média diária de horas de utilização é 6 horas e 53 minutos, sendo que a internet, num modo geral é mais utilizada através dos telemóveis (92.4%).

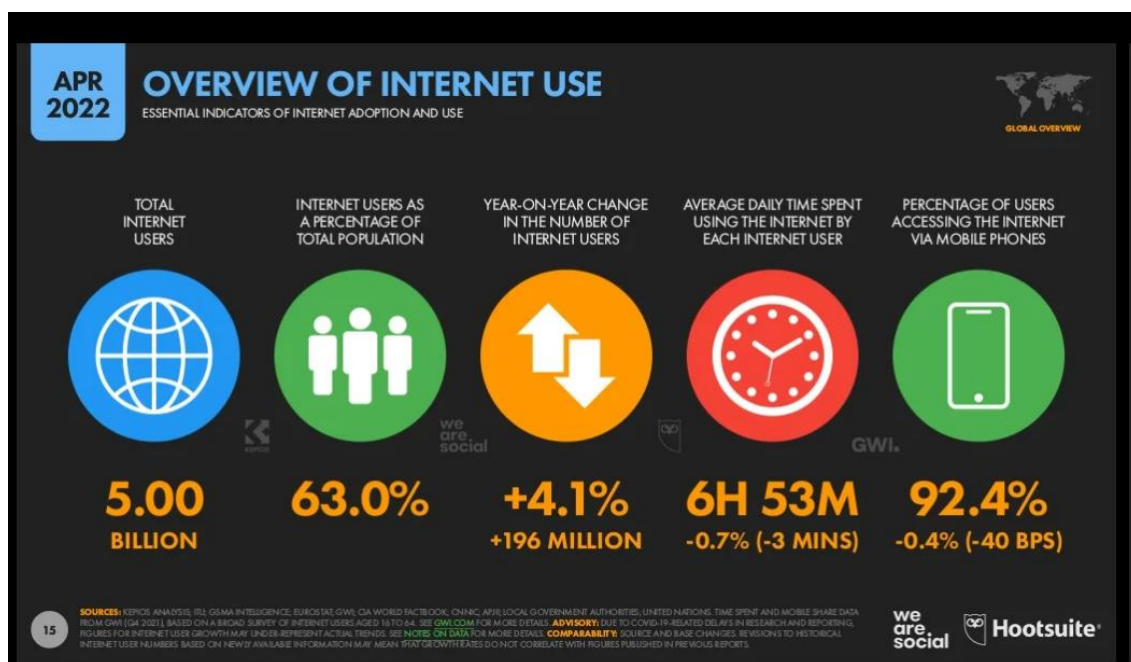


Figura 5 - Overview of Internet Use. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).

Outra das métricas com bastante relevância a ser analisada é a motivação ou razão que leva a população em geral a utilizar a internet.

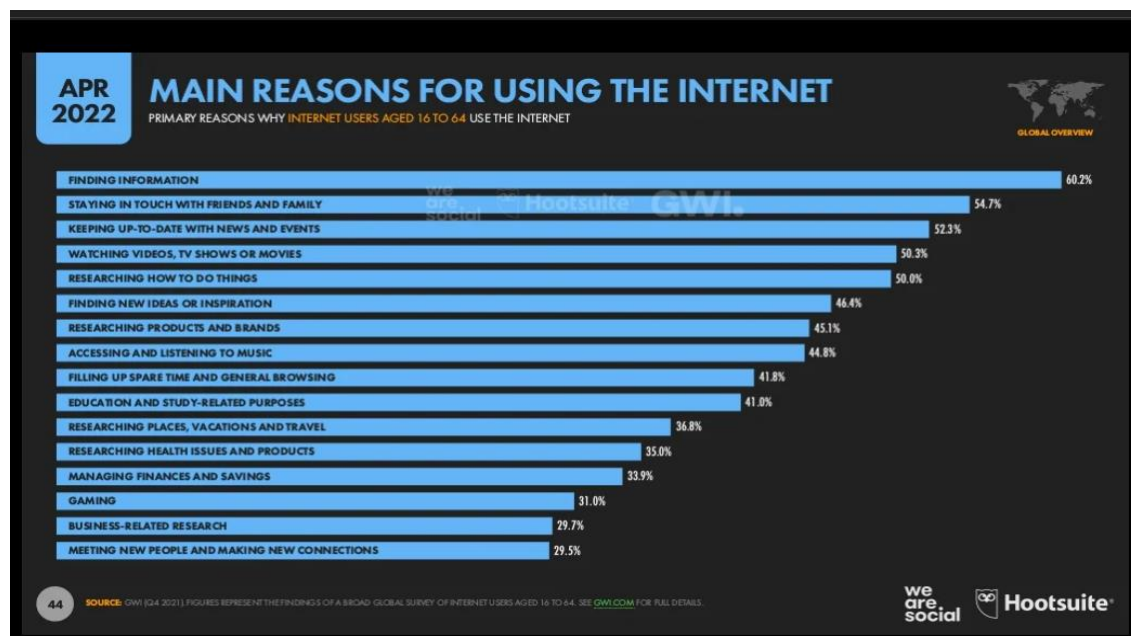


Figura 6 - Main Reasons for Using the Internet. (Fonte: DataReportal, obtido a 05 de maio de 2022).

Na figura supra, o indicador com maior relevância para a utilização da internet, com 60.2%, é a procura de informação, com 45,1%, a procura por marcas e produtos também é destacada no que concerne a utilização da internet. Por fim, a pesquisa relativamente a

destinos turísticos, férias ou serviços/ produtos representa 36.8% das razões que levam os consumidores a utilizarem a internet.

2.2. Importância da internet

A internet está tendencialmente a ser vista como uma fonte impulsionadora de negócios, empresas, organizações e até mesmo da sociedade, ao invés de ser vista como uma ferramenta de trabalho porque permite alavancar medidas económicas, sociais, políticas e ambientais, através por exemplo, do marketing, promoção, gestão e divulgação.

2.2.1. O conceito de internet

A internet atualmente é parte integrante do quotidiano da sociedade e está a modificar integralmente o contexto da transmissão científica, englobando práticas mais atuais e moldes distintos relativos à intercomunicação entre os elementos do conjunto de pesquisas (Campello, Cendón & Kremer, 2000).

Cunha e Cavalcanti (2008), conceptualizam internet como sendo uma interligação de computadores com cobertura mundial onde abrange um protocolo comumente utilizado de comunicações (o tcp/ip). Teve origem a partir da ARPANET e atualmente interliga todos os constituintes mundiais.

Depois de surgir a internet, esta ferramenta esteve sujeita a um desenvolvimento e progresso que permitiu, com o auxílio de investigadores, cientistas e peritos na área, desenvolver um novo conceito que interliga a internet com ferramentas altamente tecnológicas. Com o exposto, originou-se o conceito de internet das coisas.

Para Galeale, Siqueira, Silva & Souza (2016), a Internet das Coisas conceptualiza inovação com base num produto consistente entre a internet e materiais inteligentes. Dado que a internet das coisas, está crescentemente a ser utilizada por empresas e negócios é importante equacionar as estratégias, os fatores positivos e os problemas que poderão advir da utilização da tecnologia.

A Internet das Coisas ou IoT também é um conceito que se popularizou bastante na comunidade científica e profissional. Com isto, I-IoT (*Intelligent IoT*) poderá vir a ser um excelente suporte na adaptação da internet das coisas na vida quotidiana (Zikria, Kim,

Hahm, Afzal & Aalsalem, 2019). No entanto, é complexo a aplicação da IoT nas tecnologias turísticas devido à vasta quantidade existente de informação e ao desenvolvimento da comunicação (Wang, Kumar, Chen, Gong, Kong, Wei & Gao, 2020).

2.2.2. A importância da internet na hotelaria

Os hotéis e empresas da mesma área, são capazes de adequar estratégias relacionadas com inteligência artificial aos seus modelos de negócios. Um dos exemplos é o funcionamento *contactless*, onde os clientes podem proceder ao *check in* automático, encontrar os quartos através de aplicações ou até mesmo obter informações sobre o funcionamento do hotel sem contacto direto com os colaboradores. As estratégias tecnológicas devem ser avaliadas por cada empresa e essa análise deve ter por base o cliente, o contexto e o negócio permitindo assim transformar possíveis ameaças em oportunidades (Li, Yin, Qiu & Bai, 2021). Com o surgimento do panorama pandémico atual a nível mundial, muitas empresas e organizações sentiram-se na obrigação de reestruturar o seu modelo de negócios de forma a conseguirem atuar no mercado sem que existisse uma perda total das receitas. Uma das ferramentas utilizadas para a reformulação imposta foi a internet e a inteligência artificial (IA).

Tavakoli & Wijesinghe (2019) defendem que os grupos formados *online* desenvolveram novas variáveis relativamente a complicações sociais, que por sua vez, possuem uma grande interferência nos vários *stakeholders*. No caso dos turistas, o facto de existir, através da internet, partilha sobre a experiência da estada, poderá influenciar o posicionamento do destino e os potenciais clientes que esse mercado pode alcançar.

A internet pode ser utilizada como uma via de comunicação, de acordo com os autores Cvetkovski & Tomanović (2021), a comunicabilidade é um aspeto que atualmente é entendido como algo significativo e o digital faz parte desta vertente. Hoje em dia a sociedade utiliza a Internet de forma a conseguir concretizar negócios, obter informações, aprofundar a socialização, expor expectativas ou resultados de experiências obtidas e efetivar compras de serviços ou produtos. O sistema de viagens também é uma componente no turismo que está a sofrer alterações, dado que os turistas recorrem a informações online sobre o destino ou os produtos do mesmo, nessa pesquisa também existe uma análise concreta das *reviews* feitas de forma a perceber os procedimentos do hotel e instalações.

É possível constatar que a evolução tecnológica tem contribuído positivamente na mudança do paradigma da sociedade, e que as tecnologias referentes às vertentes informativas têm, no particular, reformulado a operacionalidade e gestão das áreas referentes ao turismo (Law, Leung & Chan, 2019).

2.3. Organização e importância dos websites

Os *websites* podem ser considerados ferramentas de trabalho que permitem a uma empresa ou organização divulgar os seus produtos ou serviços, fazendo com que a informação seja vista por muito mais pessoas, desta forma o marketing digital é significativamente mais abrangente.

2.3.1. O conceito de websites

A área turística está interligada a várias organizações, que podem ser de grande ou pequena dimensão. Um sistema que integre todas as informações pertencentes ao destino é fundamental para a realização e aquisição da viagem, ou seja, um website que contenha informações sobre o destino, acessibilidades e serviços é uma fonte de informação fulcral para o turista. A disponibilidade de referências acarreta benefícios tanto para os consumidores como também para todas indústrias pertencentes ao ciclo de compra do produto. Desta forma, os websites são ferramentas elementares para os destinos dado que compilam elementos fundamentais sobre os produtos ou serviços que neles estão contidos (Shrestha, Wenan, Rajkarnikar, Shrestha & Jeong, 2021).

Entre os vários elementos constituintes da web podem ser considerados cinco parâmetros analíticos: *“a web como um todo, a esfera da web, o website individualmente, uma webpage individual e os elementos individuais integrantes de cada webpage, como por exemplo, uma imagem.”* (Brügger, 2009: 122).

O conceito de website tem de ser analisado como um todo e parte integrante da sua História, dado que uma designação é atribuída de acordo com o seu património, valor e função. De acordo com Brügger (2009), a análise do conceito de website terá de ser efetuada de acordo com o a envolvência existente com os *media*, com o ambiente textual e com a textualidade, ou seja, quais são os elementos textuais que estão integrados no website. Estes três fatores são condicionantes na análise efetiva e precisa do significado de website.

2.3.2. A organização de um website

A organização de um website é extremamente importante para atingir determinados objetivos de cada negócio, nomeadamente, hoteleiro. Um website bem estruturado, organizado, onde os utilizadores se sintam seguros e correspondidos, é uma alavanca para alcançar metas de vendas e impulsionar o negócio na sua generalidade.

É relevante determinar fatores de medição que permitam determinar o acesso ao website e por consequência a sua utilidade e forma de uso. A utilização de um website é determinante no que concerne ao sucesso de um negócio e os fatores de medição são importantes, nomeadamente para designers informáticos, dado que permitem adequar os níveis de utilidade de acordo com a necessidade do website/empresa. Esta ferramenta de medição de utilidade é designada por *WEBUSE* (Chiew & Salim, 2003).

De acordo com estudo elaborado por Garrett, Chiu, Zhang & Young (2016), um website para ser considerado eficiente, organizado e eficaz, terá de conter determinados requisitos mínimos estabelecidos na tabela seguinte.

Elementos chave referentes à organização de um website
Navegação
Representação gráfica
Organização
Utilidade de conteúdo
Propósito
Simplicidade
Legibilidade

Tabela 1 - Principais aspetos na organização de um website. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Garrett, Chiu, Zhang & Young, 2016).

Relativamente à tabela representada supra, existem requisitos mínimos para tornar um website mais relevante no concerne à ótica do seu utilizador. A navegação de um determinado website permite o acesso à informação pretendida, com o menor tempo possível, fazendo melhor do uso e aproveitamento do tempo disponível (Rocha, Barbosa, Aganette, 2021).

De acordo com os autores Garrett et al. (2016), a representação gráfica de um website tem de ver proporcionalmente com as imagens inseridas, as cores e imagens/logótipos, o conteúdo de multimédia e do texto, a atratividade e a esquemática de cores, a utilização dos espaços disponíveis e o tempo de espera relativo ao carregamento do layout.

A organização e estruturação de um website permite criar um negócio com maior amplitude de reconhecimento e onde o seu alcance poderá ser superior. A integração do digital nos negócios está a ser incrementada de forma a fornecer um nível de satisfação mais elevado aos seus utilizadores (Gomes & Okano, 2019).

O conteúdo exposto na internet terá de ser bem analisado e revisto antes de ser colocado online, dado que os níveis de confiabilidade estão sujeitos a alterações de acordo com o que o conteúdo transmite, ou seja, se o conteúdo corresponder à realidade, é provável que o consumidor/utilizador consulte novamente esse website e acredite na veracidade da informação exposta.

Um website tem como objetivo/propósito central criar uma entidade própria para cada área de atividade. Atualmente, como já foi descrito anteriormente, a forma como o consumidor percebe o mundo está em constante mudança, assim, a lei da procura e da oferta também está continuamente em evolução.

As plataformas digitais estão a modificar as empresas e os vários setores o que, consequentemente, traz fatores diferenciadores e oportunidades para as indústrias. A existência de um website no setor hoteleiro, por exemplo, permite a comunicação e vinculação entre turistas e a população local de um determinado destino (Cvetkovski & Tomanović, 2021). A leitura de um site terá de ser executada de forma simples e clara para que a consulta seja conveniente para qualquer utilizador.

2.3.3. A importância de um website na estratégia de comunicação dos hotéis

A competitividade geral tem como parte integrante o setor turístico que é assinalado por diversas modificações, daí a importância da inserção da inovação nesta área. A admissão das potencialidades tecnológicas, como os websites, podem oferecer um aumento de produtividade na gestão de vários fatores (Labanauskaitė, Fiore & Stašys, 2020).

Os websites são plataformas digitais que permitem a uma empresa ou organização divulgar os seus produtos ou serviços, fazendo com que a informação seja vista por muito

mais pessoas, desta forma o marketing digital é muito mais abrangente. Os websites também são uma forma de perceber uma experiência, dado que os mesmos contêm *reviews* de experiências de turistas. Os comentários online têm sofrido uma amplificação e são, atualmente, um dos principais focos na gestão de um hotel, dado que, os comentários negativos têm um posicionamento e alcance superiores relativo a possíveis clientes do que, relativamente às *reviews* positivas (Kapeš, Keča, Fugošić, Čuić & Tanković, 2022).

As fontes de informação atualmente são provenientes de vários lugares e sítios, de forma a obter referências concretas (Cvetkovski & Tomanović, 2021). Assim, um hotel pode alavancar o seu negócio através de um website, isto é, as vendas dos produtos e serviços podem ser superiores se a informação que consta online for correta e apelativa aos turistas.

Anteriormente, a comunicação era efetivada através de conversas ou diálogos (boca-a-boca), com o aparecimento das novas tecnologias, este tipo de socialização informativa passou a ser online, através de *webpages* e websites, entre consumidores e vendedores (Ivanovska & Perovska, 2021). O crescimento dos comentários online em diferentes websites estão a criar uma nova forma de transmissão de informação, em substituição àquela anteriormente utilizada, conceptualizada na linguagem vulgar como boca-a-boca (Kapeš et. al, 2022). Assim, através de um *click* nos websites dos hotéis, o acesso a compras, *helpdesk*, pagamentos e outros é muito mais facilitado e descomplexo (Remondes, Serrano & Mena, 2015).

De acordo com um estudo efetivado pelos autores Remondes, Serrano & Mena, (2015), com a avaliação entre mercados B2B, concluíram que as empresas fazem a marcação de viagens através do telefone pela confiabilidade transmitida, pelo website do hotel e internet pela celeridade da operação, através da OTA's devido ao preço praticado, e por fim, antes dos consumidores confirmarem a sua reserva utilizam a internet e os websites para pesquisa de informação sobre o destino e o local onde vão permanecer, assim como, comentários sobre o serviço e/ou produto que vão experienciar. Nota-se também neste estudo que as *reviews* negativas efetuadas nos websites dos hotéis têm um impacto proporcional no consumo da experiência.

O avanço tecnológico no setor hoteleiro não é apenas importante no segmento do consumidor, como também nos fatores internos de gestão de um determinado hotel. Na

área de recrutamento as empresas podem publicitar e promover as vagas abertas para aumentar a empregabilidade da empresa, assim podem ser providenciados os atributos profissionais e pessoais necessários para o cargo estipulado. Neste contexto também é interessante disseminar a estrutura da organização, os objetivos e o foco central, não só para o conhecimento dos trabalhadores já existentes internamente como futuros colaboradores (Ladkin & Buhalis, 2016).

2.4. A sustentabilidade ambiental nos hotéis e os desafios atuais

A sustentabilidade é um dos conceitos emergentes na sociedade atual, e que faz com que o desenvolvimento das empresas incluam na análise das suas estratégias, não apenas o plano económico e social, como também fatores ambientais que permitam atender aos objetivos finais com métodos mais sustentáveis.

Vargas (1997), afirmava que o ritmo exponencial do crescimento de negócio pode provocar graves consequências na vida, relativamente aos princípios naturais. Para que exista uma alteração disruptiva no avanço das consequências, é preponderante alcançar modelos de negócios desenvolvidos que incluam na sua dimensão estrutural o fator ambiental.

2.4.1. A sustentabilidade

A sustentabilidade é um termo que ainda não se encontra completamente estabelecido e definitivo, sendo por isto, a conceptualização diferenciada mediante cada autor ou investigador. No entanto existem aspetos adjacentes a este conceito que são válidos no processo de análise desta expressão.

De acordo com Feil & Schreiber (2017), revelam que o termo sustentável tem como princípios a degradação do sistema humano ao nível ambiental, tendo por base a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável, sendo que, a sustentabilidade permite analisar o grau de condição ambiental em que o meio se encontra relativamente ao distanciamento do que é sustentável. No que se refere ao desenvolvimento sustentável, este permite preparar processos que, consequentemente, possibilitam a aproximação da sustentabilidade ao sistema ambiental humano.

Boff (2017: 5) assume que o conceito de sustentabilidade pode ser definido como:

“(…) o conjunto dos processos e ações que se destinam a manter a vitalidade e a integridade da Mãe Terra, a preservação dos seus ecossistemas com todos os elementos físicos, químicos e ecológicos que possibilitam a existência e a reprodução da vida, o atendimento das necessidades da presente e das futuras gerações, e a continuidade, a expansão e a realização das potencialidades da civilização humana nas suas várias expressões”.

A preocupação notada pela sustentabilidade anteriormente era, na tentativa de estabelecer um equilíbrio na área económica, no entanto a hipótese ambientalista seria sempre uma função integrante da equação. Contudo, atualmente a população está muito mais consciencializada de que a sustentabilidade terá de ser efetuada ao nível de três parâmetros diferenciados: o desenvolvimento financeiro, a condição ambiental e a equidade social (Elkington, 2012).

Tendo por base uma perspetiva mais atual, a sustentabilidade ultrapassa os aspetos ambientais, sendo que no desenvolvimento sustentável estão integrados métricas financeiras, aspetos socioculturais, vertentes históricas e ângulos políticos, que permitem uma conjuntura mais viável (Carvalho, 2019).

Para Gutiérrez, Rivillas & Uribe (2018), o ambiente interno das empresas necessita de integração de fatores sustentáveis, para que, exista um aumento do ciclo de vida de cada empresa, assim, é necessário identificar hipóteses ao nível da sustentabilidade, para que possam ser integradas no modelo de negócios e, consequentemente, permitam o desenvolvimento económico-financeiro.

2.4.2. A sustentabilidade ambiental

A sustentabilidade ambiental é uma das vertentes que integra no conceito de sustentabilidade, desta forma, defini-la será importante para o conhecimento integral deste parâmetro emergente da sociedade contemporânea.

O ambientalismo é, desde algum tempo, um obstáculo crítico no que concerne à manutenção e preservação dos elementos constituintes do ecossistema, contudo a progressão industrial, embora satisfatória para o progresso da comodidade de todos, não teve em consideração as repercussões e efeitos, resultantes da utilização de energias, no futuro (Mendes, 2019).

A ecologia e a sustentabilidade ambiental têm inerente a conservação e preservação dos sistemas dos seres vivos e de cada ambiente envolvente, permitem notar a habilidade de assimilação e reestruturação resultante da ação humana e precaver eventuais prejuízos que possam suceder à geração futura (Carvalho, 2019).

Existem práticas ambientais que podem ser consideradas mais sustentáveis, no entanto, na adoção destes objetivos as empresas devem ter como métricas os *Critérios Sociais de Desempenho e Critérios de Desempenho Financeiro*. Assim, existe mais uniformidade entre o sucesso dos três fatores primordiais que compõem a pirâmide da sustentabilidade (Dias & Pinto, 2021).

Dado os avanços ao nível da poluição e desgaste existente globalmente, a sustentabilidade ambiental tem vindo a ser um tema emergente na investigação e alvo de análise por parte dos variados departamentos. De acordo com Ferreira, Pereira & Simões (2021), este tema está a ser debatido com maior importância e relevância no sistema público, com mais relevância na área hoteleira.

Moreira & Griebeler (2022) afirmam que, de acordo com a bibliografia, a sustentabilidade ambiental é, atualmente, parte integrante dos diálogos existentes e o foco central são as componentes respeitantes aos recursos naturais renováveis que podem impactar o meio envolvente natural, as empresas e a sociedade.

2.4.3. A sustentabilidade ambiental na hotelaria

Nos modelos de negócios dos hotéis, mais concretamente nos pontos que abrangem o desenvolvimento sustentável ambiental, os clientes não são os únicos relevantes para equacionar esta questão, desta forma, os investidores também ditam normas que, progressivamente, permitem o aumento das receitas a longo prazo, por isto, é importante que a hotelaria influencie os consumidores dos benefícios que acarretam o pagamento mais elevado por práticas ecológicas mais sustentáveis (Bruns-Smith et al., 2015).

A repercussões ambientais causadas pela indústria hoteleira são reconhecidas pelos gestores dos hotéis, deste modo, muitos modelos de negócio já consideram práticas mais viáveis a nível ambiental. O ecoturismo é uma prática que se popularizou e que se pode conceituar como sendo uma conjugação entre a atividade turística e as práticas sustentáveis. Este tipo de turismo, com a sua crescente adoção por parte dos

consumidores, permitiu a integração de métodos ambientalmente responsáveis na área hoteleira (Alexander, 2002).

Com o crescimento da atividade hoteleira, tornando-se uma das áreas mais significativas e primordiais a nível financeiro, o turismo massificou-se em determinadas regiões fazendo com que essas áreas excedessem a sua capacidade de carga, o que, consequentemente, provocou prejuízos e danos num destino, mais concretamente a nível ambiental. No entanto, Lima & Partidário (2002) defendem que uma determinada região turística pode ser massificada, sem que existam muitas sequelas, se esse destino cumprir com as práticas sustentáveis e que tenha em consideração a qualidade das inúmeras atividades existentes. Assim, as autoras consideram que as condições que têm de ser cumpridas para que um destino seja notado como sustentável são:

- Cuidados com as características ambientais e culturais, nomeadamente, no âmbito dos recursos hídricos, sólidos ou interferências sonoras;
- Divulgação e implementação de práticas que permitam o desenvolvimento cultural das regiões turísticas;
- Desenvolvimento de estruturas que possibilitem o cumprimento dos aspetos ambientais;
- A eficácia da prestação de serviços;
- Aquisição de equilíbrio compensatório referente à privação de meios públicos ou mundiais.

Segundo um estudo mais atual, efetuado pelos autores Gewehr, Barata & Alves (2019), com base nos indicadores expostos no relatório *Global Reporting Initiative*, os elementos sustentáveis mais relevantes para as empresas são:

- Recursos hídricos;
- Recursos energéticos;
- Consumos relacionados com transporte e deslocações;
- Gestão de consumíveis, poluição e sedimentos/depósitos sólidos ou líquidos.

As gestões das referências apresentadas supra permitem a aquisição de benefícios para as empresas no sentido de alavancar situações económicas relacionadas com as mesmas e,

por consequência, proporcionam a supervisão e controlo das expensas (Gewehr et al., 2019).

A práticas sustentáveis nos hotéis são vitais para o bom funcionamento da atividade, nomeadamente, no que concerne à contenção da utilização de recursos naturais, no entanto, Bruns-Smith et al. (2015), defendem que é fundamental e fulcral a satisfação e integração dos consumidores turísticos nestas práticas.

De acordo com um estudo efetuado pelos Chandran & Bhattacharya (2019), está a existir uma mudança comportamental dos consumidores relativa à aceitação das práticas sustentáveis, ou seja, os turistas usufruem dos recursos sustentáveis dos hotéis com maior satisfação. Desta forma a procura e os serviços turísticos estão a sofrer modificações dado que é aconselhável a integração da sustentabilidade nos mesmos.

2.4.4. Os desafios atuais da sustentabilidade nos hotéis

A sustentabilidade ainda é encarada por alguns gestores e diretores hoteleiros como algo secundário no plano de negócios. Contudo a divulgação desta prática está como um dos objetivos centrais da ONU sendo que, para que isto possa ocorrer brevemente, terão de existir mudanças relativas à eliminação ou diminuição dos níveis de carbono e implementação de métodos ambientais e ecológicos. Também é impreterível a inclusão da população e do sistema científico em âmbitos como planos científicos ou tecnológicos, tendo assim uma envolvimento da generalidade populacional na análise e identificação dos resultados para a ocorrência de alterações ao nível comportamental (Araújo, Silva & Ribeiro, 2020).

De acordo com um estudo elaborado pela Organização Mundial do Turismo (WTO, 2002), citado por Almeida, (2020), existem alguns desafios relativos à implementação de práticas sustentáveis nas empresas:

1. Os planos sustentáveis são desenvolvidos apenas em setores de atividade onde exista uma vontade voluntária comportamental, isto é, se implicar benefícios de rentabilidade económica, maior abrangência da popularidade da marca, melhor integração em sistemas fiscais ou regulamentares *à posteriori*, etc.,

2. As empresas que possuem pouca rentabilidade financeira não vão assumir compromissos sustentáveis inicialmente, dado que não têm poder de influência sobre os investimentos a serem feitos a nível ambiental;
3. O estabelecimento de regras será difícil de ser efetuado, dado que o cumprimento destas obrigações não se aplica a instituições individuais;
4. As práticas sustentáveis não são desenvolvidas e implementadas mundialmente, dado que cada molde ambiental terá de ser ajustado e adequado para cada conjuntura.

Os desafios atuais referentes à implementação de práticas sustentáveis na hotelaria, prendem-se na generalidade com a forma como, no passado, as atividades atuavam. Bergquist et al. (2019) reiteram que muitas das barreiras existentes atualmente foram criadas pelo modo negligente de atuação das empresas no passado, assim todas as decisões tomadas atualmente vão, de certa forma, impactar o futuro, quer de forma positiva ou negativa, logo todos os resultados futuros serão uma demonstração do panorama geral do passado das atividades e indústrias.

Almeida (2020) referencia que, dada a importância que a atividade hoteleira tem no setor empresarial, a responsabilidade desta área na implementação e divulgação de práticas sustentáveis é acrescida. A criação e execução das regras contidas nos manuais de boas práticas de cada hotel é fulcral para acrescentar valor, nomeadamente ambiental. A consciencialização e elucidação dos trabalhadores e turistas para a sustentabilidade hoteleira é vital para alcançar as metas sustentáveis ambientais hoteleiras.

Capítulo III – CARACTERIZAÇÃO DA HOTELARIA EM PORTUGAL

O capítulo representado supra tem como objetivo analisar e caracterizar as diferentes vertentes da hotelaria em Portugal, com incidência maioritária nas regiões contidas nas NUTS II. Este ponto é bastante relevante dado que, no estudo de caso irão ser estudados os websites dos hotéis em Portugal.

3.1. Análise dos fluxos turísticos em Portugal Continental em hotéis

Neste subcapítulo irão ser estudados os mercados emissores com maior relevância para a hotelaria em Portugal. Esta análise vai ter por base os continentes existentes mundialmente e os dados relativos aos anos entre 2019 até 2021.

3.1.1. Análise dos mercados emissores em 2019

O estudo dos mercados emissores num determinado local, mais concretamente em Portugal, é significativo dado que permite obter uma análise mais detalhada dos países ou continentes que apresentam maior relevância ao nível das chegadas. Consequentemente, será mais fácil a implementação de estratégias e manutenção dos mercados já existentes e captação de novos.

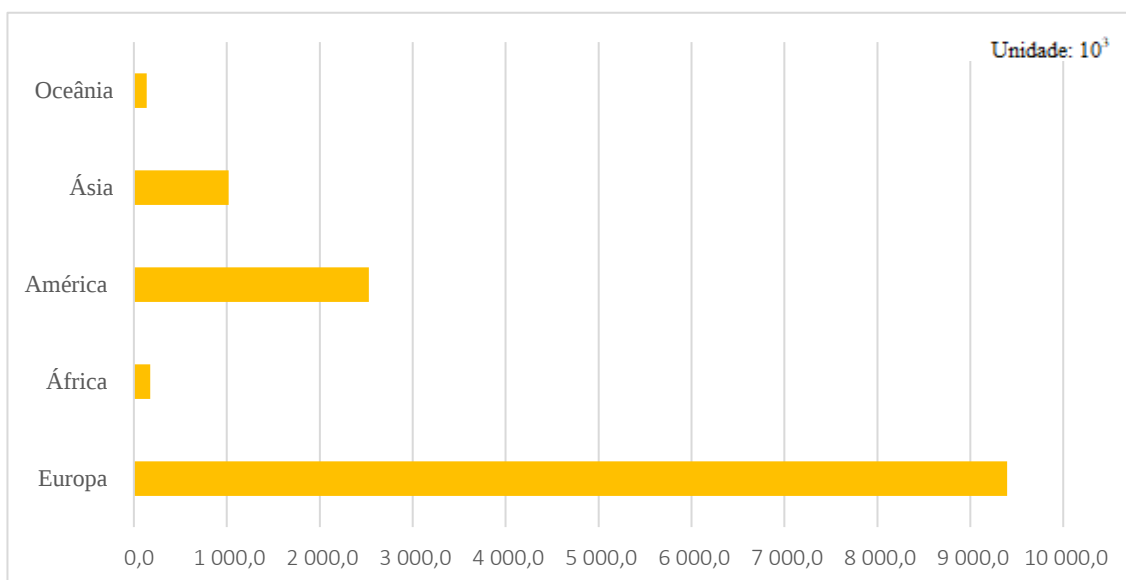


Gráfico 1 - Número de chegadas a Portugal por hóspedes estrangeiros. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2020).

Tendo em conta o gráfico representado supra, pode ser ressaltada a relevância que os turistas provenientes do continente europeu e americano têm, no turismo em Portugal, dado que são os mercados emissores com maior taxa de chegadas em 2019.

- A Europa representou 9 395 100,0 milhões do total de chegadas a Portugal;
- A África representou 176 913,0 mil do total de chegadas a Portugal;
- A América representou 2 529 527,0 milhões do total de chegadas a Portugal;
- A Ásia representou 1 020 192,0 milhão do total de chegadas a Portugal;
- A Oceânia representou 137 116,0 mil do total de chegadas a Portugal.

De acordo com os dados do INE, mais concretamente o relatório de Estatística de Turismo de 2019, chegou-se à conclusão, após análise ao Inquérito à Permanência de Hóspedes na Hotelaria e Outros Alojamentos e outros dados disponíveis, que os mercados emissores em hotéis, com maior relevância, em 2019 eram a Alemanha, Espanha, França, Reino Unido e Brasil.

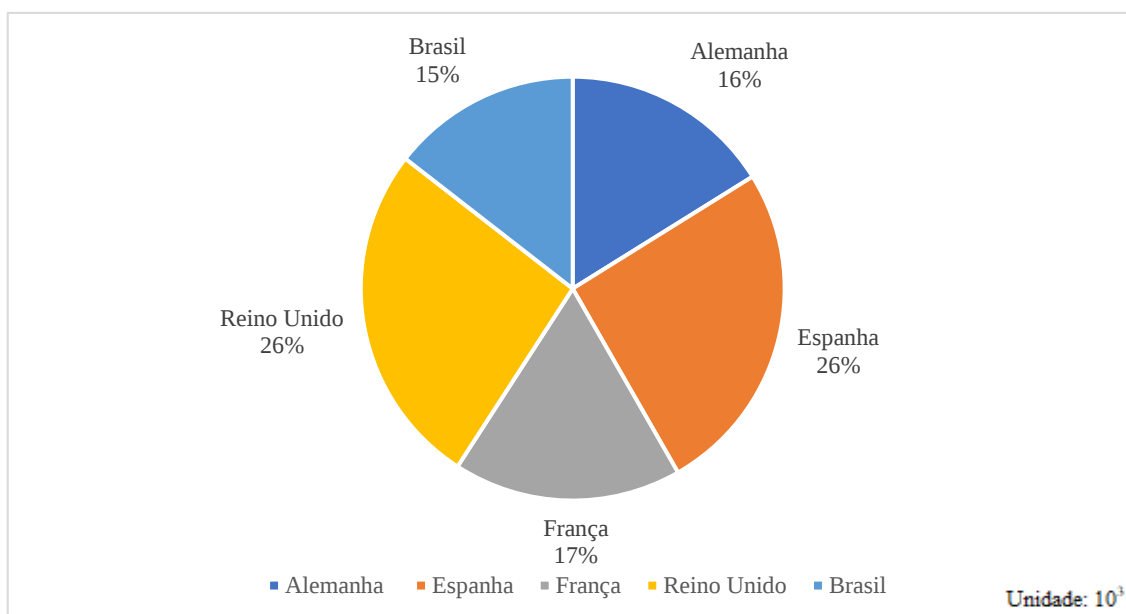


Gráfico 2 - Mercados emissores com maior relevância em Portugal. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2020).

No gráfico 2 é de notar a importância que os mercados emissores pertencentes à Europa tiveram em 2019. O Reino Unido, França, Espanha e Alemanha eram os mercados com maior relevância em 2019, sendo que, o Brasil representava cerca de 15% das chegadas a Portugal. Isto traduz-se na dimensão que a Europa tem no turismo português.

3.1.2. Análise dos mercados emissores em 2020

Em 2020 deu-se o cenário pandémico que se demonstrou catastrófico para a geração de fluxos financeiros em todas as áreas, particularmente, no setor turístico, dado que é uma esfera que atua sobre o âmbito presencial. Deste modo, era expectável que as receitas,

chegadas e outras métricas fossem diminuir drasticamente, tal como se pode notar nos gráficos apresentados abaixo.

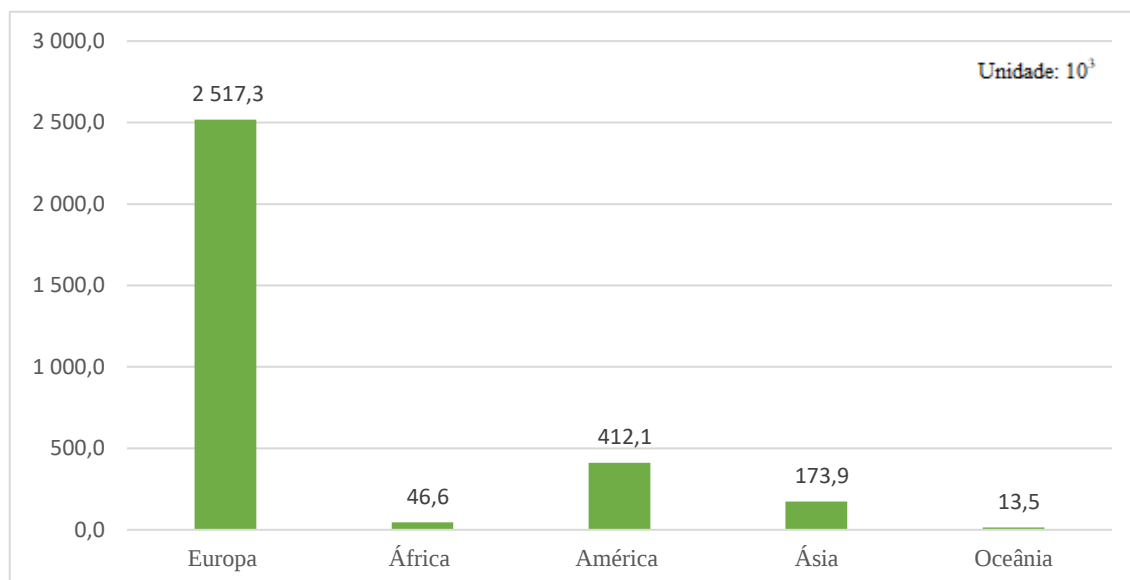


Gráfico 3 - Número de chegadas a Portugal por hóspedes estrangeiros – 2020. (Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2021).

Em 2020, segundo dados obtidos pelo INE, a Europa foi o continente com maior representatividade no turismo português, sendo que, a América é o segundo continente com maior número de chegadas. Aqui, é de notar uma continuação do prisma anteriormente visto, ou seja, a Europa e a América continuam a ser os continentes com maior dimensão e domínio, sendo que os restantes têm uma representatividade pouco relevante. Contudo o continente asiático é um mercado com crescimento assumido e que deverá ser considerado com seriedade no que concerne ao âmbito turístico.

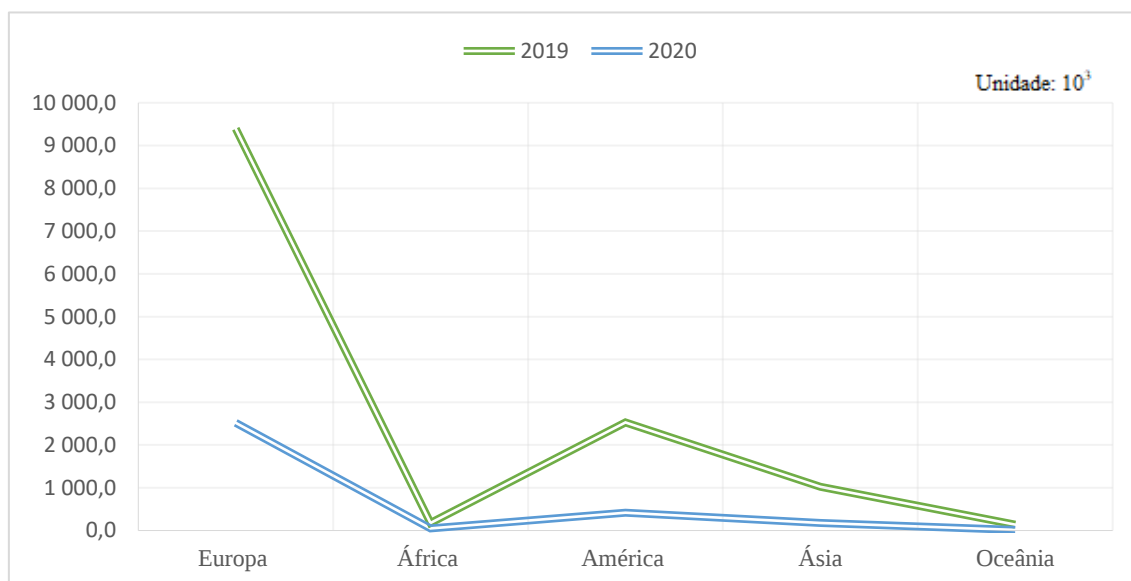


Gráfico 4 -Comparação de Mercados Emissores em Portugal entre 2019 e 2020. (Fonte: 2elaboração própria - adaptado de INE 2020 e 2021).

No gráfico 4, acima representado, está elaborada uma comparação entre os mercados emissores mais significativos entre 2019 e 2020. É possível notar uma discrepância de valores entre os dois anos dado a situação pandémica já relatada.

Em 2019, os mercados emissores tinham como valores de referência, com base no INE:

- Europa 9 395 100 milhões;
- África 176 900 mil;
- América 2 529 500 milhões;
- Ásia 1 020 200 milhão;
- Oceânia 137 100 mil.

Sendo que em 2020, os mercados emissores apresentavam valores de:

- Europa 2 517 300 milhões;
- África 46 600 mil;
- América 412 100 mil;
- Ásia 173 900 mil;
- Oceânia 13 500 mil.

Com a efetivação do gráfico, é perceptível o notório decréscimo existente, sendo naturalmente previsível. Contudo, é possível perceber o quão imprevisível e irregular um

setor de negócio pode ser, tendo em conta mudanças não expectáveis. Com isto, houve um decréscimo, entre 2019 e 2020, com base nos dados da INE de:

- Europa -6 877 800 milhões;
- África -130 400 mil;
- América -2 117 400 milhões;
- Ásia -846 300 mil;
- Oceânia -123 600 mil.

Assim é perceptível observar a importância de elaborar estratégias e modelos de negócio que, recorram de planos de emergência, que integrem este tipo de acontecimentos imprevisíveis.

3.1.3. Análise dos fluxos turísticos em Portugal Continental – 2021

Em 2021, inevitavelmente, a pandemia mantém-se a nível mundial, influenciando e alterando os fluxos financeiros e as receitas provenientes do setor turístico. Com o exposto, os valores representativos do ano de 2021 estão inflacionados dada a situação crítica instaurada mundialmente.

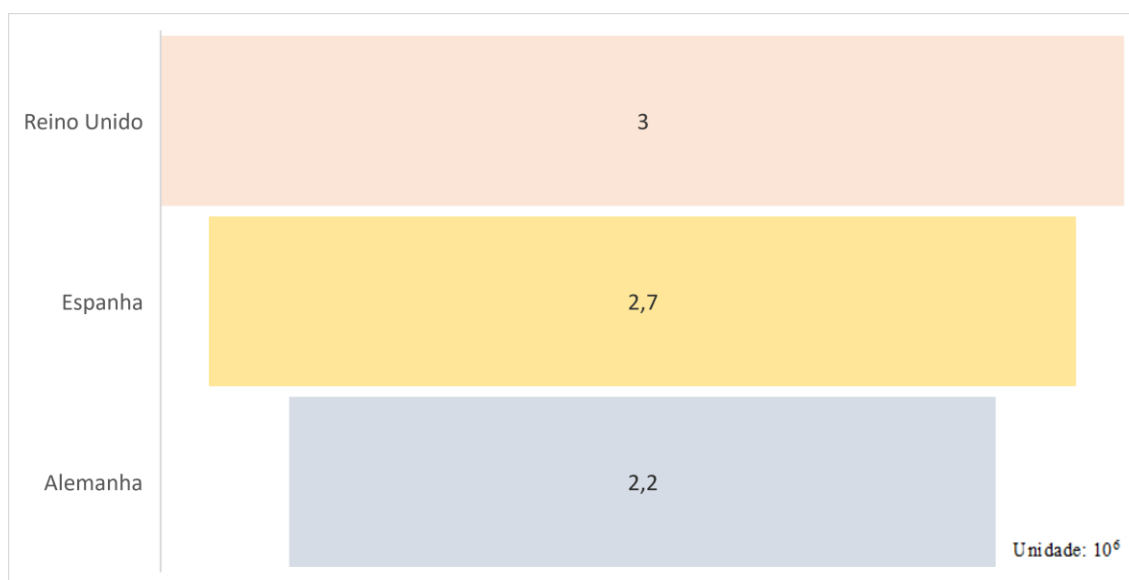


Gráfico 5 -Mercados emissores com maior relevância em Portugal - 2021. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Turismo de Portugal 2022).

No gráfico supra representado estão os três mercados emissores com maior relevância em Portugal referente ao ano de 2021. Importa ressaltar que este gráfico teve como base os dados fornecidos pelo Turismo de Portugal, sendo que, os dados referentes às Estatísticas

de Turismo de 2021, do INE, são apenas lançados em junho de 2022. Tendo em atenção esta limitação, os números acima descritos são baseados em todas as tipologias de empreendimentos turísticos e sem representatividade regional ou de município, deste modo as métricas são respeitantes à generalidade dos empreendimentos turísticos.

Com o exposto, e ainda assim, com os dados obtidos através do Turismo de Portugal é patente que o Reino Unido, Espanha e Alemanha, continuam a ser ao longo dos três anos estudados, os mercados emissores com maior evidência em Portugal. Assim é necessário criar estratégias de manutenção dos mercados predominantes já existentes e, principalmente, validar procedimentos que permitam a captação de novos mercados, para que não exista, consequentemente, a estagnação do mercado turístico português.

3.2. Comparação de dormidas em Portugal Continental, na hotelaria, entre os anos de 2019 até 2021

Neste subcapítulo será estudada a distribuição da hotelaria em Portugal, relativamente às NUTS II, com base em dados estatísticos que nos permitiram proceder a uma análise quantitativa dos dados, em percentagem ou números reais. Esta investigação vai ter como parâmetros de análise os hotéis em Portugal, sendo que o intervalo de estudo será de 2019 até 2021, para que, consequentemente, exista um contraste de análise pré-pandémica e atual.

Os autores Souza & Santos (2022; 9), valorizam *"(...) também a importância de trabalhar dados estatísticos vinculados à realidade para estimular o pensamento e garantir desenvolvimento da criticidade (...)"*.

O gráfico abaixo ilustrado representa a comparação de dormidas entre os anos de 2019 e 2021. Sendo que existem duas relações de causalidade para que os números tenham sofrido modificações tão predominantes: o período pré pandémico e a situação de pandemia ainda atual.

Como é possível notar o ano de 2019, entre os três anos em estudo, foi o período com melhor desenvolvimento e progressão ao nível de dormidas, sendo que 2020 foi o pior. Em 2021 existiu uma recuperação, ainda que lenta, e que nada tenha a ver com os números apresentados em 2019. Este aumento deve-se ao facto de os estudos relativos à doença serem superiores e os desenvolvimentos ao nível da contenção e não progressão da

pandemia serem cada vez maiores. Assim, e como em 2020 foi tudo imprevisível e não esperado, as medidas tomadas foram mais rígidas e com maior impacto para o setor empresarial, nomeadamente para o setor turístico. Em 2021, apesar da pandemia ainda vigente, as medidas tomadas no anterior ano foram tendo os seus efeitos e, consequentemente as esferas económicas, políticas e sociais começaram a ser, progressivamente, menos contidas. Daí as dormidas aumentarem porque muitos hotéis reabriram, ao invés de 2020, onde quase todos tiveram, por obrigação legal, económica e social de encerrar.

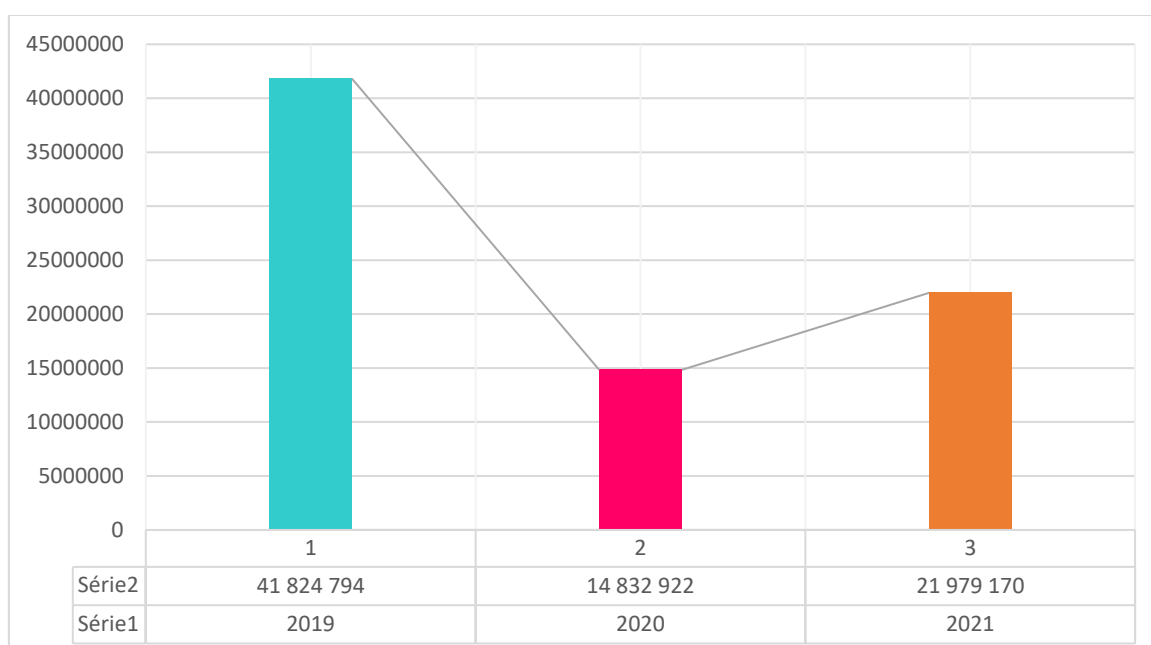


Gráfico 6 - Comparação de dormidas em Portugal, na hotelaria, entre os anos de 2019 até 2021. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).

3.3. Taxas de ocupação quarto em Portugal Continental em hotelaria, entre 2019 e 2021, por NUTS II

A taxa de ocupação hoteleira é um dado quantitativo bastante importante que permitir medir o número de quartos ocupados por unidade hoteleira e por período. Neste subcapítulo serão analisadas as diferentes taxas de ocupação, em Portugal Continental, no intervalo de 2019 até 2021, sendo que, as taxas irão ser analisadas tendo em conta a divisão territorial compreendida nas NUTS II.

3.3.1 Taxa de ocupação quarto em 2019 NUTS II

Em 2019, através do gráfico 7, é perceptível entender que ainda existe o fenómeno de bipolarização, apesar de pouco evidente, é sem dúvida uma característica do turismo português. Isto é, os principais polos do país, A.M. Lisboa, Norte e Algarve, são os destinos mais procurados e consecutivamente mais predominantes. Isto tem que ver com variados fatores, como a oferta, o marketing, o preço, localização e inúmeras vertentes relacionados com cada destino específico.

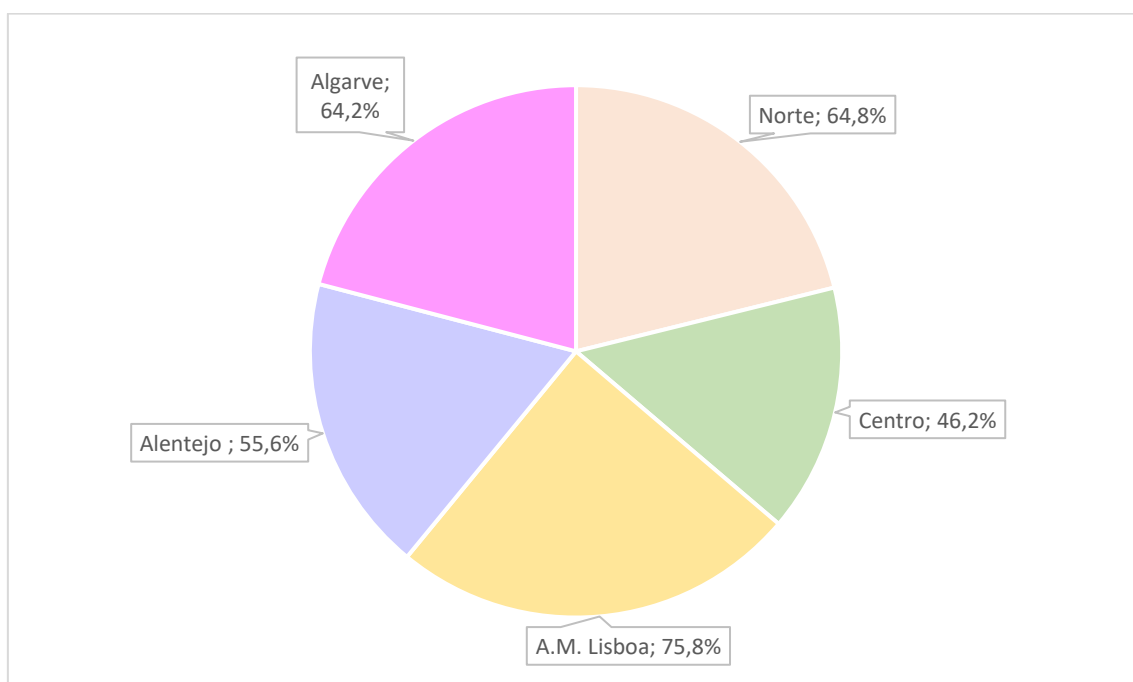


Gráfico 7 - Taxa de ocupação por quarto, em 2019, NUTS II em hotéis. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).

Apesar do exposto anteriormente, é necessário a criação de estratégias como um todo e não individuais que permitam com que Portugal seja um destino homogéneo e regular. E

para que, conseqüentemente não exista a excedência da capacidade de carga nos destinos mais predominantes, é necessário que os fatores intrínsecos ao turismo sejam revistos na globalidade. Esta observação é efetuada dado que, os dados neste ano em particular, não estão adulterados por fenómenos não expectáveis.

3.3.2. Taxa de ocupação quarto em 2020 NUTS II

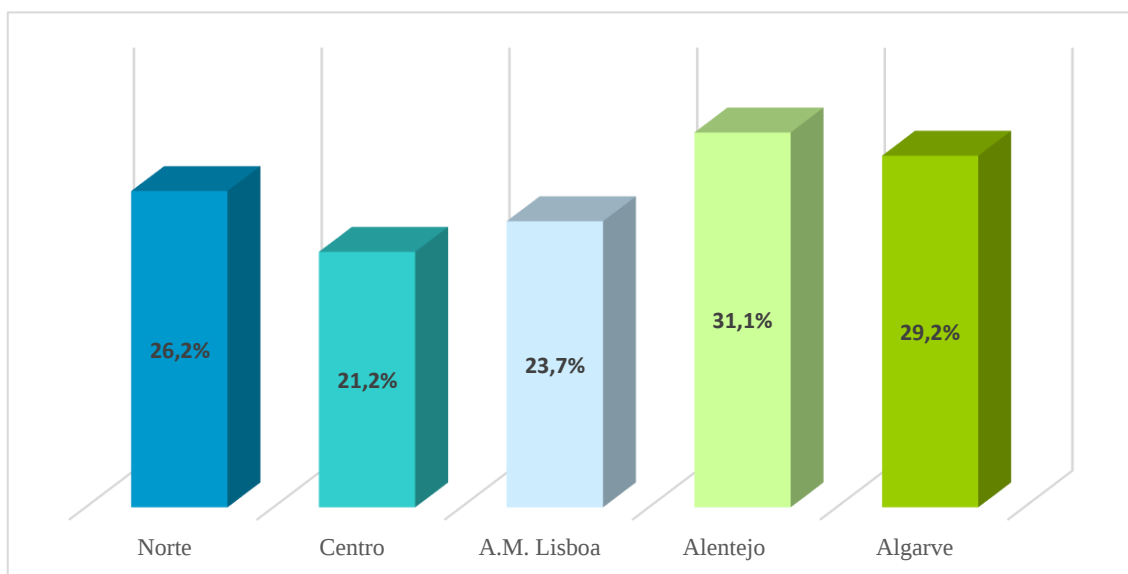


Gráfico 8 - Taxa de ocupação por quarto, em 2020, NUTS II em hotéis. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).

Neste estudo, efetuado através de métricas elaboradas pelo Travel BI, é notório a expressiva diminuição das taxas de ocupação, contudo o Alentejo provoca uma contrariedade ao habitualmente expectável. Isto é, esta região é a que apresenta maior taxa de ocupação por quarto tendo em conta as restantes. Isto deve-se a inúmeros fatores, mas talvez pelo facto desta NUT II ser caracterizada pela predominância de hotéis com características mais individualistas que permitem, por sua vez, mais privacidade e uma sensação de segurança superior.

No entanto as taxas de ocupação referentes ao ano de 2020 não ultrapassaram a percentagem de 32% o que indica uma diminuição de receitas e de proveitos, que causaram normalmente, um desequilíbrio e desigualdade na economia local e nacional.

3.3.3. Taxa de ocupação quarto em 2021 NUTS II

Tendo em conta as taxas de ocupação apresentadas nos anos anteriores em estudo, 2021 pode afirmar-se, tendo por base o gráfico 9, que foi um ano de uma ligeira recuperação. Sendo o Alentejo, o mais relevante ao nível de ocupação por quarto, seguindo-se pelo Algarve, contudo o Centro é a região com menor percentagem apresentando um valor de 29,1%.

O ano de 2021, apesar de ainda ter parâmetros diminutos, traz alguma perspetiva no que concerne à recuperação económica do turismo, ao desenvolvimento de estratégias mais adequadas incluindo planos de emergência e progressão a nível social no que diz respeito à normalidade do quotidiano.

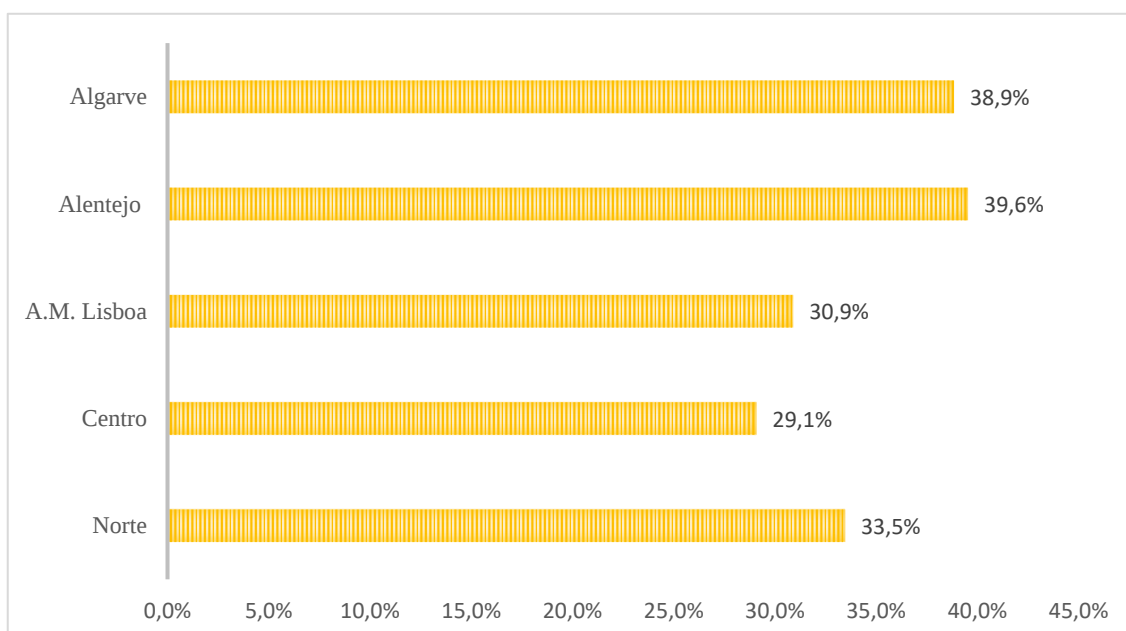


Gráfico 9 - Taxa de ocupação por quarto, em 2021, NUTS II em hotéis. (Fonte: elaboração própria - adaptado de Travel BI).

3.4. Número de estabelecimentos hoteleiros, por região NUT II, entre 2019 e 2020

Dada a limitação existente relativamente à falta de métricas referentes a 2021, o gráfico 10 menciona apenas o número de estabelecimentos hoteleiros, nomeadamente hotéis compreendidos entre 5 estrelas e 1 estrela, nas regiões delimitadas pela NUT II entre 2019 e 2020.

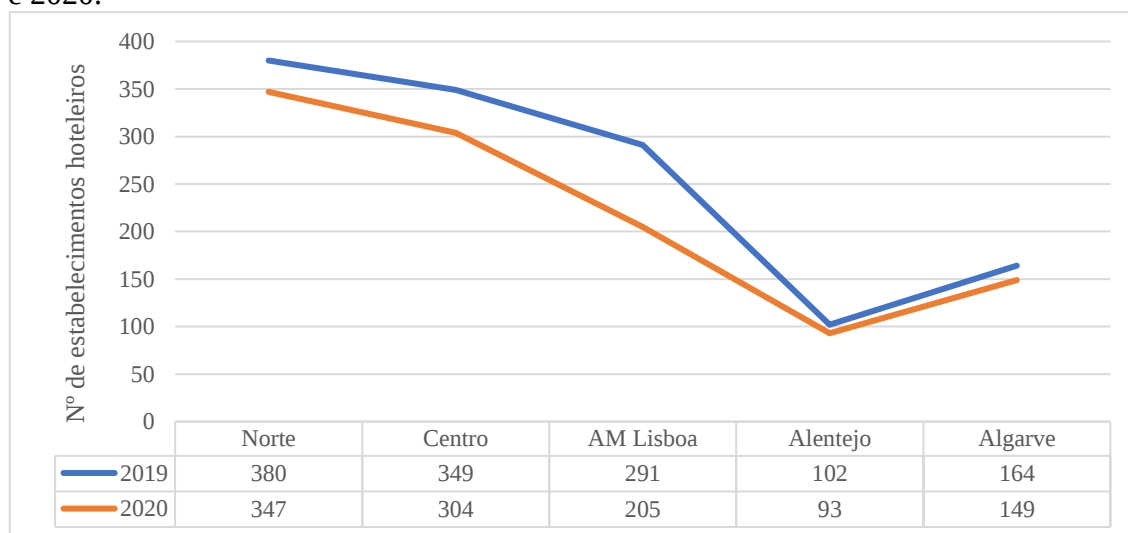


Gráfico 10 - Número de estabelecimentos hoteleiros, por região NUTS II, entre 2019 e 2020.

(Fonte: elaboração própria - adaptado de INE 2019 e 2020).

O Relatório de Estatística do Turismo de 2021, irá apenas ser publicado, pelo INE, em julho de 2022, desta forma o estudo efetuado acima apenas irá conter resultados propostos e publicados pelo INE nos anos mencionados.

Pela análise do gráfico é possível depreender que existiu um decréscimo de estabelecimentos hoteleiros entre o ano de 2019 e 2020. Sendo que a região que apresenta resultados menos positivos, tendo em conta a proporcionalidade existente entre as outras regiões foi a Área Metropolitana de Lisboa.

A diferença de resultados existente, nas regiões NUT II, entre 2019 e 2020 foi:

- Norte diminuiu em 33 hotéis;
- Centro diminuiu em 45 hotéis;
- AM Lisboa diminuiu em 86 hotéis;
- Alentejo diminuiu em 9 hotéis;
- Algarve diminuiu em 15 hotéis.

Na análise de todos os gráficos efetuada anteriormente é perceptível que, e em concordância com a autora Caldas (2022), em 2019, o setor turístico contribuía positivamente para o reforço e desenvolvimento económico do país de forma acentuada. As receitas provenientes do turismo permitiam equilibrar a balança comercial em Portugal, nomeadamente com as exportações do turismo. Com o aparecimento da Covid-19 em 2020, foi necessário, mundialmente, a criação de medidas de controlo da pandemia o que fez com que muitos negócios fossem encerrados, temporariamente ou não, nomeadamente o setor turístico.

Capítulo IV – METODOLOGIA

No presente capítulo da metodologia vão ser identificados os principais métodos e modelos que permitiram, *à posteriori*, auxiliar no estudo de caso e possíveis conclusões.

A metodologia é um processo que dispõem de modelos e ferramentas, utilizadas fundamentalmente em investigação, que são essenciais para a compreensão geral dos elementos do estudo de caso. Sendo que, uma das etapas primordiais será primeiramente identificar a esfera que se pretende analisar e posteriormente adotar a metodologia mais indicada. (Lima, 2021)

4.1. Modelo conceptual

O modelo conceptual de investigação de Quivy e Campenhoudt (1998), é a métrica estrutural e organizacional a ser seguida para a elaboração da presente dissertação.

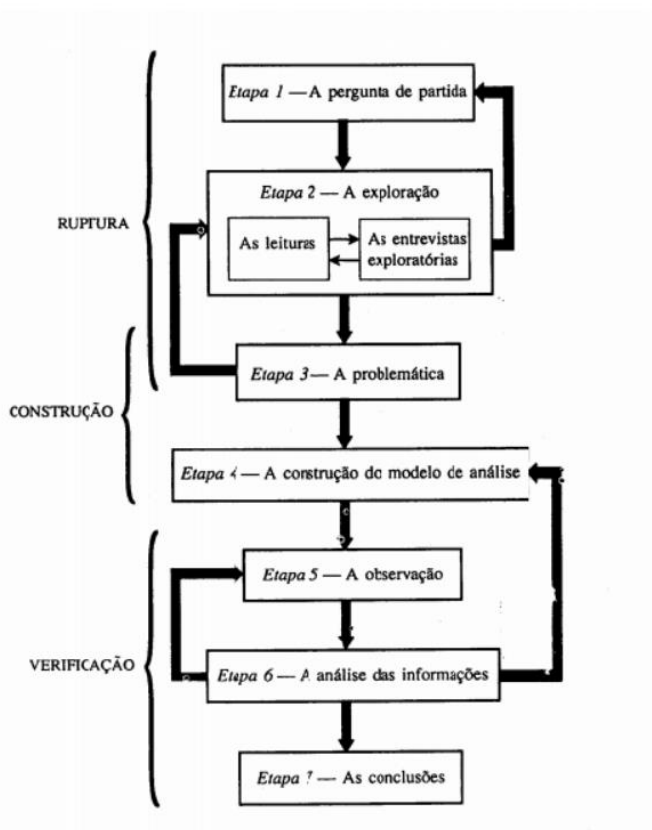


Figura 7 - Modelo de investigação de Quivy e Campenhoudt.

(Fonte: Quivy & Campenhoudt. 1998, pp. 27).

De acordo com os estudos efetuados pelos autores acima mencionados, uma investigação deverá começar pela definição de um problema, isto é, analisar e selecionar um tema que se pretende posteriormente estudar, definir objetivos gerais, bem como objetivos mais concretos e específicos que permitam, a análise de um estudo de caso, assim como verificar as respostas através das conclusões que poderão advir da pesquisa efetuada.

A estrutura do modelo conceptual de investigação a ser utilizado nesta dissertação está dividido em três pontos primordiais e subdividido em diferentes etapas que não têm todas carácter obrigatório de aplicação. A três etapas do modelo são: rutura, construção e verificação.

Primeiramente, os autores estabelecem como prioritário a vigência de uma pergunta de partida que: *"... se deve poder trabalhar eficazmente a partir dela e, em particular, deve ser possível estabelecer elementos para lhe responder."* (Quivy & Campenhoudt. 1998: 35).

Os autores defendem ainda que na formulação da pergunta, a mesma deverá ser *"clara, exequível e precisa"* (Quivy & Campenhoudt. 1998: 44), ou seja, a pergunta não poderá originar margem para dúvidas ou questões relativas ao cerne do tema a ser investigado.

Nesta dissertação, para a concentração de um tema em específico de investigação, a pergunta de partida será: *identificar a importância que os websites referentes aos hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental, podem ter na divulgação das práticas de sustentabilidade ambiental.*

Após a primeira etapa segue-se a fase de exploração que deverá conter como subprocessos as leituras e as entrevistas exploratórias. Estes processos identificados são aplicados de acordo com métodos de investigação a serem utilizados, ou seja, as leituras têm sempre que fazer parte de qualquer investigação para um conhecimento mais amplo sobre o tema, porém as entrevistas só serão executadas em investigações que as justifiquem.

Na fase de leituras é importante uma boa gestão do tempo, identificação de artigos que apresentem sugestões sobre o tema a ser trabalhado e análise de textos de autores que apresentem: *"ligações com a pergunta de partida, dimensão razoável do programa de leitura, elementos de análise e de interpretação e, por fim, abordagens diversificadas."* (Quivy & Campenhoudt. 1998: 54).

As entrevistas exploratórias têm como objetivo principal acrescentar valor às leituras e vice-versa, assim o trabalho de investigação será mais facilitado dado que existem respostas a perguntas específicas que poderão ser analisadas sob uma ótica mais prática. Antes da realização da entrevista, a preparação será fundamental para a obtenção dos dados que se procuram alcançar, ou seja, saber quem entrevistar e que perguntas fazer previamente é basilar para um melhor aproveitamento do tempo e da informação recolhida.

Nesta investigação, a recolha de informações verificadas através de entrevistas, não será efetuada dado que não se justifica para o tema proposto, ou seja, os métodos a serem utilizados vão ter por base pesquisas efetuadas através de informações recolhidas via online e será de uma forma qualitativa e não quantitativa.

Segue-se a fase da problemática que, tem como objetivo principal, “...fazer o balanço das diferentes problemáticas possíveis, em elucidar os seus pressupostos, em compará-los e em refletir nas suas implicações metodológicas.” (Quivy & Campenhoudt, 1998: 90). Elaborar a problemática é proceder à compilação de estratégias que permitiram responder à pergunta de partida, ou seja, é efetuar uma análise das questões que possam ser pertinentes para auxiliar na resolução da questão principal.

De acordo com os autores Quivy & Campenhoudt (1998), a etapa da problemática é a visão que se estabelece assumir para resolver a questão vigente na pergunta de partida, ou seja, é a forma de questionar circunstâncias estudadas e abordar os assuntos pretendidos.

Na etapa seguinte, referente à construção do modelo de análise, é necessário criar condições que possam ser estudadas posteriormente e que deem origem a diferentes estudos sobre o tema central. Os autores do modelo conceptual de investigação a ser estudado, defendem que a criação de hipóteses numa investigação é bastante relevante para conduzir a uma análise mais preponderada e racional da questão, além de que, a formulação de várias possibilidades permite obter um carácter singular e uma visão mais ampla que tanto caracteriza o espectro das investigações. Assim, com a elaboração das hipóteses surge a fase de testagem das mesmas, através de dados reais obtidos em fontes fidedignas (Quivy & Campenhoudt, 1998).

Dado que o modelo a ser estudado se caracteriza pela sua atuação contínua e ordenada, a observação, que se designa por ser a etapa cinco, é efetuada através das hipóteses e conceitos obtidos na etapa anterior. Isto é, nesta fase, através das informações atingidas, é suposto confrontar os conceitos e hipóteses com os factos evidentes.

Quivy & Campenhoudt, (1998: 206) defendem que nesta etapa será primordial a resposta a três perguntas:

1. *Observar o quê? – Os dados a reunir são aqueles que são úteis à verificação das hipóteses. São determinados pelos indicadores das variáveis. Chamam-se dados pertinentes;*
2. *Observar em quem? – Trata-se, depois, de circunscrever o campo das análises empíricas no espaço geográfico e social, bem como no tempo.*
3. *Observar como? – Esta terceira pergunta incide sobre os instrumentos da observação e a recolha dos dados propriamente dita.*

Na fase seis, na análise das informações, o principal propósito será a verificação dos resultados, isto é, se de facto os conceitos e hipóteses obtidas na fase quatro (construção do modelo de análise) são confirmados ou não. Aqui efetua-se a constatação da expectativa com a realidade dos resultados.

Na análise das informações, terá primeiramente de existir a descrição dos resultados obtidos, seguidamente a comparação entre os resultados e as hipóteses e posteriormente se de facto as resultâncias verificadas se articulam com o esperado *à priori*.

Por fim, aborda-se a última fase do modelo de investigação em estudo, etapa sete, designada por conclusões. Neste ponto deverá ser comunicada novamente a pergunta de partida, as métricas que foram utilizadas para o objeto de estudo e uma analogia entre as determinações e as possibilidades expectáveis. Desta forma, será benéfico elaborar uma sucinta retrospectiva do procedimento do estudo de caso, tanto dos mecanismos utilizados, como também desfechos atingidos.

Em suma, na presente dissertação, foi elaborada uma pergunta de partida, anteriormente anunciada, que ditará o início da condução do processo de investigação, seguidamente foram apresentados objetivos específicos, descreveram-se conceitos teóricos que permitiram uma melhor análise do estudo de caso, e de seguida irão ser colocadas as

várias hipóteses que, paralelamente com os dados, irão dar origem aos resultados e possíveis conclusões.

4.2.Métodos e abordagens de pesquisa

Os métodos e as abordagens de pesquisa a serem utilizados para a obtenção de métricas coerentes com o tema fulcral, na presente dissertação, serão fundamentalmente a metodologia qualitativa e a netnografia.

4.2.1. Método de investigação: metodologia qualitativa

Nesta dissertação o objetivo fulcral não é quantificar dados ou métricas existentes, mas sim a comunicação e o progresso de uma teoria concreta com base em pontos particulares e singulares que permitam obter fontes de informação e resultados de qualidade científica, que consequentemente, possam desenvolver novas teorias num campo específico.

De acordo com o autor Neto (2017), este tipo de metodologia não contém, na sua esfera, dados estatísticos, sendo que, a finalidade não é quantificar elementos. O método qualitativo foca-se na estrutura social dos factos, tentando identificar os conteúdos de uma forma não objetiva. Este tipo de método tem como objetivo entender conjunturas singulares e multifacetadas.

Os métodos qualitativos aplicados são aqueles que permitem interligar hipóteses e observações científicas com os conceitos estabelecidos previamente, desta forma, as métricas qualitativas não se regem por fatores restritos e estruturais que, consequentemente, terão de obedecer a uma regra organizacional (Zanten, 2004).

Relativamente ao método de pesquisa abordado neste subcapítulo, pode ser afirmado que as suas conclusões ao nível empírico e científico têm gerado, por parte da comunidade de investigação algumas contradições sobre a veracidade dos factos que dela surgem. Contudo Augusto (2014: 4), defende que:

“(...) a pesquisa qualitativa é rigorosa, exige trabalho intenso e investigadores treinados, pelo que consome muito tempo. Não existem, no entanto, soluções fáceis ou mecânicas que possam garantir a ausência de erros. Claro que é importante avaliar a qualidade da pesquisa qualitativa, e embora esta questão esteja ancorada num debate epistemológico sobre a natureza do conhecimento produzido, existem formas de tentar evitar o erro e perseguir a validade, as quais exigem integridade e um exercício de julgamento por parte do investigador, que incluem, entre

outras, a triangulação (que não deve ser entendida como um teste de validade), a reflexividade, a atenção aos casos desviantes e a relevância. Isto não significa, de todo, que seja possível desenvolver um único conjunto de guidelines para avaliar a qualidade da pesquisa qualitativa.”

Desta forma é perceptível que a metodologia qualitativa é baseada em dados mais abstratos e singulares que permite, por sua vez, adquirir conhecimentos através de várias hipóteses, interpretações e análises empíricas, que dão origem a resultados teóricos vastos e com validade científica.

Nos processos qualitativos, contrariamente à metodologia quantitativa, a investigação é desenvolvida de acordo com o processo de estudo, não é estruturada de acordo com um número específico de estudos de caso, ou seja, o universo de estudo e a amostra é organizada de acordo com o decorrer do trabalho (Taylor, Bogdan, & DeVault, 2015).

Atualmente, com a evolução dos processos de investigação, a metodologia qualitativa tem sido progressivamente mais aceite pela comunidade, portanto os problemas que eram sentidos estão a desvanecer e este tipo de metodologia está, consequentemente, a ser utilizada em diferentes campos de investigação e em variadas áreas (Richards & Morse, 2012).

Apesar de terem sido colocados alguns obstáculos referente à veracidade dos factos relativos aos dados obtidos através da metodologia qualitativa. É possível concluir que este tipo de método de investigação tem algumas vantagens, inumeradas anteriormente, como o facto de não estar dependente de nenhuma estrutura organizacional rígida e restrita, podendo conduzir o trabalho de forma mais intuitiva e de acordo com a viabilidade das questões abrangidas ao longo do estudo. A possibilidade de obter várias teorias, o entendimento de fenómenos complexos e singulares, e a particularidade de analisar várias informações e resultados torna também, a metodologia qualitativa, mais apelativa e verossímil.

4.2.2. Abordagem de pesquisa: netnografia

A abordagem de pesquisa a ser utilizada, na presente dissertação, é a netnografia. Pereira & Monteiro (2019), definem este tipo de pesquisa como sendo um procedimento baseado em informações contidas em plataformas online, e que tem como objetivo o domínio de factos interligados com a etnografia, a cultura e fatores sociais. Este sistema de pesquisa

começou a ser aprofundado na década de 90, na procura de informações referentes ao marketing e ao comportamento consumista.

Apesar da netnografia já ter sido desenvolvida e aprofundada desde os anos 90, a sua adaptabilidade nas áreas de investigação não é uma das métricas mais utilizadas para a pesquisa e estudo de alguns temas. Tavakoli & Wijesinghe (2019), defendem que, não obstante ao crescimento tecnológico e ao aumento do número dos seus consumidores, foram realizadas poucas tentativas na utilização da internet como uma ferramenta de pesquisa para processos de investigação. Por conseguinte, o turismo é um dos estudos cuja utilização da netnografia é francamente escassa, assim é perceptível a vigência de uma lacuna na valorização deste tipo de abordagem de pesquisa.

As variadas dimensões de informação fundamentadas na recolha de dados, mais especificamente em entrevistas e análise de conteúdos, permitiram que a netnografia seja constatada por uma experiência mais organizada, sistematizada e coordenada ao nível da esfera online (Ferreira, 2015).

Embora a aceitação não coerente e clara deste tipo de ferramenta por parte da comunidade científica, a netnografia não é uma metodologia recente ou recém-chegada, apenas é um alargamento das possibilidades da etnografia comum, com o objetivo de relacionar as competências tecnológicas com aquilo que já existe (Pereira & Monteiro, 2019).

Kozinets, R. (2014), enuncia algumas características que fazem parte da esfera netnográfica, que também poderão ser observadas como vantagens:

1. Alcance superior a informações, dados e/ou métricas;
2. Multiplicidade de teorias e informações provenientes de variados autores;
3. Interligação de informações e de comunicações;
4. Possibilidade de guardar automaticamente ficheiros e dados.

Com a evolução tecnológica, a netnografia esteve sujeita a uma reformulação, que se prende pela utilização de meios referentes às ciências sociais, através de pesquisas éticas. Esta abordagem de pesquisa tem vinculada determinadas características como, comunicação online, recolha e armazenamento de dados, interatividade e análise de informação que, de uma forma mais inovadora, permitem reunir noções e conceitos (Kozinets, 2015).

A utilização da netnografia como modelo de pesquisa, tem vantagens, nomeadamente, em áreas de interesse particulares como, estudos políticos, paradigmas legislativos e legais, ou assuntos específicos particulares e individuais, referentes a um determinado sujeito, grupo ou entidade. Esta ferramenta é preferencial no que concerne a determinados temas porque por vezes, as entidades ou sujeitos preferem manter a seu anonimato através das plataformas online que, não é possível, se for presencialmente (Costello, McDermott & Wallace, 2017). Deste modo, a netnografia é um modo de obtenção de dados mais amplo e vasto, dado que existe informação que apenas está exposta em plataformas online.

Em conclusão, a netnografia é uma ferramenta com crescente adesão por parte da comunidade científica, que permite a obtenção de dados online de um modo mais amplo e vasto, sob um domínio particular ou geral. A informação pode ser gerada por um indivíduo, um grupo, ou uma sociedade, pode ser obtida de forma gratuita e facilita a utilização e gestão do tempo. Este tipo de abordagem permite a recolha e análise de conceitos referentes a diferentes campos de atuação, nomeadamente no turismo, e a resposta aos objetivos gerais e específicos, propostos inicialmente, numa qualquer investigação, torna-se facilitada, devido aos elementos e informações conseguidas online.

Capítulo V – ESTUDO DE CASO E ANÁLISE DOS DADOS

No presente capítulo V, será estudado o tema principal que conduziu à elaboração desta dissertação. Primeiramente, irá existir uma demonstração, através de uma tabela, do universo desta análise. De seguida, através de um estudo aprofundado será executada a caracterização da amostra, tendo sempre por base, elementos do geral para o particular, por fim, será elaborada uma análise dos dados recolhidos anteriormente pela amostra.

5.1. Caracterização do universo

Antes de se perceber os elementos constituintes pertencentes à esfera da amostragem, é necessário, estudar um conjunto de componentes que antecedem a amostra, isto é, o universo.

Tendo por base os dados disponíveis na plataforma do Turismo de Portugal, referente ao ano de 2022, existem na totalidade, em Portugal Continental, 636 hotéis de quatro e cinco estrelas. Sendo que, especificamente, existem registados hotéis de quatro estrelas 501 e 135 hotéis de cinco estrelas. Estes dados poderão ser considerados o universo da amostra, dado que representam a totalidade das métricas, sem que estejam sujeitas a nenhum tipo de seleção ou dados que restrinjam ou influenciem diretamente o seu conjunto.

Para a demonstração da existência de hotéis de quatro e cinco estrelas repartidos pelas diferentes NUTS II existentes em Portugal Continental, decidiu-se proceder à elaboração de uma tabela para uma visão mais clara e sucinta dos dados em análise.

NUTS II em Portugal Continental	Nº total de hotéis de quatro estrelas	Nº total de hotéis de cinco estrelas
Norte	151	31
Centro	125	12
Área Metropolitana de Lisboa	123	52
Alentejo	34	6
Algarve	68	34

Tabela 2 - Número de hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental, distribuídos pelas NUTS II (Fonte: elaboração própria – adaptado Turismo de Portugal 2022).

O gráfico acima representado demonstra a proporção de hotéis de quatro e cinco estrelas, existentes em Portugal Continental, distribuídos pelas diferentes NUTS II. É relevante indicar que os números descritos na tabela 2, são com base em dados fornecidos pelo Turismo de Portugal referente ao ano de 2022, sendo que estes dados foram extraídos do website anteriormente referido, ao dia 02 de agosto de 2022. Na tabela em estudo é notória a predominância de hotéis de quatro estrelas relativamente aos de cinco estrelas.

5.2. Caracterização da amostra

Neste subcapítulo o objetivo é caracterizar a amostra por NUTS II, ou seja, do total dos hotéis de quatro e cinco estrelas existentes nas diferentes NUTS II, referir aqueles que realmente divulgam a existência de práticas sustentáveis a nível ambiental. Para isso irá ser executada uma divisão das diferentes NUTS II por subcapítulos para uma melhor compreensão e estruturação do trabalho.

Serão estudados, os hotéis de quatro e cinco estrelas representados nas NUTS II, que procedem à divulgação de práticas sustentáveis através dos seus websites. Aqueles que procedem à comunicação dos seus métodos de sustentabilidade, serão extraídos para as diversas tabelas abaixo assinaladas, organizadas por categoria de hotel e por NUT II.

Fazer a distinção entre os hotéis que têm práticas sustentáveis nas diferentes NUTS permite perceber a existência, ou não, de alguma predominância regional existente relativamente às práticas sustentáveis, ou seja, será possível depreender se a região onde se insere o hotel influencia as estratégias ambientais a serem adotadas, e se as práticas sustentáveis têm efetivamente influência na experiência do consumidor, na forma de comentário. O estudo dos comentários dos clientes, através da plataforma Booking, será elaborado na última etapa do capítulo V, isto é, na análise de dados.

Nesta dissertação, optou-se por estudar os comentários dos clientes de forma a entender e compreender a esfera de preferências dos mesmos e, se de alguma forma o paradigma turístico relativamente às práticas ecológicas, ambientais e sustentáveis, impactam a experiência do cliente.

É importante referir que nas tabelas infra expostas estão apenas referidos os hotéis que divulgam as práticas sustentáveis nos respetivos websites, dado que o critério de

aplicabilidade desta tese é o estudo dos hotéis de quatro e cinco estrelas com práticas sustentáveis em divulgação. Com isto, não quer dizer que os hotéis não mencionados não tenham modelos de sustentabilidade aplicados, apenas por questões internas de gestão, não os divulgam.

É bom notar que não foram referidas nenhuma práticas sustentáveis ambientais referentes a restaurantes, dado que cada hotel tem um conceito muito próprio e particular referente à área de F&B, desta forma e para não influenciar a amostra, o departamento de restauração não foi considerado.

Na análise deste estudo foram também excluídos da amostra os hotéis que apenas divulgam, no final do website o símbolo “*Green Key*”, porque apesar deste símbolo demonstrar a aplicação de práticas sustentáveis, a divulgação dessas mesmas práticas não é executada. Deste modo, e para o cumprimento do critério na totalidade, os hotéis com as características mencionadas não foram contabilizados.

5.2.1. NUT Norte: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas

Para a elaboração desta tabela, foram analisados a totalidade dos 151 hotéis de quatro estrelas existentes em Portugal Continental, através dos websites de cada um. Da totalidade destes hotéis foram apenas extraídos, os que têm como critério a divulgação das métricas sustentáveis.

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
Hotel Eurostars das Artes	Gestão de faturas digitalizadas.
Tryp Porto Expo	Adoção de postos de carga para veículos elétricos.
Neya Porto Hotel	Hotel implementado sobre a recuperação do Convento Madre Deus de Monchique. Certificações de práticas sustentáveis.
Hotel Praia Golfe	Gestão de faturas digitalizadas.
Monte Prado Hotel & SPA	Postos para carregamento de veículos elétricos.
Douro Palace Hotel Resort & Spa	Integração do hotel no meio envolvente (vinhas), sem prejudicar a traça original e histórica do ambiente natural.

São Félix Hotel “Hillside & Nature”	Política ambiental, que se compromete com os valores assentes na globalidade da sustentabilidade: • Diminuição elétrica; • Restringimento do consumo de água; • Reciclagem.
Hotel Melo Alvim	O hotel identificado obteve o Rótulo Ecológico Europeu e a certificação da Chave Verde. Tem uma preocupação por práticas sustentáveis e adotou, p.e: • Recuperação de estruturas já existentes para espaços do hotel; • Implementação de painéis solares e fotovoltaicos; • Uso de equipamentos com classe energética A; • Separação de lixo orgânico; • Preocupação com desperdício alimentar.
Portobay Teatro	Política de sustentabilidade que inclui: • Eficácia sobre a energia; • Reciclagem de resíduos; • Redução de papel; • Diminuição da utilização de água; • Implementação de espaços verdes.
CH Design & Wine Hotel	Hotel Eco-Friendly, com as seguintes medidas sustentáveis ambientais: • Aproveitamento de edifício histórico para construção de hotel; • Diminuição de consumo de água e energia; • Adequação dos detergentes e desinfetantes de acordo com normas sustentáveis; • Gestão de resíduos.
Hotel da Oliveira	Política ambiental para minimização de consumos energéticos, gestão de recursos e resíduos.

Hotel Vila Galé Collection Douro	Política de sustentabilidade ambiental.
Luna Arcos Hotel	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Hotel Eurostars Heroísmo	Gestão de processos por meio digital: gestão de faturação digital.
Santa Luzia ArtHotel	Gestão de processos por meio digital: gestão de faturação digital.
Hotel Premium Porto Downtown	Política de turismo sustentável: • Diminuição do consumo energético e recursos hídricos; • Gestão de resíduos; • Atuação direta na preservação de recursos culturais e naturais; • Regeneração urbana.
Hotel Eurostars Porto Douro	Introdução do digital na gestão de faturas.
Pena Park Hotel	Conservação do meio envolvente e desenvolvimento sustentável e consciencialização de equipa interna e externa (fornecedores e clientes) para a implementação de práticas sustentáveis.
Hotel Exe Almada Porto	Gestão de faturas digitalizadas.
Burgus Tribute & Design Hotel	Certificado de Eco Hotel e implementação de várias práticas sustentáveis.
Eurostars Porto Centro	Aposta no ramo digital para processos de faturação.
Hotel FeelViana	Política ambiental ao nível: • Recursos energéticos; • Recursos hídricos; • Resíduos e reciclagem; • Introdução da sociedade nas medidas propostas e desenvolvidas;

	• Planos de ação futuros referentes a práticas sustentáveis ambientais.
Flag Hotel Celorico Palace	Postos de carga para veículos elétricos.
The Editory House Hotel	Implementação de <i>Programa Seeds - Grow the Future by The Editory</i> , para promoção, desenvolvimento e implementação de práticas sustentáveis no hotel.
Vila Galé Collection Braga	Política ambiental: • Postos de carregamento para veículos elétricos; • Prémios e certificações pela implementação de práticas sustentáveis; • Reabilitação de edifício, mantendo a traça histórica e arquitetónica.
Oporto Airport & Business Hotel	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Hotel Vila Galé Porto Ribeira	Hotel <i>paper free</i> . Postos de carregamento para veículos elétricos. Prémios e certificados devido a práticas sustentáveis ambientais.
Eurostars Matosinhos	Gestão de faturação digital.
Hotel Catalonia Porto	Programa de responsabilidade social que visa a integração de todos os membros, internos e externos, para o cumprimento de práticas sustentáveis a fim do desenvolvimento e progressão de um hotel <i>eco-friendly</i> .
BessaHotel Baixa	Dois carregadores para veículos elétricos.
Caléway Hotel	Aposta digital para uniformização dos processos, hotel <i>eco-friendly</i> .
Mercure Porto Centro Aliados	Conceção de estruturas ecológicas, práticas sustentáveis relativamente aos recursos hídricos e energéticos e inclusão de clientes nestas métricas.

Fontinha Porto Hotel	Programas de responsabilidade social que integram práticas sustentáveis ambientais nos diferentes hotéis da cadeia hoteleira.
Yotel Porto	Práticas sustentáveis com inclusão do staff, medidas de reciclagem, gestão adequada de recursos, reciclagem, uso adequado de <i>amenities</i> e uso de tecnologia para aplicação de práticas ambientais mais sustentáveis.
Hotel Freixo Douro Superior	Carregadores para veículos elétricos.
NH Porto Jardim	Políticas de sustentabilidade ambiental implementadas para melhoria não só do hotel como do meio envolvente e sociedade integrante.
Hotel Exe Essenzia Porto	Gestão de faturas por processos digitais. Postos para carregamento de carros elétricos.
Oca Oriental Porto Hotel	Postos de carregamento para carros elétricos.
Flag Design Hotel	Aluguer de bicicletas elétricas para turistas.

Tabela 3 - NUT Norte – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 6, 11, 14, 18, 19, 21, 31, 46, 47, 51, 56, 59, 62, 76, 78, 79, 91, 109, 111, 113, 117, 127, 128, 129, 131, 143, 173, 174, 181 e 182).

Após efetuado o estudo, é possível depreender que apenas 39 hotéis de quatro estrelas optaram por realizar a divulgação das suas práticas na NUT Norte, relativamente aos hotéis de quatro estrelas. Apenas 25,83% dos hotéis existentes na região Norte de Portugal divulgam as suas práticas sustentáveis.

Na NUT Norte, relativamente aos hotéis de cinco estrelas, existem apenas 51 estabelecimentos. Todos os websites da totalidade dos hotéis mencionados foram analisados.

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
The Editory Boulevard Aliados Hotel	Implementação de <i>Programa Seeds - Grow the Future by The Editory</i> , para promoção, desenvolvimento e implementação de práticas sustentáveis no hotel
Hotel Eurostars Aliados	Gestão de faturas digitalizadas.
PortoBay Flores	Política de sustentabilidade que inclui: • Eficácia sobre a energia; • Reciclagem de resíduos; • Redução de papel; • Diminuição da utilização de água; • Implementação de espaços verdes.
Douro Royal Valley Hotel & Spa	Política ambiental sustentável: • Política de otimização de recursos; • Utilização de painéis solares e sistema de aquecimento térmico; • Redução de consumo energético e hídrico; • Inclusão de membros externos e internos na implementação e desenvolvimento das práticas contidas nos planos estratégicos sustentáveis.
Porto Palácio Hotel By the Editory	Implementação de <i>Programa Seeds - Grow the Future by The Editory</i> , para promoção, desenvolvimento e implementação de práticas sustentáveis no hotel.
Six Senses Douro Valley	Programas de sustentabilidade com o compromisso de assumir responsabilidade ambiental de forma a implementar e desenvolver práticas sustentáveis que contribuam para a sociedade e o meio envolvente natural.
Melia Braga Hotel & Spa	Postos de carga de veículos elétricos.

The Yeatman Hotel	Política de sustentabilidade assente em várias vertentes tais como: utilização de materiais locais, respeito pela natureza, gestão adequada de energia e água, gestão de resíduos, sistema de purificação de água para produção de água potável e abolição de plásticos.
Hotel Solverde SPA & Wellness Center	Postos de carregamento para carros elétricos.
Sheraton Porto Hotel & Spa	Certificados de práticas sustentáveis, postos de carregamento de carros elétricos, reciclagem de resíduos, gestão de recursos hídricos e de carbono.

Tabela 4 - NUT Norte – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 52, 54, 57, 59, 67, 96, 101, 126, 147 e 152).

Os hotéis de cinco estrelas, implementados na NUT Norte, são inferiores aos anteriormente estudados, sendo que existem apenas 51. Fazendo uma análise aos websites de todos os hotéis apresentados na listagem do Turismo de Portugal, apenas 10 divulgam os seus modelos sustentáveis. Isto representa uma percentagem de aproximadamente 19,61%.

5.2.2. NUT Centro: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
Hotel Dona Maria	Sensibilização dos clientes e colaboradores para as práticas sustentáveis, incorporação de elementos sustentáveis, gestão de recursos e resíduos, entre outros.
Hotel Mercure Fátima	Design e materiais mais sustentáveis, poupança de água, energia e financiamento de plantação de árvores.
In Gold Hotel & Spa	Fachada principal coberta de painéis solares que permitem obter eficiência energética. Responsabilidade ambiental com aplicação de diversas práticas.

Pena D'Água Boutique Hotel & Villas	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Palácio São Silvestre Boutique Hotel	Política de sustentabilidade ambiental com várias medidas que permitem cumprir com objetivos ecológicos.
Hotel Vila Galé Serra da Estrela	Preservação de património e estruturas existentes. Prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Belmonte Sinai Hotel	Política de sustentabilidade que permite reduzir ou eliminar o impacto no ambiente.
Hotel Parque Serra da Lousã	Certificado “ <i>Green Key</i> ” obtido através de boas práticas ambientais. A sustentabilidade é um dos objetivos centrais do hotel.
Tryp Leiria	Postos de carregamento para carros elétricos.
Lisotel	Política sustentável que se compromete com a utilização controlada de recursos, apoia a biodiversidade, diminuição da emissão de gases CO2, entre outras.
Hotel Eurostars Oásis Plaza	Gestão de faturas digitalizadas.
Surfers Lodge	Eco hotel que assenta em práticas sustentáveis cujo objetivo é minimizar o impacto para o meio ambiente.
Real Abadia Congress & Spa Hotel	Política ambiental com práticas, como por exemplo, reciclagem de pilhas e óleos alimentares, controlo de energia e água, entre outros.
Hotel Santa Margarida	Produção de horta sustentável.
Hotel Villa Batalha	Política ambiental sustentável, com implementação de métodos de gestão de eletricidade e recursos hídricos, painéis solares, entre outros.
Essence inn Marianos	Implementação de painéis fotovoltaicos, redução do consumo energético e consumo de água, entre outros.
Consolata Hotel	Postos de carregamento para veículos elétricos.

Aqua Hotel	Certificado “ <i>Green Key</i> ” através de adoção de práticas, como por exemplo, gestão racional de recursos, reciclagem, meios de transporte sustentáveis, entre outros.
Hotel Vila Galé Coimbra	Práticas sustentáveis e ecológicas e obtenção de prémios e certificações pela adoção das mesmas.
Meliá Ria Hotel & Spa	Postos de carregamento para carros elétricos.
H2otel - Congress & Medical SPA	Reaproveitamento de recursos naturais para tratamentos de spa.
Hotel Mercure Figueira da Foz	Design e materiais mais sustentáveis, poupança de água, energia e financiamento de plantação de árvores.
Tivoli Coimbra	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Hotel MH Atlântico Golf	Adoção de sistemas energéticos fotovoltaicos e térmicos para reaproveitamento de energia. Postos de carregamento para carros elétricos. Reciclagem e iluminação LED.
MH Peniche	Adoção de sistemas energéticos fotovoltaicos e térmicos para reaproveitamento de energia. Postos de carregamento para carros elétricos. Reciclagem e iluminação LED.
Your Hotel & Spa Alcobaça	Práticas ambientalmente responsáveis e obtenção de certificados devido às mesmas.
Octant Lousã	Filosofia sustentável vigente na regeneração do património e meio envolvente.
Hotel Cinquentenário & Conference Center	Política de responsabilidade ambiental.
Hotel Lusitânia Congress & Spa	<i>Bio Friendly</i> Hotel, implementação de horta sustentável para consumo interno do hotel.

Lago Azul Eco Hotel	Política de sustentabilidade ambiental com a finalidade da redução da pegada ambiental
---------------------	--

Tabela 5 - NUT Centro – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 5, 13, 22, 23, 27, 32, 35, 41, 58, 59, 71, 80, 85, 98, 102, 116, 135, 159, 168 e 169).

Nesta NUT, relativamente aos 125 hotéis de quatro estrelas, existem 30 hotéis que optaram por divulgar as práticas sustentáveis no seu website, isto representa 24%.

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
Casa de São Lourenço - Burel Panorama Hotel	Política de sustentabilidade ambiental que respeita o espaço envolvente, consumo responsável, eficiência energética. O hotel foi desenvolvido assente em métricas ambientalmente sustentáveis.
Praia D'El Rey Marriott Golf & Beach Resort	Limitação de utilização de água, carregamento para carros elétricos e reciclagem.
Parador Casa da Insua	Produção autónoma de produtos alimentares. Gestão de resíduos e de energia, controlo de consumo de água.

Tabela 6 - NUT Centro – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 15, 30 e 130).

Da totalidade dos 12 hotéis de cinco estrelas estudados apenas três, na NUT Centro, fizeram a divulgação dos seus moldes sustentáveis no website. Assim é possível depreender que 25% das unidades hoteleiras cumpriram com os critérios da amostra.

5.2.3. NUT Área Metropolitana de Lisboa: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
Stay Hotel Lisboa Centro Chiado	Envolvimento do hotel em práticas mais sustentáveis.
Hotel Eurostars Cascais	Gestão de faturação digitalizada.

Hotel Vincci Liberdade	Política sustentável com o objetivo de contribuir para diminuição da pegada ambiental, planificação de viagem e estadia mais sustentável, planos de responsabilidade social e cumprimento de objetivos que estão incluídos nas normas e certificações sustentáveis.
H10 Duque de Loulé	Postos de carregamento para veículos elétricos. Política de sustentabilidade que promove a redução de gastos energéticos e de resíduos, eliminação de plásticos e programas com o objetivo de sensibilizar para melhores práticas sustentáveis.
Jupiter Lisboa Hotel	Boas práticas ambientais, para atingir o equilíbrio do meio envolvente e do planeta. Certificados e prémios ganhos pela adoção de práticas ambientalmente sustentáveis.
BessaHotel Liberdade	Carregamento para veículos elétricos.
Hotel Smy Lisboa	Adoção de práticas ambientalmente sustentáveis.
Meliá Lisboa Aeroporto	Política de responsabilidade ambiental, com o objetivo de melhorar o meio ambiente e envolvente.
Memmo Alfama Hotel	Política de sustentabilidade de acordo com o <i>Earth Check Certification</i> , que abrange práticas de minimização energética, resíduos, entre outros.
HF Fénix Urban	Política de sustentabilidade ambiental com medidas: • Poupança de água; • Iluminação com tecnologia LED; • Redução de plásticos; • Utilização de dispensadores para <i>amenities</i>; • Entre outros.
HF Fénix Lisboa	Política de sustentabilidade ambiental com medidas: • Poupança de água; • Iluminação com tecnologia LED; • Redução de plásticos; • Utilização de dispensadores para <i>amenities</i>;

	• Entre outros.
Inspira Liberdade Boutique Hotel	Política de sustentabilidade ambiental, com sistema de gestão integrado em práticas ambientalmente responsáveis.
Hotel do Mar	Postos de carregamento para carros elétricos.
Lisbon Marriott Hotel	Política de sustentabilidade ambiental, como por exemplo, limitação de utilização de água e reciclagem.
Tryp Lisboa Caparica Mar	Preservação dos recursos naturais através da adoção de práticas sustentáveis, com o objetivo de reduzir a pegada ambiental.
Hotel Real Oeiras	Geração de impacto ambientalmente responsável através do envolvimento dos colaboradores, clientes e sociedade local.
NH Collection Lisboa Liberdade	O ponto central do modelo de negócios é auxiliar na diminuição do impacto ambiental e mudanças climáticas através de práticas como redução de emissões de carbono.
Ramada Lisbon	Carregamento para veículos elétricos. Política de sustentabilidade ambiental.
NH Lisboa Campo Grande	O ponto central do modelo de negócios é auxiliar na diminuição do impacto ambiental e mudanças climáticas através de práticas como redução de emissões de carbono.
Hotel Mercure Lisboa Almada	Conceção de infraestruturas ecológicas, plantação de árvores, entre outros.
Hotel Vila Galé Estoril	Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Sesimbra Hotel & SPA	Postos de carga para veículos elétricos.
Arribas Sintra Hotel	Política de sustentabilidade ambiental com o objetivo de proteger o ecossistema e não causar pressão urbanística. Redução do consumo de água e diminuição do recurso ao papel é uns dos objetivos existentes.
Hotel Vila Galé Ericeira	Postos de carregamento para veículos elétricos. Prémios e certificados por adoção de práticas sustentáveis.

Hotel Vila Galé Ópera	Postos de carregamento para veículos elétricos. Prémios e certificados por adoção de práticas sustentáveis.
Eurostars Lisboa Parque Hotel	Gestão de faturas em formato digital.
Hotel Mercure Lisboa Malhoa	Design e materiais mais sustentáveis, poupança de água, energia e financiamento para plantação de árvores.
Hotel Novotel Setúbal	Design e materiais mais sustentáveis, poupança de água, energia e financiamento para plantação de árvores.
Tivoli Sintra	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Hotel Tivoli Oriente	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Hotel Novotel Lisboa	Design e materiais mais sustentáveis, poupança de água, energia e financiamento de plantação de árvores.
Hotel PortoBay Marquês	Política de sustentabilidade que inclui: • Eficácia sobre a energia; • Reciclagem de resíduos; • Redução de papel; • Diminuição da utilização de água; • Implementação de espaços verdes.
Meliá Lisboa Oriente	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Hotel Açores Lisboa	Turismo sustentável através da adoção de práticas ambientalmente responsáveis.
Neya Lisboa Hotel	Aplicação de práticas sustentáveis como, gestão de resíduos, diminuição de emissões de carbono e de plástico, entre outras.
B&B Hotel Sado Setúbal	Medidas como eliminação de plástico, postos de carregamento para veículos elétricos, redução do consumo hídrico, redução da pegada de carbono e utilização de papel.

Tabela 7 - NUT Área Metropolitana de Lisboa – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria- com base na bibliografia 2, 3, 4, 24, 26, 28, 33, 42, 45, 59, 68, 69, 70, 74, 77, 86, 88, 94, 99, 100, 103, 107, 108, 125, 134, 138, 146, 148, 150, 156, 158, 160, 170, 171 e 172).

Na Área Metropolitana de Lisboa, existiram 36 hotéis a proceder à divulgação das práticas sustentáveis, ou seja, aproximadamente 29,27% da totalidade dos 123 hotéis cumpriram o critério em análise.

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
The Editory Riverside Santa Apolónia Hotel	Gestão baseada em práticas sustentáveis como diminuição do consumo de recursos hídricos e energéticos, divulgação e preservação dos recursos naturais locais, entre outros.
The Ivens Hotel	Postos de carregamento para carros elétricos.
Iberostar Lisboa	Política “ <i>Wave of Change</i> ” que se rege por princípios de sustentabilidade ambiental, como por exemplo, na redução de plásticos, redução de emissões de carbono, medidas que apoiam a saúde ecológica costeira, e todos os produtos provenientes do mar são colhidos de forma responsável ambientalmente.
Memmo Príncipe Real	Certificado “ <i>Earth Check</i> ” que obriga a utilização de produtos biodegradáveis, utilização consciente de recursos e implementação de uma política cujo clientes e staff têm de cumprir para tornar o meio mais sustentável.
Corpo Santo Hotel	Política sustentável com o intuito de minimizar o desperdício, preservar a natureza, melhorar a qualidade do ambiente e diminuição do impacto causado pela operação do hotel.
Hotel Palácio do Governador	Aproveitamento dos recursos naturais de forma sustentável onde o hotel se insere. Obtenção de certificado “ <i>We Care</i> ” pela adoção de práticas ambientais sustentáveis. Postos de carregamento para carros elétricos.
Porto Bay Liberdade	Política de sustentabilidade que inclui: • Eficácia sobre a energia; • Reciclagem de resíduos;

	• Redução de papel; • Diminuição de água; • Implementação de espaços verdes.
Hotel Vila Galé Collection Palácio dos Arcos	Postos de carregamento para veículos elétricos. Certificados e prémios por aplicação de medidas sustentáveis.
Pestana Palace - Hotel & National Monument	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Martinhal Lisbon Cascais Family Hotel	Política de sustentabilidade de forma a assegurar um ambiente mais responsável. Postos de carregamento para veículos elétricos.
Dom Pedro Lisboa	Implementação de práticas sustentáveis de forma a reduzir a pegada ecológica.
Corinthia Hotel Lisbon	Adoção de práticas mais sustentáveis, de forma a contribuir positivamente para o meio envolvente, clientes e sociedade.
Grande Real Villa Itália Hotel & Spa	Geração de impacto ambientalmente responsável através do envolvimento dos colaboradores, clientes e sociedade local.
Hotel Real Palácio	Geração de impacto ambientalmente responsável através do envolvimento dos colaboradores, clientes e sociedade local.
Hotel Altis Avenida	Práticas sustentáveis tais como: • Minimização do desperdício; • Redução do consumo hídrico e energético; • Envolvimento dos trabalhadores, clientes e parceiros na política sustentável; • Entre outras.
Sheraton Lisboa Hotel & Spa	Limitação de utilização de água, política antitabaco, reciclagem, entre outras.

Altis Grand Hotel	Práticas sustentáveis tais como: • Minimização do desperdício; • Redução do consumo hídrico e energético; • Envolvimento dos trabalhadores, clientes e parceiros na política sustentável; • Entre outras.
Altis Belém Hotel & SPA	Práticas sustentáveis tais como: • Minimização do desperdício; • Redução do consumo hídrico e energético; • Envolvimento dos trabalhadores, clientes e parceiros na política sustentável; • Entre outras.
Ritz Four Seasons Hotel	Preservação ambiental, através de práticas mais sustentáveis.
Hotel Quinta da Marinha	Política ambiental baseada na diminuição dos impactos, cooperação com entidades reguladoras, sensibilização para práticas ambientalmente responsáveis e desenvolvimento local.
Tivoli Palácio de Seteais	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Tivoli Avenida Liberdade	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Penha Longa Resort	Preservação dos recursos naturais, implementação de estratégias para redução da pegada ambiental e apoio à sociedade.
Hotel Sofitel Lisbon Liberdade	Design e materiais mais sustentáveis, poupança de água, energia e financiamento de plantação de árvores.
Hotel Olisippo Lapa Palace	Postos de carregamento para carros elétricos.

Eurostars Hotel das Letras	Gestão de faturas digitalizadas.
-------------------------------	----------------------------------

Tabela 8 - NUT Área Metropolitana de Lisboa – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 25, 38, 39, 40, 49, 50, 55, 59, 63, 65, 82, 95, 97, 105, 112, 115, 118, 121, 124, 132, 139, 149, 151, 154, 157 e 180).

Relativamente aos hotéis de cinco estrelas, localizados na NUT que abrange a Área Metropolitana de Lisboa, 26 hotéis procederam à divulgação da sustentabilidade ambiental através do website, isto indica uma referência em percentagem de 50%

5.2.4. NUT Alentejo: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
Octant Évora	Produção e utilização de produtos ecológicos e naturais para tratamentos estéticos. Filosofia sustentável vigente na regeneração do património e meio envolvente.
Hotel Vila Galé Collection Alter Real	Ecoturismo, preservação de património e estruturas existentes. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Vila Galé Collection Elvas Historic Hotel, Conference & Spa	Postos de carregamento para veículos elétricos. Certificados e prémios por aplicação de medidas sustentáveis.
Hotel José Régio	Hotel ecológico, com painéis solares, células fotovoltaicas, redução do consumo de água e energia, iluminação de baixo consumo em todo o edifício. Obtenção do certificado pela “ <i>Biopshire Responsible Tourism</i> ”
Hotel Vila Galé Évora	Postos de carregamento para carros elétricos. Prémios e certificações por práticas sustentáveis.

Monte Filipe Hotel & Spa	Hotel baseado numa política de turismo sustentável. Preservação de recursos naturais, reutilização de recursos hídricos e eficiência energética.
Santarém Hotel	Adoção de medidas para redução energética, turismo responsável sustentável. Obtenção de certificados por adoção de práticas sustentáveis.
Ecorkhotel Évora	Primeiro hotel ecológico a ser certificado em Portugal. Política sustentável focada na eficiência energética e diminuição do impacto.
Rossio Hotel	Hotel ecológico, por adoção de medidas ambientalmente responsáveis.
Beja Parque Hotel	Plano de sustentabilidade assente em infraestruturas renováveis e minimização de resíduos.
Vale do Gaio Hotel	Implementação de projeto em energias renováveis.
Octant Santiago	Produção ecológica de alimentos na propriedade do hotel. Filosofia sustentável assente na preservação e regeneração.

Tabela 9 - NUT Alentejo – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 17, 20, 34, 43, 53, 106, 141, 142, 163, 164, 175 e 176).

Da totalidade dos 34 hotéis existentes, existiram 12, representados por uma percentagem de aproximadamente 35,29%, que comunicaram no website o desenvolvimento e implementação de práticas ambientalmente responsáveis e sustentáveis.

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
São Lourenço do Barrocal	Política de sustentabilidade assente na regeneração das infraestruturas, da agricultura, gestão sustentada de recursos hídricos, aproveitamento de energia solar,
Lago Montargil & Villas	Postos de carregamento para veículos elétricos e aproveitamento sustentável dos recursos naturais e locais.

Alentejo Marmoris Hotel & Spa	Política sustentável que inclui a gestão sustentável das atividades inerentes, eliminar ou reduzir o impacto, gestão otimizada dos recursos.
Convento do Espinheiro, Historic Hotel & Spa	Regeneração de ecossistemas, turismo responsável assente em políticas de sustentabilidade, postos de carregamento para veículos elétricos. Gestão de resíduos, cultura biológica, eficiência energética, gestão de recursos hídricos, parcerias com empresas com políticas sustentáveis.

Tabela 10 - NUT Alentejo – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 12, 48, 90 e 92).

Sabendo *à priori*, a não existência de uma quantidade mais elevada de hotéis de cinco estrelas na região do Alentejo, existiram 4 hotéis que divulgaram a aplicabilidade da sustentabilidade nas suas unidades hoteleiras, com isto, pode traduzir-se numa percentagem de 66,67%

5.2.5. NUT Algarve: existência de práticas sustentáveis nos hotéis de quatro e cinco estrelas

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
AP Cabanas Beach & Nature	Política de sustentabilidade ligada à utilização de energia 100% renovável, gestão e aproveitamento de recursos, utilização de sistemas ecológicos e barcos ecológicos.
Hotel Palmeiras Village	Política de responsabilidade sustentável com base na redução de resíduos e que impactem cada vez menos o meio ambiente.
Jupiter Marina Hotel	Postos de carregamento para carros elétricos
Hotel Casabela	Adoção de medidas sustentáveis como, poupança de energia, produtos <i>eco-friendly</i> , gestão de recursos, onde os clientes e o staff são parte integrante do desenvolvimento destas medidas.
Hotel TUI Blue Falésia	Práticas que promovem a proteção do meio ambiente, como por exemplo, utilização de painéis solares, utilização de energias renováveis, eliminar materiais descartáveis, entre outros.

Dom Pedro Vilamoura	Aplicação de práticas ambientais sustentáveis para minimizar a pegada ecológica.
Dom Pedro Marina	Aplicação de práticas ambientais sustentáveis para minimizar a pegada ecológica.
Hotel Alcazar Beach & SPA	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Holiday Inn Algarve	Sistema de “ <i>Green Engage</i> ” que permite perceber o impacto que os hotéis que pertencem a este grupo têm a nível sustentável e de que forma podem reduzir o impacto.
Falésia Hotel	Adoção de medidas sustentáveis para minimizar o desgaste ambiental. Colocação de metas com objetivos de atingir determinados níveis que possam satisfazer o que é ambientalmente aceitável.
Hotel Porto Bay Falésia	Política de reciclagem, implementação de espaços verdes, redução do papel e gestão controlada de resíduos.
Eco Hotel Vila Galé Albacora	Ecoturismo, preservação de património e estruturas existentes. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Hotel Vila Galé Náutico	Ecoturismo, preservação de património e estruturas existentes. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Real Bellavista Hotel & Spa	Medidas implementadas com o objetivo de minimizar a pegada ambiental, como por exemplo, promover a conservação de animais e meio ambiente.
AP Eva Senses	Suporte de causas ambientalmente sustentáveis e adoção de práticas de forma a tornar o meio mais ecológico
Hotel Vila Galé Marina	Ecoturismo. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
AP Maria Nova Lounge	Suporte de causas ambientalmente sustentáveis e adoção de práticas de forma a tornar o meio mais ecológico

Memmo Baleeira Hotel	Certificado “ <i>Earth Check</i> ” que obriga a utilização de produtos biodegradáveis, utilização consciente de recursos e implementação de uma política cujos clientes e staff têm de cumprir para tornar o meio mais sustentável.
Jupiter Algarve Hotel	Postos de carregamento para veículos elétricos.
Hotel Tivoli Lagos	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Hotel Vila Galé Collection Praia	Ecoturismo. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Hotel Vila Galé Tavira	Ecoturismo. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Hotel Vila Galé Lagos	Ecoturismo. Postos de carregamento para carros elétricos e prémios e certificações por práticas sustentáveis ambientais.
Eurotel Altura Hotel & Beach	Política <i>ecofriendly</i> , com implementação de reciclagem, painéis solares, redução do consumo energético, utilização de produtos orgânicos.
Pestana D. João II Hotel	Postos de carregamento para carros elétricos.
Hotel Alísios	Instalação de equipamentos que permitem consumos mais baixos, reutilização e redução de papel, incentivo de passeios a pé e utilização de transportes públicos.
Ozadi Tavira Hotel	Hotel <i>eco-friendly</i> com painéis solares, reciclagem, gestão de recursos, contadores energéticos e controlo do consumo energéticos
AP Adriana Beach Resort	Suporte de causas ambientalmente sustentáveis e adoção de práticas de forma a tornar o meio mais ecológico

Tabela 11 - NUT Algarve – Hotéis quatro estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 7, 8, 9, 10, 29, 36, 44, 60, 61, 72, 73, 75, 84, 87, 89, 104, 110, 114, 120, 123, 136, 162, 165, 166, 167, 177, 178 e 179).

O Algarve, na sua generalidade, sendo uma região mais massificada a nível turístico, terá nos seus modelos de implementação estratégicos inúmeros pontos para não tornar a região

saturada. Com isto 28 hotéis apostaram na divulgação das métricas sustentáveis nos seus websites, representando assim uma percentagem de aproximadamente 41,18%

Nome do hotel	Divulgação do tipo de prática sustentável ambiental
W Algarve Hotel	Política de não fumadores: em todos os espaços do hotel, os hóspedes estão proibidos de fumar. Política de sustentabilidade de forma a reduzir os impactos ambientais.
Pestana Blue Alvor Hotel	Só podem circular carros elétricos dentro do perímetro do hotel, de forma a manter a qualidade do ar e reduzir a poluição.
Hotel Casa Mãe	Política sustentável com intuito de reduzir os impactos. Como por exemplo, 90% dos alimentos sem pegada de carbono (existência de horta biológica) e manter espaços verdes dentro do hotel.
Salgados Palace Hotel	Aproveitamento dos recursos naturais de forma sustentável onde o hotel se insere. Obtenção de certificado “ <i>We Care</i> ” pela adoção de práticas ambientais sustentáveis. Postos de carregamento para carros elétricos.
São Rafael Atlântico Hotel	Aproveitamento dos recursos naturais de forma sustentável onde o hotel se insere. Obtenção de certificado “ <i>We Care</i> ” pela adoção de práticas ambientais sustentáveis. Postos de carregamento para carros elétricos.
Vidamar Resort Hotel Algarve	Política de sustentabilidade ambiental: gestão controlada de recursos e resíduos.
Crowne Plaza Vilamoura Algarve - Hotel & SPA	Adoção de medidas de sustentabilidade, de forma a reduzir a pegada, diminuir os impactos e manter o futuro sustentável do crescimento hoteleiro. Postos de carregamento para carros elétricos.
Hotel Vila Vita Parc	Medidas de responsabilidade ambiental, para o desenvolvimento responsável do turismo. Práticas como: gestão controlada de recursos, redução da produção de resíduos, reciclagem e parcerias com empresas que promovem o bem-estar do meio envolvente e animal.

Hotel Iberostar Selection Lagos Algarve	Política “ <i>Wave of Change</i> ” que se rege por princípios de sustentabilidade ambiental, como por exemplo, na redução de plásticos, redução de emissões de carbono, medidas que apoiam a saúde ecológica costeira, e todos os produtos provenientes do mar são colhidos de forma responsável ambientalmente.
Hotel Algarve Casino	Postos de carregamento para carros elétricos.
Hotel Quinta do Lago	Política de sustentabilidade que assume compromissos diários para desenvolver medidas mais sustentáveis ambiental de forma a desenvolver um futuro mais eficiente do meio onde se insere. As medidas passam, por exemplo, pela escolha de fornecedores que têm práticas sustentáveis.
Real Marina Hotel & Spa	Adoção de medidas que passam pela redução de consumo energético, água e produtos de limpeza.
Tivoli Marina Vilamoura	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
São Rafael Suites Hotel	Aproveitamento dos recursos naturais de forma sustentável onde o hotel se insere. Obtenção de certificado “ <i>We Care</i> ” pela adoção de práticas ambientais sustentáveis. Postos de carregamento para carros elétricos.
Grande Real Santa Eulália Resort Hotel Spa	Adoção de medidas que passam pela redução de consumo energético, água e produtos de limpeza.
Hotel Tivoli Carvoeiro	Política “ <i>More Green</i> ” de forma a tornar os processos mais eficientes ambientalmente e contribuir para um futuro mais ecológico.
Pine Cliffs Hotel, a Luxury Collection Resort, Algarve	Política de sustentabilidade que limita a utilização de recursos, gestão de resíduos, produção sustentada, reciclagem, redução do uso de plásticos, entre outras.

Tabela 12 - NUT Algarve – Hotéis cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria – com base na bibliografia 1, 16, 37, 64, 66, 81, 83, 93, 119, 122, 133, 137, 140, 144, 145, 153 e 155).

Na NUT do Algarve, 17 hotéis da totalidade dos hotéis existentes, procederam à divulgação do critério em análise nos seus websites, o que representa 50%.

Em suma, é possível depreender a existência, relativa à totalidade dos hotéis, do seguinte:

NUT	Categoria hoteleira	Percentagem correspondente aos hotéis que procederam à divulgação
Norte	****	25,83%
Norte	*****	19,61%
Centro	****	24%
Centro	*****	25%
Área Metropolitana de Lisboa	****	29,27%
Área Metropolitana de Lisboa	*****	50%
Alentejo	****	35,29%
Alentejo	*****	66,67%
Algarve	****	41,18%
Algarve	*****	50%

Tabela 13 - Comparação percentual de hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental, com práticas sustentáveis. (Fonte: elaboração própria).

É possível depreender, através da análise sucinta da tabela representada supra, que a NUT que apresenta maior percentagem de divulgação de práticas sustentáveis, é a NUT Alentejo, mais concretamente os hotéis de cinco estrelas.

A que apresenta menor percentagem é a NUT Norte, referente aos hotéis de cinco estrelas. A análise do quadro também é indicativa de que quanto mais a sul de Portugal Continental, maior é a existência de divulgação, por parte dos hotéis, relativamente às práticas e éticas desenvolvidas sobre a responsabilidade sustentável ambiental.

Este estudo também demonstra que existe uma predominância quase geral da comunicação da sustentabilidade dos hotéis de cinco estrelas em comparação com os de

quatro estrelas, a única NUT que se desvia deste padrão é a região Norte, sendo por isto, mais predominante a divulgação nos hotéis de quatro estrelas.

Na globalidade, as NUT's que apresentam maior percentagem tendo em conta o critério analisado, é o Alentejo e o Algarve, e as que apresentam menor percentagem é a região Norte e Centro. Estes factos podem dever-se a inúmeros fatores, mas um deles, poderá ser o fator desenvolvimento. Ou seja, como a região mais a Norte de Portugal não se encontram tão massificada turisticamente, assim sendo, os destinos que estão mais saturados a nível turístico deverão ter mais urgência em tomar medidas para o desenvolvimento responsável não só dos locais onde se inserem como também das infraestruturas criadas que podem, futuramente, prejudicar drasticamente o meio.

5.3. Análise dos dados

Neste subcapítulo, o que se pretende é o estudo e análise dos comentários efetuados pelos clientes dos hotéis acima indicados que, referem através dos seus websites, as suas práticas sustentáveis.

A análise destes dados teve como princípio os seguintes critérios:

- Analisar os comentários dos clientes referentes aos hotéis que apenas foram expostos no subcapítulo 5.2.;
- Observar apenas os comentários expostos na plataforma Booking;
- Investigar os comentários que fazem referência à existência ou satisfação relativa a alguma/s prática/s sustentáveis que os hotéis praticam;
- A análise foi limitada a sete páginas por hotel, na plataforma Booking;
- Proceder à escolha, no máximo de três comentários dos clientes, que comprovem a importância que a prática sustentável teve na experiência do turista.

Este estudo é meritório de análise não só porque é um dos objetivos iniciais desta dissertação, como também, atualmente é fundamental garantir que aplicação de modelos mais sustentáveis a nível turístico se revejam na satisfação do cliente. Dado que, o turismo é uma área económica, social e cultural que subsiste através dos turistas, consequentemente, quanto maior for a satisfação de um hóspede relativamente a um hotel, maior será a probabilidade de retorno.

Os comentários ou *reviews* dos hóspedes também validam o interesse e/ou atenção que os clientes têm sobre este tipo de estratégia seriamente responsável e eminente. Caso os resultados deste estudo demonstrem que, as *reviews* ou comentários, não revelam consideração por estes tipos de práticas ou os resultados sejam amplamente limitativos, é necessário implementar e desenvolver estratégias e planos de ação, por parte das entidades reguladoras e em particular, das unidades hoteleiras, para que, consequentemente, exista uma maior elucidação e envolvimento dos clientes nestes assuntos. Dado que, as métricas e objetivos a serem alcançados neste campo, serão certamente mais bem-sucedidos caso exista uma inclusão dos setores sociais, como é o caso dos hóspedes e da população.

5.3.1. NUT Norte: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis

A NUT Norte, tal como foi abordado anteriormente é a região que apresenta mais hotéis de quatro e cinco estrelas em Portugal Continental. Não obstante, não é a NUT que apresenta mais hotéis com divulgação de sustentabilidade nos seus websites.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
Tryp Porto Expo	****	C1: <i>“Carregador de veículos elétricos”</i>
Pena Park Hotel	****	C1: <i>“...com muitos postos para carregamento de veículos elétricos.”</i>
Vila Galé Collection Braga	****	C1: <i>“Bom parque de estacionamento, com carregamento elétrico.”</i>
Neya Porto Hotel	****	C2: <i>“...preocupação com a sustentabilidade.”</i>
Yotel Porto	****	C1: <i>“Recursos tecnológicos interessantes”</i> C2: <i>“Boa aplicação das novas tecnologias”</i>
Hotel Freixo Douro Superior	****	C1: <i>“Tem carregador para carros elétricos”</i>
Hotel Exe Essenzia Porto	****	C1: <i>“O parque também é ótimo, inclusive com carregadores para os carros elétricos.”</i>

Tabela 14 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Norte. (Fonte: elaboração própria – adaptado da plataforma Booking 2022).

Após uma análise criteriosa da plataforma Booking, mais concretamente dos comentários, chegou-se à conclusão de que, na NUT Norte, nomeadamente, nos hotéis de quatro estrelas, existem apenas sete hotéis que foram alvo de comentários por parte dos seus clientes aos modelos sustentáveis. O comentário que mais se destaca é a existência de um posto de carregamento para carros elétricos. Sendo que, o *Yotel Porto*, tem dois comentários sobre a otimização da tecnologia para que, indiretamente, exista um recurso menor ao consumo operacional de economato, como é o caso de folhas de papel.

Os hotéis que foram sujeitos a comentários representam 17,95% da totalidade dos hotéis que cumpriram com o critério de amostragem.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
Six Senses Douro Valley	*****	C1: <i>“Gosto particularmente do cuidado que têm com o ambiente, apostando nos materiais reutilizáveis e não fazendo quase uso de nada de plástico.”</i>

Tabela 15 -Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Norte. (Fonte: elaboração própria).

No caso dos hotéis de cinco estrelas, pertencentes à NUT Norte, existe apenas um comentário relativo ao hotel *Six Senses Douro Valley*. Isto demonstra que, apesar de existirem dez hotéis que, assumidamente, praticam sustentabilidade, não é relevante para o cliente, sendo por isto, outros fatores mais expressivos e consideráveis relativamente ao serviço prestado.

Tendo em conta os dez hotéis que foram alvo de análise relativamente à divulgação das suas práticas, o único comentário pertencente ao hotel exposto anteriormente, representa apenas 10% dos resultados.

5.3.2. NUT Centro: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis

A NUT Centro tem vindo a ser progressivamente mais desenvolvida a nível turístico nos últimos tempos. Contudo é importante perceber se a estratégia de desenvolvimento sustentável está a ser adotada para este crescimento e se tem, de certa forma, reflexo nos comentários dos clientes.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
Hotel Parque Serra da Lousã	****	C1: <i>“Excelente localização, perfeita harmonia com a natureza ...”</i> C2: <i>“Gostamos do hotel e toda a sua envolvência natural.”</i> C3: <i>“Excecional, para além de estar inserido no parque biológico com quinta pedagógica...”</i>
Lisotel	****	C1: <i>“Gostamos de ter a possibilidade de carregar o carro elétrico nos postos de carregamento...”</i>
MH Peniche	****	C1: <i>“...poder carregar carro elétrico.”</i>

Tabela 16 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Centro. (Fonte: elaboração própria).

Relativamente aos hotéis de quatro estrelas na região Centro de Portugal Continental, existem apenas 24% da totalidade que estão a divulgar as suas práticas sustentáveis, isto reflete-se em forma de comentário em três hotéis, o que representa 10% dos hotéis. Sendo que, maioritariamente existe um interesse superior sobre a envolvência dos mesmo no meio natural e a existência de postos de carregamento para veículos elétricos.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
Casa de São Lourenço - Burel Panorama Hotel	*****	C1: <i>“...ter carregamento para veículos electricos.”</i>

Parador Casa da Insua	*****	C1: <i>“Nos encantó la Casa, la localización, los jardines y la conservación de la parte histórica del Parador.”</i> C3: <i>“...o excelente espaço envolvente que permite um raro contacto com a natureza e proporciona agradáveis momentos de lazer.”</i>
-----------------------	-------	---

Tabela 17 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Centro. (Fonte: elaboração própria).

Os hotéis de cinco estrelas inseridos na NUT Centro, tiveram apenas três comentários que correspondem a dois hotéis diferenciados. Sendo que nestes comentários é mais uma vez referenciado a envolvimento e preservação da natureza nas unidades hoteleiras e os postos de carregamento para veículos elétricos.

5.3.3. NUT Área Metropolitana de Lisboa: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis

A região de Lisboa e todas as áreas envolventes têm sido, nos últimos anos, expostas a um intenso crescimento turístico. Com isto a criação de estratégias de sustentem o meio envolvente é de extrema importância para que não se atinja um nível de saturação e degradação elevado.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
BessaHotel Liberdade	*****	C1: <i>“Possuo um veículo elétrico e o facto de chegar, deixar o carro a carregar e subir no elevador para o quarto para descansar foi o que me ficou na memória pois estava em viagem de trabalho.”</i>
Hotel do Mar	*****	C1: <i>“Ter carregamento para elétricos”</i> C2: <i>“Parque de estacionamento com 2 lugares de estacionamento com para carro elétrico.”</i>
Ramada Lisbon	*****	C1: <i>“Na casa de banho o facto de haver doseadores grandes é uma mais valia ambiental. Copos de vidro e canecas também são um fator positivo em vez de artigos de utilização única.”</i>

Neya Hotel	Lisboa	****	C1: “ <i>Apresente pontos de carregamento para carros elétricos</i> ”
------------	--------	------	---

Tabela 18 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Área Metropolitana de Lisboa. (Fonte: elaboração própria).

Relativamente a esta região, os comentários recaíram-se em apenas quatro dos hotéis de quatro estrelas existentes e, relativamente aos hotéis de cinco estrelas não foram encontrados nenhuns dados relevantes de modo a serem apresentados. Isto é uma confirmação de que, ou as práticas não são nítidas de modo a não serem percebidas e consequentemente, não são o foco dos comentários, ou são proeminentes outros fatores do serviço e das infraestruturas.

5.3.4. NUT Alentejo: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis

O Alentejo, apesar de ser uma região com um número de unidades hoteleiras, ainda diminuto relativamente às outras NUT's, está a sofrer um desenvolvimento turístico positivo.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
Octant Évora	****	C1: “ <i>A qualidade das instalações a filosofia Eco-Turística...</i> ” C2: “ <i>As instalações exteriores, bem como a Quinta biológica são de realçar...</i> ” C3: “ <i>Adorei a relação do hotel com a natureza...</i> ”
Hotel Vila Galé Collection Alter Real	****	C1: “ <i>Gostei da envolvente rural, equestre, a natureza.</i> ” C2: “ <i>História e conservação das infraestruturas.</i> ” C3: “ <i>A localização, o sossego o contacto com a natureza.</i> ”
Monte Filipe Hotel & Spa	****	C1: “ <i>...local para carregar viatura elétrica.</i> ”

Ecorkhotel Évora	****	C1: “Hotel eco com arquitetura e decoração moderna e apartamentos tradicionais inserido numa propriedade rural.”
------------------	------	--

Tabela 19 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Alentejo. (Fonte: elaboração própria).

Dos doze hotéis existentes com práticas sustentáveis, apenas quatro hotéis foram refletidos, em forma de comentário, pelo destaque referente às suas práticas. Foram ressaltadas características ecológicas por parte dos clientes.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
São Lourenço do Barrocal	****	C1: “O facto de trabalharem com produtos alimentares de produção própria, a comida é mesmo “autêntica.”

Tabela 20 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Alentejo. (Fonte: elaboração própria).

Na análise dos dados relativos aos hotéis de cinco estrelas, integrados na NUT do Alentejo, existiu apenas um hotel que foi sujeito a um comentário por parte de um hóspede, relativamente ao facto de serem autossustentáveis e ecológicos.

5.3.5. NUT Algarve: análise dos comentários dos clientes, nos hotéis de quatro e cinco estrelas que divulgam as práticas sustentáveis

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
AP Cabanas Beach & Nature	****	C1: “Localização perfeita, barco eco” C2: “...do acesso à praia em barco sustentável...”
Hotel Palmeiras Village	****	C1: “A garagem com facilidade para carregamento de carro eléctrico.”

Tabela 21 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de quatro estrelas – NUT Algarve. (Fonte: elaboração própria).

Tendo em conta o estudo efetuado nos hotéis de quatro estrelas na região do Algarve, foram extraídos quatro comentários referentes a dois hotéis. Dois dos comentários são efetuados relativamente a um barco totalmente sustentável e ecológico existente numa

das propriedades e outro referente à existência de postos de carregamento para carros elétricos.

Nome do hotel	Categoria do hotel	Comentários
Casa Mãe Hotel	*****	C1: “... <i>ingredientes biológicos são um plus.</i> ”
Salgados Palace Hotel	*****	C1: “... <i>postos de carregamento para carros</i> ”
Crowne Plaza Vilamoura Algarve - Hotel & SPA	*****	C1: “ <i>Gostei particularmente da possibilidade de carregar o carro elétrico (Tesla) no hotel.</i> ”

Tabela 22 - Comentários/ reviews dos clientes relativamente às práticas sustentáveis existentes nos hotéis de cinco estrelas – NUT Algarve. (Fonte: elaboração própria).

Existiram três hotéis que obtiveram reviews pela prática de sustentabilidade, sendo que a totalidade de unidades hoteleiras que decidiram proceder à divulgação foram dezassete.

NUT	Total de hotéis com práticas sustentáveis	Total de hotéis com comentários	Total de comentários
Norte – 4 estrelas	39	7	8
Norte – 5 estrelas	10	1	1
Centro – 4 estrelas	30	3	5
Centro – 5 estrelas	3	2	3
Área Metropolitana de Lisboa – 4 estrelas	36	4	5
Área Metropolitana de Lisboa – 5 estrelas	26	0	0
Alentejo – 4 estrelas	12	4	8

Alentejo – 5 estrelas	4	1	1
Algarve – 4 estrelas	28	2	3
Algarve -5 estrelas	17	3	3

Tabela 23 - Análise sucinta dos três critérios de amostragem do estudo de caso. (Fonte: elaboração própria).

É possível observar, no quadro acima exposto, que:

- A diferença entre a totalidade de hotéis e aqueles que têm por base a divulgação do critério é significativa;
- Existe uma assimetria e desequilíbrio relativamente aos hotéis que tem práticas sustentáveis e as mesmas serem verificadas em comentários ou *reviews*;
- Os comentários não são proporcionais ao número existente de hotéis com práticas sustentáveis;
- A generalidade dos comentários são efetuados com base na experiência vivida diretamente, ou seja, tudo o que não esteja relacionado diretamente com a estadia do cliente não são características notadas facilmente;
- A Área Metropolitana de Lisboa, mais concretamente os hotéis de cinco estrelas, não tiveram qualquer resultado neste estudo;
- A NUT Norte e NUT Alentejo, especificamente os hotéis de quatro estrelas, foram os que tiveram mais destaque a nível de comentários.

CAPÍTULO VI - Conclusões e direções para futuras pesquisas

No presente capítulo, o objetivo é retirar as conclusões a partir do estudo de caso e responder à pergunta de partida bem como os objetivos específicos.

Esta dissertação foi realizada tendo como linha condutora a seguinte pergunta de partida: *“identificar a importância que os websites referentes aos hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal Continental, podem ter na divulgação das práticas de sustentabilidade ambiental.”*

A sustentabilidade ambiental é um fator que deve ser tido em consideração quando se aborda o turismo. Sabendo *à priori* que este setor de atividade contribui negativamente para o aumento da degradação do meio envolvente e natural, é necessário que todos os fatores internos e externos a este departamento económico, atuem reactivamente com o intuito de reduzir o impacto. É importante alertar e incluir os hóspedes nesta missão porque podem desenvolver comumente com o setor turístico um contributo positivo.

Através da análise efetuada nesta dissertação, é possível depreender, que atualmente e com o crescimento exponencial das novas tecnologias um determinado website pode ser bastante relevante e tornar-se uma alavanca para um negócio, mais concretamente, para a hotelaria. Através das considerações e observações efetuadas anteriormente, todos os hotéis de quatro e cinco estrelas analisados têm um website específico com informações relevantes para a estadia, assim podem ser uma ferramenta de divulgação bastante importante, contudo a sustentabilidade é uma estratégia ainda secundária na maioria dos modelos de negócios das unidades hoteleiras, e por esse facto, a opção de divulgação das estratégias é ainda irrelevante, dado que existem inúmeros fatores mais prioritários no serviço.

Dado que não existe muita informação, apelo e alerta aos consumidores turísticos para estes fatores sustentáveis, as características ecológicas podem não vir a ser notadas com a mesma importância que outros pontos do serviço têm, como por exemplo, a limpeza e a relação qualidade preço. Desta forma, o turismo, particularmente o setor hoteleiro, tem que traçar um percurso com o objetivo de promover e alertar para as consequências que poderão advir das práticas positivas e posteriormente integrar os clientes nas estratégias a serem desenvolvidas. Daí, poderá surgir mais interesse e atenção a estas particularidades e consequentemente desenvolver comentários acerca das mesmas.

Com isto, os websites têm um papel altamente interessante e habilitado para serem uma fonte de divulgação, nomeadamente nos hotéis de quatro e cinco estrelas, das práticas sustentáveis e ecológicas. Dado que estamos na Era tecnológica, o marketing digital torna-se cada vez mais um princípio de divulgação dos serviços e como também das estratégias que podem motivar os clientes a visitar uma determinada unidade hoteleira e mostrar os benefícios que a mesma pode causar interna e externamente ao hotel.

Com o evidenciado, de seguida, é proposto responder com os resultados obtidos, aos objetivos específicos formulados no início da tese. O primeiro objetivo prende-se por: *“estudar a importância atual que os websites têm num negócio hoteleiro”*. Este estudo é formalizado através do significado de websites e consecutivamente sobre a importância dos mesmos na hoteleira. Chegando à conclusão de que os websites são importantes para primeiramente demonstrar o serviço proposto, seguidamente promover e divulgar as comodidades existentes, e adotar estratégias indiretas de captação e manutenção dos clientes, como por exemplo, através da oferta do melhor preço ou algum desconto sobre a tarifa.

Com isto, um website pode revelar-se uma das estratégias mais importantes para a gestão de clientes, dado que é através do mesmo, que muitos hóspedes recorrem para entender o serviço e o foco da unidade hoteleira. Desta forma, se existir um website *friendly user*, que consiga captar a atenção do cliente, sucinto e claro na sua linguagem, com cores e imagens chamativas e que sumarizem a experiência, são fatores que podem impulsionar a concretização da reserva.

O segundo objetivo desta tese é *“compreender se os hotéis de quatro e cinco estrelas, em Portugal comunicam eficazmente as suas práticas sustentáveis através dos websites”*. Os resultados obtidos no estudo de caso são claros, ou seja, existe ainda um número limitado de hotéis, tendo em consideração a totalidade existente, que divulgam as suas estratégias ambientais. As unidades hoteleiras que optam por divulgar as suas práticas promovem-nas de forma adequada e clara, os que optam por não proceder neste caminho não divulgam ou apenas colocam determinados símbolos ilustrativos que indicam a utilização de métricas ecológicas, com isto, os hóspedes que não conhecem estes fatores indicadores ou que não estão por entre estas matérias não irão associar as imagens colocadas, às práticas que possam vir a estar a ser aplicadas.

Limitando a esfera do estudo ao ponto central deste objetivo específico, é notório que, os hotéis de quatro e cinco estrelas existentes em Portugal Continental, comunicam de forma eficiente e eficaz as suas práticas. Muitas unidades optam por ter no seu website uma página diferenciada para a explicação dos modelos de atuação na sustentabilidade, outros elegem a elaboração de ficheiros pdf ou manuais que indicam os objetivos sustentáveis e que procedimentos seguem para atingi-los e, por fim, outros hotéis elegem divulgar as suas práticas através da página central pertencente à cadeia hoteleira. Assim, para todos os hotéis que foram selecionados neste estudo, pode aferir-se que a comunicação e divulgação da sustentabilidade é efetuada de forma eficiente e eficaz, *user-friendly*, concisa e clara.

O terceiro objetivo que se prende nesta dissertação é: *“aferir se existe uma divulgação adequada nos websites, por parte das unidades hoteleiras, relativamente às práticas sustentáveis”*. Este ponto apesar de semelhante com o anteriormente tem algumas diferenças que são importantes para o estudo. Enquanto o ponto anterior estudava a forma eficaz ou não de comunicação, este objetivo, concretamente, estuda se de facto a divulgação que consta nos websites é adequada ao nível da matéria em estudo.

Com isto, toda a informação que consta nos websites dos hotéis que têm assumidamente métodos ecológicos, é clara e precisa e adequada para uma visão geral e global dos objetivos existentes. Isto é, em quase toda a totalidade dos websites analisados e selecionados, existe primeiramente uma demonstração dos objetivos e da visão que têm para proceder positivamente e de seguida evidenciam as estratégias em progresso e desenvolvimento que propõem para alcançar os objetivos. Praticamente todos os hotéis demonstram uma preocupação pela pegada ecológica, pela diminuição do consumo de recursos, estabelecer regras concretas para procedimentos da reciclagem e resíduos e, não menos importante, instituir regras internas que provoquem uma mudança positiva no ambiente, como por exemplo, mudar as toalhas e lençóis dos quartos por solicitação dos clientes, isto vai, consequentemente, permitir que a lavagem não seja tão recorrente e assim o consumo de produtos tóxicos ambientais (produtos de limpeza), água e eletricidade são inferiores.

Com o exposto, pode afirmar-se que os websites que promovem o desenvolvimento de métodos ambientalmente responsáveis, são adequados ao nível da exposição de

informação. Foi assim que se procedeu à elaboração das tabelas contidas no capítulo V, de uma forma sumária e sucinta.

O último objetivo específico desta dissertação consistiu em: *“identificar se as preocupações sustentáveis por parte dos hotéis se traduzem, num comentário e/ou review, no final da experiência do turista.”* Este objetivo não pode ser respondido negativamente porque existem de facto comentários que elucidam sobre a existência dessas práticas, no entanto, não são proporcionais relativamente ao total de hotéis que têm estas práticas.

Com análise do estudo de caso, é possível identificar que ainda existe uma lacuna ampla sobre a forma como os clientes e hóspedes estão desinformados ou pouco alertados para a preocupação da métrica em estudo, ou se existe de facto uma consciencialização, esta não é revelada através de comentários, o que indica que a sustentabilidade é ainda um fator integrante dos hotéis, mas para a visão do hóspede é secundário. Dado que, existem muitas mais *reviews* acerca do serviço prestado, da qualidade e limpeza do que propriamente acerca do assunto a ser debatido.

Em suma, o que pode ser referido é:

- A totalidade de hotéis existente não é proporcional aos que comunicam efetivamente as práticas sustentáveis;
- A divulgação efetuada pelos hotéis que promovem e desenvolvem estratégias ambientalmente responsáveis, através dos websites, é procedida de forma correta clara e sucinta;
- A informação estabelecida nos websites, acerca das práticas sustentáveis, é eficaz na ótica do utilizador;
- Os comentários e/ou reviews, acerca das práticas é limitativo e não traduz um nível elevado de preocupação por parte dos hóspedes relativamente ao que é efetivamente a conduta dos hotéis.

No que concerne às linhas de investigação futuras, pode salientar-se que este trabalho serve de suporte para uma futura ampliação da amostra definida. Mais concretamente, poder-se-á aumentar a tipologia dos hotéis em Portugal de forma a abranger a totalidade

dos mesmos, ou alternativamente, poder-se-á analisar estas tipologias noutros países e verificar a (in)existência de diferenças entre os vários hotéis e os países selecionados.

REFERÊNCIAS

- Alexander, S. (2002). Green hotels: Opportunities and resources for success. *Journal of Management*. 1, pp. 2-9.
- Almeida, J. (2005). *Breve História da Internet*. Universidade do Minho. 1, pp. 1-5.
- Almeida, P. (Coord.). (2020). Gestão de Destinos Turísticos. *Politécnico de Leiria*. 1(1), pp. 3-226. DOI: 10.25766/w86c-9548.
- Andrade, R., Tachizawa, T., & Carvalho, A. (2002). *Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável*. Makron Books: São Paulo.
- Araújo, E., Silva, M. & Ribeiro, R. (2020). Sustentabilidade e descarbonização: desafios práticos. *CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade*. 1, pp. 5-147.
- Augusto, A. (2014). Metodologias quantitativas/metodologias qualitativas: mais do que uma questão de preferência. *Fórum Sociológico*. 24(1), pp. 1-8. DOI: <https://doi.org/10.4000/sociologico.1073>
- Barbieri, J. (2016). *Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos*. (4^a ed.). São Paulo: Saraiva.
- Bergquist, A., Cole, S., Ehrenfeld, J., King, A., & Schendler, A. (2019). Understanding and overcoming roadblocks to environmental sustainability: Past roads and future prospects. *Business History Review*. 93(1), pp. 127–148. DOI: <https://doi.org/10.1017/S000768051900031X>.
- Bezahaf, M. Hutchison, D., King, D. & Race, N. (2020). Internet Evolution: Critical Issues. *Lancaster University*. pp. 5-14.
- Boff, L. (2017). *Sustentabilidade: o que é - o que não é*. Petrópolis: Editora Vozes Ltda.
- Booking. (2022). Comentários de clientes. Disponível em: <https://www.booking.com>. [acesso a agosto e setembro de 2022]
- Borin, N., Lindsey-Mullikin, J., & Krishnan, R. (2013). An analysis of consumer reactions to green strategies. *Journal of Product & Brand Management*. 22(2), pp. 118–128. DOI: <https://doi.org/10.1108/10610421311320997>.

- Brügger, N. (2009). Website history and the website as an object of study. *SAGE Publications*. 11(1&2), pp. 115–132. DOI: 10.1177/1461444808099574.
- Bruns-Smith, A., Choy, V., Chong, H. e Verma, R. (2015). Environmental Sustainability in the Hospitality- Industry: Best Practices, Guest Participation, and Customer Satisfaction. *Center for Hospitality Research Publications*. 15(3), pp. 6–16.
- Caldas, A. (2022). Impacto da pandemia Covid-19 na operação dos Estabelecimentos Hoteleiros do Norte de Portugal. *European Journal of Applied Business Management*. 8(1), pp. 39-54
- Campello, B., Cedón, B. & Kremer, J. (2000). *Fontes de informação para pesquisadores e profissionais*. Editora UFMG.
- Carvalho, G. (2019). Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável: uma visão contemporânea. *Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental*. 8(1), pp. 779-792. DOI: 10.19177/rgsa.v8e12019779-792.
- Chandran, C., & Bhattacharya, P. (2019). Hotel's best practices as strategic drivers for environmental sustainability and green marketing. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*. 29(2), pp. 218–233. DOI: <https://doi.org/10.1080/21639159.2019.1577156>.
- Chiew, T. & Salim, T. (2003). Webuse: Website usability evaluation tool. *Malaysian Journal of Computer Science*. 16(1), pp. 47-57.
- Costello, L., McDermott, M, L. & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*. 16(1), pp. 1-12.
- Cunha, M. & Cavalcanti, C. (2008). *Dicionário de Biblioteconomia e Arquivologia*. Brasília: Briquet de Lemos.
- Cvetkovski, T. & Tomanović, V. (2021). Digital Communication – Convenience or Necessity of Modern Tourism?. *Megatrend Revija*. 18(3), pp. 35-52. DOI: 10.5937/MegRev2103035C.

DataReportal. (2022). *Digital 2022: April Global Statshot Report*. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-april-global-statshot>. [acesso a 05 de maio de 2022].

Dias, I., & Pinto, A. (2021). Impacts of eCommerce on Environmental Sustainability. *Research Bulletin (Cadernos De Investigação) of the Master in E-Business*. 1(1), pp. 1-10.

Elkington, J. (2012). *Sustentabilidade, canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books do Brasil Editora Ltda.

Escobar, A., Hess, D., Licha, I., Sibley, W., Strathern, M. & Judith Sutz. (1994). Welcome to Cyberia: Notes on the Anthropology of Cyberculture. *University of Chicago Press*. 35(3), pp. 211-231.

Feil, A. & Schreiber, D. (2017). Sustainability and sustainable development: unraveling overlays and scope of their meanings. *Cadernos EBAPE.BR*. 14(3), pp. 667-681.

Ferreira, C. (2015). *Exploring Virtual Worlds: Conducting a Netnographic Research in Second Life*. *Estudos em Comunicação*. 18(1), pp. 35-59

Ferreira, S. Pereira, O. & Simões, C. (2021). Sustentabilidade Ambiental na Indústria Hoteleira: Uma perspetiva dos gestores de hotéis ecológicos em Portugal. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*. 1(9), pp. 150-170. DOI: 10.54663/2182-9306.

Galeale, G., Siqueira, É., Silva, C. & Souza, C. (2016). Internet das Coisas Aplicada a Negócios – Um Estudo Bibliométrico. *JISTEM - Journal of Information Systems and Technology Management*. 13(3), pp. 423-438. DOI: 10.4301/S1807-17752016000300004.

Garett, R. Chiu, J. Zhang, L. & Young, S. (2016). A Literature Review: Website Design and User Engagement. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 6(3) pp.1-14.

Gewehr, F., Barata, A. & Alves, R. (2019). Análise de práticas sustentáveis em empresas que utilizam relatório Global Reporting Initiative (GRI). *Revista Meio Ambiente e Sustentabilidade*. 17(8), pp. 25-49.

Gomes, J. & Okano, M. (2019). Plataformas Digitais como Modelos de Negócio: uma Pesquisa Exploratória. *South American Development Society Journal*. 13(5), pp. 232-254. DOI: 10.24325/issn.2446-5763.v5i13p232-254.

Gutiérrez, W., Rivillas, C. & Uribe, G. (2018). Análisis semiparamétrico de los factores asociados a la sostenibilidad de los emprendimientos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. 26(1), pp. 163-180.

¹ <https://algarve.vidamarresorts.com/pt/>

² <https://all.accor.com/hotel/0784/index.pt.shtml>

³ <https://all.accor.com/hotel/1557/index.pt.shtml>

⁴ <https://all.accor.com/hotel/A040/index.pt.shtml>

⁵ <https://all.accor.com/hotel/B1F4/index.pt.shtml>

⁶ <https://all.accor.com/hotel/B2L7/index.pt.shtml>

⁷ <https://ap-hotelsresorts.com/pt-pt/adriana/>

⁸ <https://ap-hotelsresorts.com/pt-pt/cabanas/>

⁹ <https://ap-hotelsresorts.com/pt-pt/eva/>

¹⁰ <https://ap-hotelsresorts.com/pt-pt/maria-nova/>

¹¹ <https://baixa.bessahotel.com/pt-pt-home/>

¹² <https://barrocal.pt/pt/>

¹³ <https://belmontesinaihotel.com/>

¹⁴ <https://burgushotel.com/public/>

¹⁵ <https://casadesaolourenco.pt/>

¹⁶ <https://casa-mae.com/>

¹⁷ <https://evora.octanthotels.com/>

¹⁸ <https://feelviana.com/>

- 19 <https://flagworldhotels.com/hotel.php?h=3>
- 20 <https://hoteljoseregio.com/>
- 21 <https://hotelmeloalvim.com/>
- 22 <https://hotelparqueserradalousa.pt/>
- 23 <https://hotelsantamargarida.com/>
- 24 <https://liberdade.bessahotel.com/pt/pt-home/>
- 25 <https://lisboa.dompedro.com/pt/>
- 26 <https://lisboa.neyahotels.com/>
- 27 <https://lisotel.com/>
- 28 <https://malhoa.sanahotels.com/>
- 29 <https://marina.dompedro.com/pt/>
- 30 <https://montebelohotels.com/parador-casa-insua/pt/home>
- 31 <https://neyahotels.com/>
- 32 <https://penadagua.com/>
- 33 <https://pt.vincciliberdade.com/>
- 34 <https://rossiohotelportalegre.com-hotel.com/pt/>
- 35 <https://surferslodgepeniche.com/pt/>
- 36 <https://vilamoura.dompedro.com/pt/>
- 37 <https://vilavitaparc.com/en>
- 38 <https://www.altishotels.com/PT/HotelAltisAvenida/>
- 39 <https://www.altishotels.com/pt/hotelaltisbelem/hotel-design-lisboa/>
- 40 <https://www.altishotels.com/pt/hotelaltislisboa/hotel/>
- 41 <https://www.aquahotel.pt/>

- 42 <https://www.arribashotel.com/>
- 43 <https://www.bejaparquehotel.com/>
- 44 <https://www.belivehotels.com/pt/hoteis-algarve/be-live-family-palmeiras-village/>
- 45 <https://www.bensaudehotels.com/hotelacoreslisboa>
- 46 <https://www.calewayhotelportogaia.com/pt/index.html>
- 47 <https://www.cataloniahotels.com/pt/hotel/catalonia-porto>
- 48 <https://www.conventodoespinho.com/>
- 49 <https://www.corinthia.com/pt/lisbon/>
- 50 <https://www.corposantohotel.com/>
- 51 <https://www.douropalace.com/>
- 52 <https://www.douroroyal.com/>
- 53 <https://www.ecorkhotel.com/pt/>
- 54 <https://www.editoryhotels.com/boulevard-aliados-porto/>
- 55 <https://www.editoryhotels.com/en/riverside-apolonia-lisboa/>
- 56 <https://www.editoryhotels.com/house-ribeira-porto/>
- 57 <https://www.editoryhotels.com/porto-palacio/>
- 58 <https://www.emarianos.com/>
- 59 <https://www.eurostarshotels.com.pt/>
- 60 <https://www.eurotel-altura.com/>
- 61 <https://www.falesia.com/>
- 62 <https://www.fontinhahotel.com/>
- 63 <https://www.fourseasons.com/pt/lisbon/>
- 64 <https://www.granderealsantaaulalia.realhotelsgroup.com/pt-pt/>

- 65 <https://www.granderealvillaitalia.realhotelsgroup.com/pt-pt/>
- 66 <https://www.gruposolverde.pt/hotel-algarve-casino/>
- 67 <https://www.gruposolverde.pt/hotel-solverde-spa-wellness-center/>
- 68 <https://www.h10hotels.com/pt/hoteis-lisboa/h10-duque-de-loule>
- 69 <https://www.hfhotels.com/pt/hoteis/hf-fenix-lisboa-pt/>
- 70 <https://www.hfhotels.com/pt/hoteis/hf-fenix-urban-pt/>
- 71 <https://www.hotel.consolata.pt/>
- 72 <https://www.hotelalcazaralgarve.com/pt/>
- 73 <https://www.hotelalisios.com/>
- 74 <https://www.hotel-bb.com/pt/hotel/sado-setubal>
- 75 <https://www.hotel-casabela.com/pt/>
- 76 <https://www.hoteldaoliveira.com/pt>
- 77 <https://www.hoteldomar.pt/>
- 78 <https://www.hotelfreixo.pt/pt/>
- 79 <https://www.hotelmonteprado.pt/>
- 80 <https://www.hotelvillabatalha.com/>
- 81 <https://www.iberostar.com/pt/hoteis/algarve/iberostar-lagos-algarve/>
- 82 <https://www.iberostar.com/pt/hoteis/lisboa/iberostar-lisboa/>
- 83 <https://www.ihg.com/crowneplaza/hotels/us/en/vilamoura/faovi/hoteldetail>
- 84 <https://www.ihg.com/holidayinn/hotels/br/pt/algarve/faoap/hoteldetail>
- 85 <https://www.ingoldhotel.pt/pt/Menu/Home.aspx>
- 86 <https://www.inspirahotels.com/>
- 87 <https://www.jupiteralgarvehotel.com/>

- 88 <https://www.jupiterlisboahotel.com/>
- 89 <https://www.jupitermarinahotel.com/>
- 90 <https://www.lagodemontargilhotel.com/>
- 91 https://www.lunahoteis.com/_luna-arcos.html
- 92 <https://www.marmorishotels.com/alentejo-marmoris-hotel--spa.html>
- 93 <https://www.marriott.com/en-us/hotels/faowh-w-algarve/>
- 94 <https://www.marriott.pt/hotels/travel/lispt-lisbon-marriott-hotel/>
- 95 <https://www.marriott.pt/hotels/travel/lissi-sheraton-lisboa-hotel-and-spa/>
- 96 <https://www.marriott.pt/hotels/travel/oposi-sheraton-porto-hotel-and-spa/>
- 97 <https://www.martinhal.com/cascais/pt/>
- 98 <https://www.melia.com/pt/hoteis/portugal/covilha/hotel-covilha-dona-maria-by-melia>
- 99 <https://www.melia.com/pt/hoteis/portugal/lisboa/melia-lisboa-aeroporto>
- 100 <https://www.melia.com/pt/hoteis/portugal/lisboa/melia-lisboa-orient>
- 101 <https://www.meliabraga.com/pt-pt/>
- 102 <https://www.meliaria.com/pt-pt/>
- 103 <https://www.memmohotels.com/alfama/>
- 104 <https://www.memmohotels.com/baleeira/pt/>
- 105 <https://www.memmohotels.com/principereal/pt/>
- 106 <https://www.montefilipehotel.com/>
- 107 <https://www.nh-hoteles.pt/hotel/nh-collection-lisboa-liberdade>
- 108 <https://www.nh-hoteles.pt/hotel/nh-lisboa-campo-grande>
- 109 <https://www.nh-hoteles.pt/hotel/nh-porto-jardim>
- 110 <https://www.nh-hoteles.pt/hotel/tivoli-lagos-algarve-resort>

- 111 <https://www.ocahotels.com/pt/hoteis/oca-oriental-porto-hotel>
- 112 <https://www.olissippohotels.com/pt/Hoteis/Lapa-Palace/O-Hotel.aspx>
- 113 <https://www.oportoairportbusinesshotel.com/>
- 114 <https://www.ozaditavirahotel.com/>
- 115 <https://www.palaciogovernador.com/>
- 116 <https://www.palaciosaosilvestre.com/>
- 117 <https://www.penaparkhotel.pt/>
- 118 <https://www.penhalonga.com/pt/>
- 119 <https://www.pestana.com/pt/hotel/pestana-blue-alvor>
- 120 <https://www.pestana.com/pt/hotel/pestana-dom-joao>
- 121 <https://www.pestanapalacelisbon.com/>
- 122 <https://www.pinecliffs.com/pt/>
- 123 <https://www.portobay.com/pt/hoteis/hoteis-algarve/portobay-falesia/>
- 124 <https://www.portobay.com/pt/hoteis/hoteis-lisboa/portobay-liberdade/>
- 125 <https://www.portobay.com/pt/hoteis/hoteis-lisboa/portobay-marques/>
- 126 <https://www.portobay.com/pt/hoteis/hoteis-porto/portobay-flores/>
- 127 <https://www.portobay.com/pt/hoteis/hoteis-porto/portobay-hotel-teatro/>
- 128 <https://www.portugalhoteisdesign.com/en/Flag-Design-Hotel/Home>
- 129 <https://www.portugalhoteisdesign.com/pt/Home>
- 130 <https://www.praia-del-rey.com/pt-pt/marriott>
- 131 <https://www.premiumportodowntown.com/>
- 132 <https://www.quintadamarinha.com/pt/onyria/onyria-quinta-marinha-hotel.aspx>
- 133 <https://www.quintadolagocc.com/>

- 134 <https://www.ramadalisbon.pt/>
- 135 <https://www.realabadiahotel.pt/>
- 136 <https://www.realbellavista.realhotelsgroup.com/pt-pt/>
- 137 <https://www.realmarina.realhotelsgroup.com/pt-pt/>
- 138 <https://www.realoeiras.realhotelsgroup.com/pt-pt/?>
- 139 <https://www.realpalacio.realhotelsgroup.com/pt-pt/>
- 140 <https://www.salgadospalace.com/>
- 141 <https://www.santaremhotel.net/>
- 142 <https://www.santiago.octanthotels.com/>
- 143 <https://www.saofelixhotel.com/>
- 144 <https://www.saorafaelatlantico.com/pt/>
- 145 <https://www.saorafaelsuites.com/>
- 146 <https://www.sesimbrahotelspa.com/>
- 147 <https://www.sixsenses.com/pt/resorts/douro-valley>
- 148 <https://www.smyhotels.com/pt/smy-lisboa>
- 149 <https://www.sofitel-lisbon-liberdade.com/>
- 150 <https://www.stayhotels.pt/stayhotellisboacentrochiado/>
- 151 <https://www.theivenshotel.com/pt/>
- 152 <https://www.the-yeatman-hotel.com/pt/>
- 153 <https://www.tivolihotels.com/en/tivoli-marina-vilamoura>
- 154 <https://www.tivolihotels.com/pt/tivoli-avenida-liberdade-lisboa>
- 155 <https://www.tivolihotels.com/pt/tivoli-carvoeiro>
- 156 <https://www.tivolihotels.com/pt/tivoli-oriente>

- 157 <https://www.tivolihotels.com/pt/tivoli-palacio-de-seteais>
- 158 <https://www.tivolihotels.com/pt/tivoli-sintra>
- 159 <https://www.trypleiria.com/pt-pt/>
- 160 <https://www.tryplisboacaparica.com/pt-pt/>
- 161 <https://www.trypportoexpo.com/pt-pt/>
- 162 <https://www.tui-blue.com/pt/pt/hoteis/tui-blue-falesia/>
- 163 <https://www.valedogaio.com/>
- 164 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/alentejo/vila-gale-collection-alter-real>
- 165 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/algarve/vila-gale-lagos>
- 166 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/algarve/vila-gale-marina>
- 167 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/algarve/vila-gale-tavira>
- 168 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/centro-de-portugal/vila-gale-coimbra>
- 169 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/centro-de-portugal/vila-gale-serra-da-estrela>
- 170 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/costa-de-lisboa/vila-gale-ericeira>
- 171 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/costa-de-lisboa/vila-gale-estoril>
- 172 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/costa-de-lisboa/vila-gale-opera>
- 173 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/porto-e-norte/vila-gale-collection-douro>
- 174 <https://www.vilagale.com/br/hoteis/porto-e-norte/vila-gale-porto-ribeira>
- 175 <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/alentejo/vila-gale-collection-elvas>
- 176 <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/alentejo/vila-gale-evora>
- 177 <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/algarve/vila-gale-albacora>
- 178 <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/algarve/vila-gale-collection-praia>
- 179 <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/algarve/vila-gale-nautico>

¹⁸⁰ <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/costa-de-lisboa/collection-palacio-dos-arcos>

¹⁸¹ <https://www.vilagale.com/pt/hoteis/porto-e-norte/vila-gale-collection-braga>

¹⁸² <https://www.yotel.com/pt-pt/hotels/yotel-porto>

Instituto Nacional de Estatística (2020). *Estatística do Turismo 2019*. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=133574&PUBLICACOESmodo=2. [acesso a 17 de maio de 2022].

Instituto Nacional de Estatística (2021). *Estatística do Turismo 2020*. Disponível em: https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_publicacoes&PUBLICACOE_Spub_boui=280866098&PUBLICACOESmodo=2. [acesso a 17 de maio de 2022].

Ivanovska, L. & Perovska, F. (2021). Online Customer Reviews as Sources of Information. *Journal of Sustainable Development*. 11(26), pp. 56-69.

Kapeš, J., Keča, K., Fugošić, N., Čuić Tanković, A. (2022). Management Response Strategies to a Negative Online Review: Influence on Potential Guests' Trust. *Tourism and Hospitality Management*. 28(1), pp. 1-27. DOI: <https://doi.org/10.20867/thm.28.1.1>

Kozinets, R. (2014). *Netnographic Analysis: Understanding Culture through Social Media Data*. Sage Handbook of Qualitative Data Analysis, Sage: London, pp. 262-275

Kozinets, R. (2015). *Netnography: Redefined*. (2^aed.). Londres: Sage Publications Ltd.

Labanauskaitė, D., Fiore, M. & Stašys, R. (2020). Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry. *Tourism Management Perspectives*. 34(1), pp. 1-8.

Ladkin, A. & Buhalis, D. (2016). Online and social media recruitment: Hospitality employer and prospective employee considerations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 28(2), pp. 327-345.

Law, R., Leung, D. & Chan, I. (2019). Progression and development of information and communication technology research in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 32(2), pp. 511-534. DOI: 10.1108/IJCHM-07-2018-0586.

- Li, M., Yin, D., Qiu, H. & Bai, B. (2021). A systematic review of AI technology-based service encounters: Implications for hospitality and tourism operations. *International Journal of Hospitality Management*. 95, pp. 1-10. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102930>.
- Lima, L. (2021). Contribuição da Metodologia na Investigação Científica. *Revista de Administração do Cesmac*. 9(1), pp. 85-94.
- Lima, S. & Partidário, M. (2002). Novos Turistas e a Nova Procura da Sustentabilidade: Um Novo Segmento de Mercado Turístico. *Gabinete de Estudos e Prospectiva Económica do Ministério da Economia*. pp. 3-52.
- Mendes, M. (2019). Museus e Sustentabilidade Ambiental. *Cadernos De Sociomuseologia*. 57(13), pp. 41-60.
- Moreira, L. & Griebeler, M. (2022). Uma Análise Qualitativa sobre Concepções da Sustentabilidade Ambiental. *Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo*. 7(1), pp. 117-139.
- Neto, O. (2017). *Métodos e Técnicas de Pesquisa*. (1ªed.) Santa Catarina: Argos.
- Pereira, A. & Monteiro, J. (2019). *A Netnografia como Método de Estudo de Comportamento em Ambientes Digitais*. Simpósio Internacional Interdisciplinar em Cultura e Sociedade. 3(1), pp. 172-180.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). Strategy & society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*. pp. 78-92.
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 2ª ed. Gradiva Publicações, SA. Lisboa.
- Reis, F. (2010). *Como elaborar uma Dissertação de Mestrado – Segundo Bolonha*. Lisboa: Pactor.
- Remondes, J. Serrano, V. & Mena, R. (2015). Marketing On-Line, Comércio Eletrónico e Hotelaria: Estudo sobre a Marcação de Hotéis na Internet em Mercados Business-to-Business. *Revista Iberoamericana de Turismo*. 5(1), pp. 114-130.

Richards, L., & Morse, J. M. (2012). *Readme First for a User's Guide to Qualitative Methods*. (3ªed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

Rocha, V., Barbosa, R. & Aganette, E. (2021). Usabilidade: um estudo de prática da arquitetura da informação em website. *Revista Múltiplos Olhares em Ciência da Informação*. 1, pp. 1-8.

Sartori, S., Latrônico, F. & Campos, L. (2014). Sustentabilidade e Desenvolvimento Sustentável: Uma Taxonomia no Campo da Literatura. *Revista Ambiente & Sociedade*. 17(1), pp. 1-22

Shrestha, D., Wenan, T., Rajkarnikar, N., Shrestha, D. & Jeong, S. (2021). Study and Evaluation of Tourism Websites based on User Perspective. *Journal of Internet Computing and Services*. 22(4), pp. 65-82. DOI: <http://dx.doi.org/10.7472/jksii.2021.22.4.65>

Silva, M. (2012). Consumo sustentável: a articulação de um construto sob a perspectiva do desenvolvimento sustentável. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 11(2), pp. 217-232.

Souza, F. & Santos, M. (2022). Mathematical Modeling in Statistical Education contexts: a proposal for an activity aimed at Secondary Education. *Research, Society and Development*. 11(1), pp. 1-10. DOI: 10.33448/rsd-v11i1.25232.

Tavakoli, R. & Wijesinghe, S. (2019). The evolution of the web and netnography in tourism: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*. 29, pp. 48-55. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.008>

Taylor, S., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to Qualitative Research Methods: A guidebook and resource*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons

Travel BI (2022). *Dormidas*. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/dormidas/>. [acesso a 17 de maio de 2022].

Travel BI (2022). *Taxa de ocupação quarto cama*. Disponível em: <https://travelbi.turismodeportugal.pt/alojamento/taxas-de-ocupacao-quartocama>. [acesso a 17 de maio de 2022]

Turismo de Portugal (2022). *Desempenho Turístico*. Disponível em: http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Apresentacao/Desempenho_Turistico/Paginas/default.aspx. [acesso a 18 de maio de 2022].

Turismo de Portugal. (2022). *Registo Nacional de Empreendimentos Turísticos*. Disponível em: https://rnt.turismodeportugal.pt/RNT/Pesquisa_ET.aspx?FiltroVisivel=True%20TURISMO%20DE%20PORTUGAL. [acesso a 02 de agosto de 2022].

Vargas, P. (1997). O Insustentável Discurso da Sustentabilidade. *Revista do Desenvolvimento Regional*. 2(1), pp. 105-131.

Verma, V. K., & Chandra, B. (2018). Sustainability and customers' hotel choice behaviour: a choice-based conjoint analysis approach. *Environment, Development and Sustainability*. 20(3), pp. 1347–1363. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10668-017-9944-6>

Wang, W., Kumar, N., Chen, J., Gong, Z. Kong, X. Wei, W. & Gao, H. (2020). Realizing the Potential of the Internet of Things for Smart Tourism with 5G and AI. *IEEE Network*. 34(6), pp. 295-301. DOI: 10.1109/MNET.011.2000250.

Zanten, A. (2004). Comprender y hacerse comprender: como reforzar la legitimidad interna y externa de los estudios cualitativos. *Revista de Educação & Pesquisa*. 30(2), pp. 301-313

Zikria, Y., Kim, S., Hahm, O., Afzal, M. & Aalsalem, M. (2019). Internet of Things (IoT) Operating Systems Management: Opportunities, Challenges, and Solution. *Sensors*. 19, pp. 1-10. DOI:10.3390/s19081793.