



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Impacto da Experiência de Ecoturismo no Consumidor:

Análise de comentários realizados
em plataformas *online*

Mafalda Neves Faria

Católica Porto *Business School*
Março 2020



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Impacto da Experiência de Ecoturismo no Consumidor:

Análise de comentários realizados
em plataformas *online*

Trabalho Final na modalidade de Dissertação
apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em *Business Economics*

por

Mafalda Neves Faria

sob orientação de
Professor Doutor Jorge Manuel Soares Julião
Professor Doutor Marcelo Rudolfo Calvete Gaspar

Católica Porto *Business School*
Março 2020

Agradecimentos

Um agradecimento muito especial ao meu Pai. Apesar de não o sentir fisicamente há um ano, foi ele que me “guiou” e foi graças a ele que ganhei a força necessária para terminar este capítulo da minha vida enquanto estudante.

Agradeço à minha mãe e irmão, por serem o meu suporte em todos os momentos da minha vida e por nunca me deixarem desistir.

À minha restante família por estarem sempre presentes.

Ao Ivo, pelo apoio incondicional nos últimos anos e por sempre acreditar que eu seria capaz de conquistar os meus objetivos.

À minha amiga Bárbara por todo o companheirismo ao longo destes meses. A ela, desejo-lhe o maior sucesso, quer a nível pessoal, quer profissional.

E, por fim, um agradecimento especial ao Professor Doutor Jorge Julião por todo apoio e disponibilidade ao longo destes meses.

A todos, o meu sincero agradecimento.

Resumo

Segundo o Conselho Mundial do Turismo, Portugal é o país europeu com maior crescimento no setor turístico. No entanto, o rápido crescimento do turismo de massas teve impactos negativos em termos ambientais. Assim, foi necessário recorrer a um tipo de turismo ambientalmente responsável: Ecoturismo.

Esta Dissertação tem como principal objetivo responder à seguinte questão de investigação: “Quais os aspetos a que o consumidor de Ecoturismo dá uma maior relevância?”. Para além disso, é importante avaliar se aumento do consumo dos estabelecimentos de ecoturismo subentende que existe uma maior preocupação ambiental por parte dos consumidores e, por fim, se é dada ênfase às principais características do Ecoturismo: Natureza, Aprendizagem e Sustentabilidade.

Assim, numa primeira fase, identificaram-se os principais acontecimentos que impulsionaram o turismo em termos mundiais, seguindo-se uma referência ao impacto deste setor nas cidades, em particular, o caso português. O capítulo termina com o estudo de diversos autores que nos dão a conhecer as principais dimensões de análise da qualidade de um serviço.

Para a análise dos comentários, recorreu-se a um *software* de análise qualitativa. Após uma primeira análise pessoal e manual, foram identificados os parâmetros de análise de maior relevância. Com os resultados obtidos é possível perceber quais os fatores a que os consumidores dão maior relevância e entender que os principais valores do Ecoturismo estão no fim da lista. Portanto, a estadia num estabelecimento de ecoturismo, não subentende que existe preocupação ambiental por parte dos consumidores.

Palavras-chave: Turismo, Consciência Ambiental, Desenvolvimento Sustentável e Ecoturismo

Abstract

According to the World Travel & Tourism Council (WTTC), Portugal is the European country with the biggest growth in the tourism sector. Nevertheless, the rapid growth of mass tourism had negative impacts on the environment. This way, it was necessary to come up with a way of making tourism a bit more sustainable: ecotourism.

This dissertation has, as its main goal, to answer the following question: “Which aspects are the most relevant for a person seeking Ecotourism?”. Besides, it is important to assess if the increase on the demand for ecotourism options is a sign that consumers have a growing concern for the environment and sustainability and, to conclude, if there are, in fact, an emphasis on the main characteristics of ecotourism: Nature, Learning and Sustainability.

Therefore, to start, we identified the main events that created an impulse on tourism and its growth, global wide, followed by a reference to the impact it had on cities, particularly in the portuguese context. The chapter ends with the study of various authors that inform us on the main factors of analysis to consider when evaluating the quality of a service.

For the analysis at the comments and reviews, we took advantage of a software of qualitative analysis. After a first personal and manual read-through, some parameters were defined as the most relevant for the analysis. With the resulted scores, it is possible to perceive which parameters are the ones with more relevance for consumers and understand that the ones related to the Ecotourism values are at the end of the list. Therefore, the stay at an Ecotourism does not imply that the travellers are concerned with environment.

Keywords: Tourism, Environmental Awareness, Sustainable Development, Ecotourism

Índice

Agradecimentos	iv
Resumo	vi
Abstract	vii
Índice	ix
Índice de Gráficos	xii
Índice de Tabelas	xii
Índice de Ilustrações.....	xiii
Capítulo 1. Introdução	1
1.1. Justificação e Pertinência do Tema.....	1
1.2. Motivação.....	2
1.3. Definição da Investigação.....	4
1.4. Metodologia.....	5
1.5. Estrutura da Dissertação.....	6
Capítulo 2. Revisão da Literatura.....	8
2.1. Introdução.....	8
2.2. Turismo: Evolução e Atual Relevância.....	8
2.2.1. Impacto da Revolução Industrial.....	8
2.2.2. Impacto das Guerras Mundiais.....	10
2.2.3. Impacto do Transporte Aéreo e das Viagens <i>Low-cost</i>	11
2.2.4. Atualidade Turística	12
2.2.5. Importância Económica.....	15
2.3. Impacto do Turismo nas Cidades	17
2.3.1. Impacto do Turismo na Qualidade de Vida dos Moradores.....	17
2.3.2. O Caso Português.....	20
2.4. Impacto do Turismo no Ambiente.....	22
2.5. Preocupação Ambiental na Indústria Turística.....	23
2.5.1. Ecoturismo	24
2.6. Dimensões de destaque na avaliação de um serviço.....	26
2.7. Resumo do Capítulo.....	34

Capítulo 3. Metodologia	37
3.1. Introdução.....	37
3.2. Tipos de Metodologia de Investigação.....	37
3.3. Metodologia Adotada	38
3.4. Amostra Analisada.....	38
3.5. Procedimento de Recolha de Dados	42
3.6. Resumo do Capítulo.....	43
Capítulo 4. Apresentação e Análise de Dados	45
4.1. Introdução.....	45
4.2. Análise da Amostra	45
4.3. Apresentação de Resultados	48
4.3.1. Instalações	51
4.3.2. Funcionários.....	52
4.3.3. Alimentação e Bebidas	53
4.3.4. Experiência.....	54
4.3.5. Localização / Envolvente.....	55
4.3.6. Atividades	57
4.3.7. Sustentabilidade	57
4.4. Resumo do Capítulo.....	59
Capítulo 5. Discussão e Conclusões	61
5.1. Introdução.....	61
5.2. Discussão dos Resultados Obtidos	61
5.3. Principais Conclusões	66
5.4. Limitações da Investigação	68
5.5. Recomendações para Investigação Futura.....	69
Referências.....	70
Anexos.....	78
1. Comentários analisados.....	78

Índice de Gráficos

GRÁFICO 1: Turismo de Saída segundo Região de Origem (em milhões). Fonte: UNWTO (2018).....	14
GRÁFICO 2: Evolução do número de Estabelecimentos Hoteleiros em Portugal Continental Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística.....	20
GRÁFICO 3: Top 5 de plataformas online visitadas antes da reserva (em percentagem) Fonte: comScore, 2018.....	43
GRÁFICO 4: Referências por dimensão de análise (em percentagem).....	50
GRÁFICO 5: Referências na dimensão Instalações em termos de sub-nós (em percentagem).....	51
GRÁFICO 6: Referências na dimensão Experiência em termos de sub-nós (em percentagem).....	54

Índice de Tabelas

TABELA 1: Diferentes perspetivas do impacto do turismo na comunidade residente do local de destino. Fonte: Kim et al. (2013).....	19
TABELA 2: Dimensões utilizadas na avaliação da qualidade do serviço - Perspetivas de diversos autores	33
TABELA 3: Lista de Estabelecimentos Hoteleiros analisados	40
TABELA 4: Descrição das dimensões de análise	47
TABELA 5: Número de referências encontradas segundo dimensões de análise.....	49

Índice de Ilustrações

ILUSTRAÇÃO 1: Localização geográfica dos Estabelecimentos Hoteleiros analisados	41
ILUSTRAÇÃO 2: "Nuvem de Palavras" - Palavras mais utilizadas nos comentários Fonte: NVivo.....	50
ILUSTRAÇÃO 3: "Nuvem de Palavras" - Palavras mais utilizadas na dimensão "Funcionários" Fonte: NVivo	52
ILUSTRAÇÃO 4: "Nuvem de Palavras" - Palavras mais utilizadas no sub-nó "Natureza" Fonte: NVivo.....	55
ILUSTRAÇÃO 5: Exemplo de algumas referências presentes no sub-nó "Natureza"	56

Capítulo 1.

Introdução

1.1. Justificação e Pertinência do Tema

Segundo o Conselho Mundial do Turismo e Viagens – WTTC: *World Travel & Tourism Council* (2019), Portugal é o país europeu que regista o maior crescimento no setor turístico. Apesar deste facto contribuir de forma positiva para a economia portuguesa, existe cada vez mais controvérsia no que diz respeito à qualidade de vida da população dos locais de destino, nomeadamente residentes, trabalhadores ou outros utilizadores desse espaço urbano.

Segundo Almeida e Costa (2012), foi em 1997, que se registou o término do processo de liberalização do setor dos transportes, na Europa. Com este processo finalizado, abrem-se as portas para a entrada e o desenvolvimento de companhias aéreas de baixo custo. Estes aspetos trouxeram uma nova dinâmica ao setor, pois a mobilidade das populações foi facilitada e a procura de determinados destinos turísticos aumentou.

Nas últimas duas décadas, regista-se, assim, um aumento da procura do transporte aéreo, ao qual se pode associar a um outro setor de atividade em crescimento: turístico. Portanto, o surgimento destas companhias aéreas, para além de criarem novas rotas, potenciaram, também, o desenvolvimento turístico de novas áreas geográficas (Almeida e Costa, 2012).

No entanto, estas alterações registadas têm dado azo a novas discussões na comunidade científica, uma vez que apesar das repercussões económicas positivas, o setor tem apresentado ameaças para populações e locais mais visitados, trazendo-lhes danos físicos e imateriais (Ferreira, 2016).

Segundo um artigo da revista alemã “Der Spiegel” publicado em agosto de 2018, o turismo de massas que se tem vindo a verificar começa a dificultar tanto a gestão no país de destino como a vida dos residentes nessas regiões.

Portugal tem sido um dos países em que se verifica um maior crescimento de turismo e, com isso, crescem, também, os serviços adjacentes: construção de hotéis, restaurantes, etc. sem qualquer preocupação para com os residentes da cidade em questão ou preservação do meio ambiente.

Desta forma, é importante encontrar uma solução para este crescimento sem planeamento. Surge, assim, um novo conceito de turismo: Ecoturismo. Este oferece princípios orientadores para uma forma de turismo que minimiza impactos e consegue maximizar os benefícios para os consumidores.

Segundo a Sociedade Internacional de Ecoturismo – TIES: *The International Ecotourism Society* (2019), o Ecoturismo passa pela realização de “viagens responsáveis para áreas naturais que conservam o meio ambiente, sustentam o bem-estar da população local e envolvam interpretação e educação.”. É, ainda, definido como: fazer turismo unindo conservação, comunidades e sustentabilidade.

1.2. Motivação

A principal motivação deste trabalho passou pelo facto de viver na periferia do Porto e de sentir que o centro histórico da cidade está a ser reconstruído sem qualquer planeamento e com o objetivo de acolher cada vez mais turistas e de os verdadeiros habitantes da cidade estarem a ser esquecidos no meio desta procura crescente de afirmação a nível turístico.

Atualmente, são constantes as notícias acerca do mercado de arrendamento e do quanto as rendas estão elevadas: “Tudo sobre o mercado louco das rendas” ou “Rendas acessíveis: “No centro histórico será impossível”” – notícias destas invadem os meios de comunicação portugueses, diariamente.

Uma notícia com data de fevereiro de 2018 da revista Exame afirma: “As gruas da construção civil passaram a fazer parte da paisagem de Lisboa e do Porto. No centro das cidades, a grande aposta é a reabilitação urbana, um mercado avaliado em 24 mil milhões de euros. Há empresas sem capacidade de resposta perante as dezenas de pedidos mensais de orçamento. A mão de obra escasseia e os preços estão em alta.”. Tal como é notificado, a escassez de mão de obra qualificada acaba por trazer consequências, na medida em que as intervenções que são realizadas não têm a qualidade devida.

O aumento que se tem vindo a registar a nível turístico deve-se, em grande parte, à introdução de companhias aéreas *low-cost*. Com a chegada de cada vez mais turistas, houve uma necessidade de instalação de novas infraestruturas, nomeadamente hotéis, restaurantes ou saneamento básico sem “planear” bem os efeitos que estes poderiam gerar no ambiente. Dos impactos negativos que a instalação destes empreendimentos têm podemos destacar o aumento da produção de resíduos, o aumento de consumo de energia elétrica, aumento de tráfego e, por consequência, a diminuição a qualidade do ar, a alteração do estilo de vida das populações locais que passam a viver como se fossem turistas e que passam a ter de se deslocar em busca de uma melhor qualidade de vida, a contaminação da água, a degradação da paisagem, devido à construção de edifícios, etc.

No entanto, apesar do impacto negativo que o turismo tem no ambiente, este é um setor que tem um grande peso a nível económico, uma vez que contribui para cerca de 10% do PIB e emprego a nível mundial. Estes são valores que têm vindo a crescer ao longo dos anos e as estatísticas apontam para que este crescimento se mantenha nos próximos anos.

Assim, passa a existir a necessidade de encontrar uma forma de conciliar o ambiente com o retorno económico que o turismo tem na sociedade. Surge, então, o Ecoturismo que tem como principal objetivo manter o ambiente natural e envolver a população local.

1.3. Definição da Investigação

Este Trabalho Final de Mestrado (TFM) tem como objetivo identificar quais os principais tópicos de análise aos quais os consumidores de Ecoturismo dão mais destaque para avaliação da sua estadia num estabelecimento português certificado. Para tal, vamos recorrer aos comentários que são realizados por estes consumidores após a sua experiência. Assim, o principal objetivo deste TFM é responder à seguinte questão de investigação: “Quais os aspetos a que o consumidor de Ecoturismo dá uma maior relevância?”.

Para além de entendermos quais são os aspetos mais referidos, é, também, importante perceber se existe uma preocupação ambiental por parte dos consumidores de Ecoturismo ou se é “apenas mais uma estadia”. Para além disso, e visto que o estudo tem como principal foco o Ecoturismo e tudo aquilo que acarreta é importante perceber se as características principais deste tipo de turismo como a Natureza, Aprendizagem e Sustentabilidade estão presentes nos comentários pós-experiência.

1.4. Metodologia

Tal como iremos estudar na Revisão da Literatura, segundo Jansson (2018), foi a partir do final do século XX que se registou um maior número de consumidores de turismo. Parte deste acontecimento deve-se à expansão da Internet que passou a providenciar as informações necessárias ao consumidor. Para além disso, foi registado um aumento no número de plataformas e aplicações para telemóvel que permitiam uma navegação ou acomodação mais simplificada.

Ademais, atualmente, a internet é utilizada para os utilizadores expressarem a sua opinião através da partilha dos seus desejos, expectativas, experiências e crenças (Tavakoli e Mura, 2018), logo, para responder à questão de investigação, vão ser analisados os comentários dos consumidores após a sua experiência de Ecoturismo. Desta maneira, este TFM passará por uma abordagem qualitativa.

Para tal, propusemo-nos a estudar 18 estabelecimentos hoteleiros que se encontram certificados como Eco-Hotel pela TÜV Rheinland. Apesar de existirem inúmeros estabelecimentos a se nomear como “eco”, nem todos seguem as normas que os permitam ser, efetivamente, um estabelecimento de Ecoturismo. Portanto, foi necessário recorrer a uma certificação que é reconhecida em termos mundiais. Assim, vamos seguir a certificação criada pela TÜV Rheinland que promove a política dos 3 R's: reutilizar, reduzir e reciclar (TÜV Rheinland Portugal, 2019).

Para estas unidades terem sido certificadas foram avaliadas em critérios como: política e organização ambiental; segurança; motivação dos colaboradores; gestão dos recursos energéticos; gestão de resíduos, água e efluentes; substâncias perigosas, comunicação externa, alimentos e cozinha; instalações e envolvência; gestão de compras e custos; transportes e formação e material de escritório (Dias, 2017).

Relativamente à análise dos comentários, e devido ao curto prazo que temos para realizar este estudo, vão ser analisados os últimos 10 comentários realizados pelos consumidores numa plataforma online. Segundo um estudo conduzido pela comScore em abril 2018, o TripAdvisor foi a plataforma de eleição dos compradores online de viagens antes de reservarem a viagem para o local de destino ou estadia.

Portanto, vamos utilizar a Netnografia, recorrendo ao programa NVivo que nos permite fazer uma análise do conteúdo dos diferentes comentários realizados pelos consumidores das unidades hoteleiras certificadas com o selo “Eco-Hotel” pela TÜV, tendo em conta os principais critérios que definimos como sendo os mais referidos nos comentários.

1.5. Estrutura da Dissertação

Para um melhor entendimento e organização deste TFM, é importante definir o que deve ser discutido em cada capítulo. Portanto, o presente capítulo dá a conhecer a motivação inerente em estudar o tema do Ecoturismo, bem como a importância que este tem para a atualidade. São definidos os objetivos, bem como o modo como estes vão ser alcançados.

De seguida, é importante entender quais foram os acontecimentos registados ao longo dos anos que fizeram com que, neste caso, o Ecoturismo despoletasse interesse para a sociedade atual. Portanto, vamos proceder à definição de conceitos, bem como à realização de uma análise da evolução do setor turístico, bem como as implicações que este setor tem vindo a ter no ambiente. Para além disso, e dado que este TFM tem como objetivo entender quais são as dimensões a que os consumidores de Ecoturismo dão mais relevância durante a sua estadia, é necessário estudar a opinião de diversos autores no que diz respeito às variáveis que influenciam a avaliação de um serviço.

No terceiro capítulo surge a metodologia que tem como objetivo dar a conhecer o modo como se pretende responder aos objetivos a que nos propomos, bem como a respetiva fundamentação da escolha dessa metodologia. De seguida, são apresentados os resultados obtidos.

Por fim, surgem as conclusões que foram possível obter após análise dos dados observados. É importante referir, ainda, as limitações que foram debatidas ao longo do desenvolvimento deste TFM, bem como recomendações para investigações que podem ser realizadas no futuro neste campo de estudo.

Capítulo 2.

Revisão da Literatura

2.1. Introdução

Este capítulo tem como objetivo fazer o enquadramento teórico, de modo a estudarmos os principais tópicos que nos vão permitir investigar aquilo a que nos propormos. Assim, numa primeira fase, vamos fazer uma análise da evolução do turismo ao longo dos anos.

De seguida, é importante entender qual é o estado atual do turismo, sendo que surge a necessidade de analisar o impacto ambiental que este tem vindo a registar nos últimos anos.

Por fim, vamos analisar um tipo de turismo alternativo a que poderemos recorrer, o Ecoturismo, de modo a minimizar o impacto negativo no ambiente a que estamos sujeitos na atualidade.

2.2. Turismo: Evolução e Atual Relevância

Uma vez que temos de estudar o paradigma atual do turismo, precisamos de recorrer a acontecimentos históricos que impactaram nos hábitos dos cidadãos que os fizeram viajar, bem como fazer o estudo relativo à sua evolução em termos numéricos.

2.2.1. Impacto da Revolução Industrial

Segundo Gyr (2010), as viagens de carácter recreativo e educacional surgiram no Egipto sob a orientação dos faraós. Estas viagens eram luxuosas e eram realizadas pela diversão, experiência e relaxamento. Para além dos egípcios, os gregos tinham tradições semelhantes, na medida em que procuravam atividades culturais.

No entanto, segundo Akis (2011), foi após a Revolução Industrial (período entre 1760 e 1840) que as atividades de turismo começaram a atrair mais a população. Os cidadãos de países industrializados, começaram a aumentar a frequência com que viajavam pelo mundo. Segundo Hudman e Jackson (2003), a Revolução Industrial deu azo a uma inovação tecnológica que aumentou a capacidade de produzir bens, bem como o desenvolvimento de novos tipos de energia (vapor, por exemplo) que facilitaram a produtividade e a movimentação de pessoas e bens e, por fim, possibilitou a utilização de novos métodos de extração e uso de recursos naturais. Assim, passa a existir uma maior variedade de materiais para a produção de novos bens o que diversificou a oferta e incrementou o consumo.

Hudman e Jackson (2003), afirmam, ainda, que com a Revolução Industrial surge a deslocação dos cidadãos em direção às cidades, havendo, por isso, uma mudança do seu estilo de vida. Com isto, as populações começam a dar uma maior importância ao tempo de lazer e buscam atividades recreativas.

Para além disso, o surgimento dos sindicatos vieram dar apoio aos trabalhadores, na medida em que lhes trouxe maiores direitos: mais tempo livre e jornadas de trabalho mais curtas. Desta maneira, a classe média passa a procurar lugares de repouso perto dos centros urbanos, enquanto a classe mais alta passa a ter a oportunidade de disfrutar de viagens por períodos de tempo superiores e com destinos mais afastados do seu local de residência (Hudman e Jackson, 2003).

2.2.2. Impacto das Guerras Mundiais

O século XX fica marcado por diversas mutações na vida quotidiana da população, uma vez que esta foi uma época de inúmeras inovações tecnológicas. A 1ª Guerra Mundial fica marcada pela mudança que se registou ao nível automóvel e, conseqüentemente, os anos após este conflito ficam marcados pelo transporte terrestre em geral. Assim, com o desenvolvimento automóvel, passa a existir liberdade para viajar e, conseqüentemente, as populações passam a ter uma facilidade de deslocação que antes não existia (Pires, 2004).

Segundo Mill e Morrison (1992), foi entre a 1ª e a 2ª Guerras Mundiais, ou seja, entre 1918 e 1939, que se registou a era da recreação em massa e uma sociedade consumista tal como a conhecemos hoje.

Durante a 2ª Guerra Mundial, o turismo parou – neste período foi, então, possível melhorar a eficiência do transporte aéreo. Com o fim do conflito, em 1945, e a criação da IATA (*International Air of Transport Association*) que veio regular o direito aéreo, o turismo entrou na época do transporte aéreo. A partir desse momento, e devido à tecnologia de aviação que foi desenvolvida, foi possível proporcionar aos consumidores de transporte aéreo um serviço mais rápido, autónomo e confortável (Pires, 2004).

Assim, foi após a 2ª Guerra Mundial que se registou uma mudança no turismo por completo. Este fenómeno foi registado a nível mundial, sendo que o número de agência de viagens aumentou, devido ao crescimento que as companhias aéreas estavam a registar (Pires, 2004).

2.2.3. Impacto do Transporte Aéreo e das Viagens *Low-cost*

Os transportes são considerados, de uma maneira geral, cruciais para a mobilidade das populações, trocas comerciais, económicas ou culturais (Almeida e Costa, 2012).

Segundo Campilho (2014), foi a partir de 1970, que o setor do transporte aéreo registou um aumento constante de passageiros transportados a nível mundial. O sucesso registado em alguns países desenvolvidos deveu-se ao crescimento económico no pós-Segunda Guerra Mundial, uma vez que veio proporcionar um aumento das trocas comerciais a nível mundial, logo o rendimento *per capita* acompanhou este aumento. Assim, o pós-guerra foi um período de afirmação para as inovações tecnológicas, na medida em que aumentaram a segurança e diminuíram os custos do setor do transporte aéreo.

O autor refere, ainda, que a década de 70, ficou marcada como a grande impulsionadora do setor da aviação, na medida em que foi nesta altura que o Boeing 747 foi criado: com o surgimento deste, a capacidade de transporte de passageiros e autonomia de distância percorrida era superior ao que existia anteriormente. Para além disso, a liberalização do setor de transportes aéreos registada no mercado norte americano permitiu que os preços pudessem ser definidos livremente pelas companhias aéreas, aumentando a concorrência pelos preços.

Assim, a conjugação entre o aumento do poder de compra a nível mundial com a redução dos preços devido às inovações tecnológicas registadas, bem como a liberalização do setor permitiu que o setor dos transportes aéreos atingisse o seu auge, uma vez que o que antes era utilizado apenas para viagens de negócios. A partir desta década começa a ser um meio de transporte utilizado pela população em geral (Campilho, 2014).

Na Europa, por outro lado, a desregulamentação do setor do transporte aéreo só viria a surgir duas décadas mais tarde, ou seja, ficou concluído em 1997 trazendo uma nova dinâmica ao setor: entrada das companhias aéreas de baixo custo no mercado. Estas companhias aéreas atraem novos nichos de mercado que são mais sensíveis ao preço. Assim, a entrada das companhias *low-cost*, para além da criação de novas rotas, permitiu o desenvolvimento turístico de novas áreas geográficas (Almeida e Costa, 2012).

Atualmente, as populações dos países desenvolvidos atingiram uma estabilidade económica que lhes permite viajar facilmente independentemente do seu estatuto socioeconómico. Sendo o rendimento gerado pelo turismo uma das principais receitas para as economias de diversos países, o “turismo de massas” passa a ser uma das receitas mais importantes para o país (Akis, 2011).

2.2.4. Atualidade Turística

O turismo é um fenómeno da sociedade contemporânea e encontra-se intimamente relacionada com a evolução do transporte aéreo – antes o transporte aéreo intercontinental apenas tinha capacidade para viajar com 50 passageiros. Atualmente, existem modelos mais económicos e com capacidade para 400 passageiros (Pires, 2004).

No entanto, para além da evolução aérea, durante as décadas de 80 e 90, foram diversos os pensadores influentes que consideraram que se estava a viver a transformação social do turismo. Devido às inovações tecnológicas que se verificaram nas décadas anteriores, foi possível aumentar o acesso a viagens e acomodações às “pessoas comuns”, tornando o turismo menos distintivo, uma vez que era muita a informação que circulava na televisão ou internet, por exemplo (Jansson, 2018).

Segundo Pires (2004), o turismo revela uma elevada taxa de crescimento e considera que foi a comunicação a grande impulsionadora deste facto. Se, por um lado, os consumidores começam a ter conhecimento de regiões, países e culturas através do que veem na televisão ou internet, por outro lado, as inovações tecnológicas vieram diminuir os contactos pessoais, uma vez que começam a existir os chamados “escritórios virtuais” e os contactos passam a ser estabelecidos através de e-mail ou videoconferência. Deste modo, o consumidor vai procurar os contactos interpessoais que poderá encontrar ao recorrer ao turismo.

A partir do final do século XX, o volume de turistas tem vindo a crescer continuamente. No que diz respeito aos media, a expansão da Internet foi uma fonte indispensável, uma vez que providencia as informações que os consumidores procuram, mas também houve uma explosão a nível de plataformas e aplicações para telemóvel que facilitam a navegação, acomodação (localização, classificação e partilha) e criação e circulação de imagens e outro tipo de conteúdo (Jansson, 2018).

De acordo com Ramos e Costa (2017), existe uma necessidade crescente de transmissão de culturas ou conhecimentos históricos. Assim, e uma vez que os consumidores se encontram cada vez mais informados, estes procuram experiências mais personalizadas e que lhes permitam destacar-se da restante população. Assim, os autores concluem que: “O mundo está a mudar e o Turismo está a mudar o mundo, a globalização assente numa competitividade sustentável será um dos pilares do futuro turístico a nível mundial.”.

Tal como podemos verificar no gráfico 1, e segundo dados da OMT: Organização Mundial de Turismo – UNWTO: *World Tourism Organization* (2019), foi a partir do final do século XX que se verificou a mudança a nível turística.

A Europa destaca-se dos restantes continentes, apesar de todos terem vindo a registar um crescimento na procura turística ao longo dos anos. Tal como referido na secção anterior, foi em 1997 que a desregulamentação do setor ficou concluída, daí se ter registado um aumento mais acentuado entre 1995 e 2000 (28%).

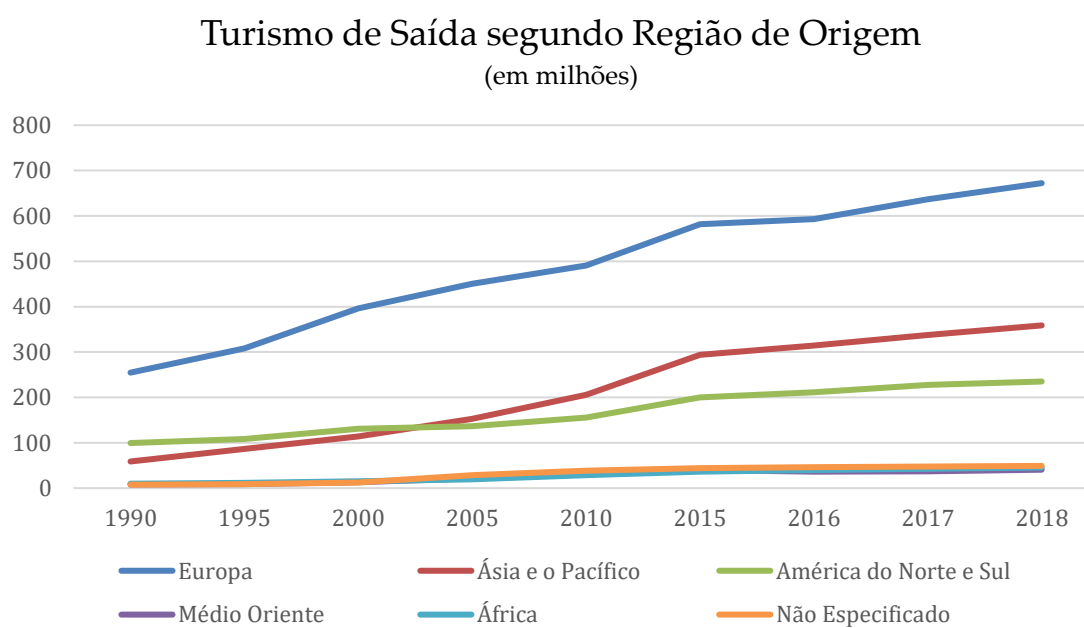


GRÁFICO 1:
Turismo de Saída segundo Região de Origem (em milhões).
Fonte: UNWTO (2018)

2.2.5. Importância Económica

A evolução positiva do turismo registada nas últimas décadas, bem como a importância crescente que esta atividade teve a nível de criação de emprego pelo mundo em geral fez com que organismos internacionais tivessem a consciência do papel que o turismo tem para as diversas economias. Assim, a Organização das Nações Unidas, a Organização Mundial do Turismo e a Eurostat começaram a reunir-se de modo a avaliar os efeitos do turismo com o propósito dos agentes económicos terem a capacidade de tomar decisões com base nos fatores macro e microeconómicos (Ramos e Costa, 2017).

Dados disponibilizados pela OMT, em 2019, revelam que, atualmente, as “Viagens e Turismo” são dos maiores setores económicos do mundo, na medida em que criam emprego, impulsionam exportações e geram prosperidade pelo mundo. Segundo Ramos e Costa (2017), o turismo encontra-se relacionado e interligado com diversos setores da nossa vida, nomeadamente o económico, o social, o cultural, o ambiental e o político. Portanto, podemos concluir que este é um setor que é composto por uma ampla gama de indústrias, de modo a atender visitantes domésticos, internacionais, de negócios ou de lazer (OMT, 2019).

Segundo Azam et al. (2018), esta indústria tem contribuído de uma maneira significativa para o desenvolvimento económico dos países anfitriões, sendo que se destacam os países em desenvolvimento que dependem, em grande parte, dos gastos dos turistas. Para Ashley et al. (2007), o turismo contribui para cerca de 40% do PIB nos países em vias de desenvolvimento e com 70% para economias insulares. No que diz respeito aos países mais desenvolvidos e diversificados, tem uma contribuição de 2% a 12% no PIB.

Uma análise realizada pela OMT, em 2019, conclui que o setor das “Viagens e Turismo” representava 10,4% do PIB global e empregava cerca de 319 milhões de pessoas (10% do emprego total).

Para além disso, em 2018, destacou-se o turismo doméstico (71,2%), sendo que foram os países em desenvolvimento que mais contribuíram para este aumento. Deste modo, novas oportunidades são criadas, existem benefícios económicos e criam orgulho nacional (OMT, 2019).

A OMT (2019) refere, ainda, que se registou um aumento do número de famílias de classe média. Deste modo, verificou-se um crescimento dos gastos globais do consumidor, sendo esta mais uma das justificações para o crescimento do setor “Viagens e Turismo” que, em 2018, atingiu um aumento de 3,9%. Deste crescimento, destacam-se alguns países como: EUA, China, Japão, Alemanha e Reino Unido – representando, 47% do PIB global do setor “Viagens e Turismo”.

Este crescimento contínuo e crescente, permite a criação de emprego, sendo que nos últimos 5 anos, um em cada cinco empregos a nível mundial se destinam ao setor “Viagens e Turismo”. Estes empregos possibilitaram a inserção de mulheres, jovens ou outras faixas etárias que até então eram grupos discriminados pela sociedade (OMT, 2019).

Segundo a OMT (2019), os fatores que influenciam o fluxo de viagens pelo mundo - destino, atratividade, capacidade monetária - se vão manter inalterados. Para além disso, existe uma preocupação constante das diferentes regiões para com este setor, pois consideram que as “Viagens e Turismo” são o motor para o desenvolvimento económico, bem como para a partilha de culturas.

Todos os dados se encontram públicos, de modo a que os diferentes governos das regiões tenham acesso com o objetivo de terem a capacidade de planeamento e desenvolvimento de políticas mais eficazes com o objetivo de garantir que as “Viagens e Turismo” consigam oferecer as melhores oportunidades, de modo às sociedades prosperarem.

2.3. Impacto do Turismo nas Cidades

Tal como referia uma notícia publicada pelo Dinheiro Vivo em novembro de 2018: “Alguns dos locais mais emblemáticos do mundo têm vindo a ser prejudicados pelo turismo de massas. Se, por um lado, permite um maior encaixe para os cofres dos países em questão, por outro acaba por saturar determinadas áreas históricas e arruinar as expectativas dos turistas.” (dinheirovivo.pt; 24.11.2018).

Assim, e após o mediatismo que este assunto tem gerado, é importante estudar o impacto que o turismo tem tido pelos diferentes países do mundo. Apesar do crescimento económico que se tem vindo a alcançar através deste setor, há muitas implicações para a sociedade, bem como para o ambiente do local de destino.

2.3.1. Impacto do Turismo na Qualidade de Vida dos Moradores

De acordo com Jurowski et al. (1997), uma vez que uma cidade se torna num destino turístico, a vida dos moradores é afetada por atividades turísticas. Tal como referido nas secções anteriores, nas últimas décadas, o turismo foi utilizado como ferramenta para o desenvolvimento económico a nível mundial.

Segundo Kim et al. (2012), nas últimas décadas tem-se utilizado a indústria do turismo como um modo de desenvolvimento económico regional, bem como para o melhoramento das oportunidades locais de emprego. No entanto, apesar dos efeitos positivos que o turismo traz a níveis económicos, bem-estar social, cultural ou ambiental, existem, também, efeitos negativos, tais como a qualidade de vida da sociedade (pobreza, renda *per capita*, taxas de criminalidade ou poluição).

Segundo Butler (2004), o impacto do turismo no bem-estar da comunidade residente dos países de destino varia de acordo com o estado em que o ciclo de vida do turismo se encontra – Introdução; Crescimento; Maturidade Inicial; Maturidade Tardia; Declínio. Para além disso, podemos analisar o impacto do turismo a partir de diferentes perspetivas (Quadro 1).

É importante termos em conta que estes efeitos não são encontrados em todos os locais e da mesma forma, uma vez que depende do estágio de desenvolvimento em que o local em questão se encontra (Belisle e Hoy, 1980).

Diferentes perspetivas do impacto do turismo na comunidade residente no local de destino		
Económico	Positivo	Melhora padrão de vida Aumenta investimento Aumenta atividade comercial
	Negativo	Aumenta taxas de pobreza Preço de bens e serviços aumenta Preço da terra (m ²) aumenta
Social	Positivo	Aperfeiçoamento de instalações: recreação ao ar livre, parques e estradas → Reduz a multidão em teatros, filmes, eventos desportivos.
	Negativo	Tráfico de droga Prostituição Desenraizar sociedade tradicional Deterioração da cultura tradicional Congestionamento no trânsito Aglomeração em áreas públicas

Cultural	Positivo	Culturas revitalizadas: costumes “ultrapassados” são rejuvenescidos para a chegada dos turistas
	Negativo	“Explorador Cultural”: Rutura das estruturas culturais e padrões comportamentais tradicionais
	NOTA: (Tosun, 2002)	Impacto cultural varia com base na relação social dos residentes com os turistas; Essas estão relacionadas com nível de educação dos residentes, capacidade comunicação com turistas e a imagem que têm da comunidade internacional
Ambiental	Positivo	Maior consciencialização sobre a necessidade de preservar o meio ambiente – captura da sua beleza natural para fins turísticos e aumento em investimentos da infraestrutura ambiental Considera-se que é uma indústria relativamente limpa: menos problemas de poluição em comparação com outros tipos de indústrias
	Negativo	Poluição ambiental Destruição de recursos naturais Degradação da vegetação Esgotamento da vida selvagem.

TABELA 1:

Diferentes perspectivas do impacto do turismo na comunidade residente do local de destino.

Fonte: Kim et al. (2013)

2.3.2. O Caso Português

Uma notícia do Turismo de Portugal datada de 04 de outubro de 2019, afirma que o Conselho Mundial do Turismo e Viagens (WTTC – *World Travel & Tourism Council*) destacou “Portugal como o país europeu com maior crescimento no setor do turismo”, antecipando, ainda, que esta é uma tendência que se vai manter nos próximos anos.

Segundo a mesma fonte, prevê-se que, em 2019, Portugal registre um aumento turístico de 5,3% - ultrapassando a média europeia de 2,5%. Para além disso, o setor do Turismo tem contribuído com cerca de 41,5 milhões de euros para a economia do país, bem como para a criação de emprego em Portugal – em 2018, 21,8% do total dos postos de trabalho eram destinados ao setor turístico (Turismo de Portugal, 2019).

Dados fornecidos pelo INE – Instituto Nacional de Estatística, permite-nos perceber que o número de estabelecimentos hoteleiros tem vindo a aumentar ao longo dos anos (Gráfico 2). Assim, entre 2014 e 2017, Portugal passou a alojar mais 63% de indivíduos.

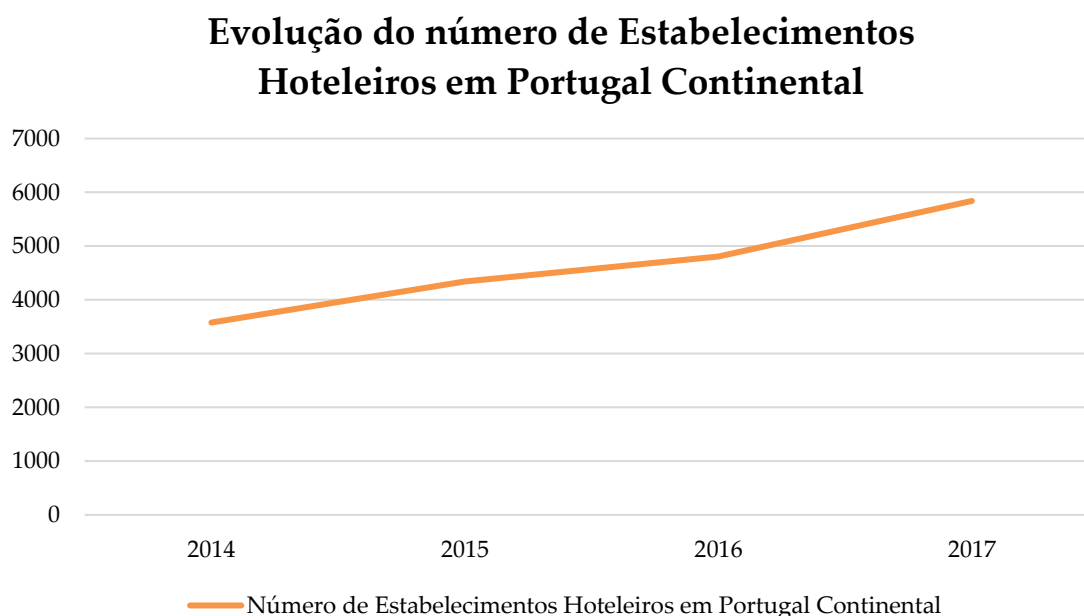


GRÁFICO 2:

Evolução do número de Estabelecimentos Hoteleiros em Portugal Continental

Fonte: INE – Instituto Nacional de Estatística

Tal como foi possível compreender, Portugal tem sido dos países com um maior crescimento a nível turístico. Apesar de este setor não estar diretamente relacionado com a poluição ou degradação ambiental, o uso excessivo de recursos naturais utilizados pelos empreendimentos turísticos tem-se tornado uma ameaça. Destacam-se os impactos decorrentes da utilização da água, energia, resíduos ou produtos químicos, bem como a falta de preocupação relativamente às zonas verdes, poluição atmosférica e sonora que se podem tornar danos significativos (Santos, 2005).

Tal como foi notificado no início de outubro de 2019 pela SAPO Viagens, um estudo elaborado por uma agência de viagens destaca que a Tailândia (um dos destinos turísticos mais populares do mundo) “corre o risco de desaparecer da forma como o conhecemos.”, uma vez que tem 489 espécies de animais em perigo de extinção. Neste estudo, destacam que Portugal é o segundo país em risco de sair prejudicado tendo em conta fatores como: “poluição plástica, espécies em perigo de extinção, alterações climáticas, viagens sustentáveis, desempenho ambiental e excesso de turismo”.

Para além disso, Portugal tem sido alvo da reabilitação urbana – onde se destacam as zonas históricas das cidades de Lisboa e do Porto. Juntamente com a problemática da reabilitação urbana surge a gentrificação: a requalificação de edifícios regenera as áreas do centro da cidade, constituem um fator estratégico para a fixação de novas classes médias, no entanto promove a expulsão de antigos moradores que deixam de ter a possibilidade de pagar as rendas em vigor. Assim, começa a existir uma segregação residencial e um desenvolvimento urbano desigual (Mendes, 2014).

2.4. Impacto do Turismo no Ambiente

Para o desenvolvimento do TFM é importante destacar o impacto ambiental, uma vez que existe uma preocupação crescente, quer a nível nacional quer a nível mundial relativamente aos fatores negativos que o turismo tem revelado ter no ambiente.

Segundo Azam et al. (2018), e tal como constatamos anteriormente, a indústria do turismo tem contribuído de uma maneira significativa para o crescimento socioeconómico, no entanto esse crescimento e desenvolvimento foram alcançados através da poluição e degradação ambiental.

Segundo os autores, se, por um lado, a indústria do turismo serve como impulsionador do crescimento económico das economias lideradas pelo turismo, por outro lado existem inúmeros impactos negativos do rápido crescimento do turismo. Atualmente, e segundo Higham et al. (2016) e Wang et al. (2018), o turismo destaca-se como sendo uma indústria prejudicial ao meio ambiente, devido às descargas de gases de efeito estufa que se encontram relacionadas com a mobilidade do turista, bem como com a acomodação que depende de um elevado consumo de energia.

Azam et al. (2018) referem que, para além do mal-estar social que a degradação ambiental proporciona a nível mundial, o setor turístico poderá vir a ser prejudicado caso não haja uma mudança nos paradigmas da sociedade relativamente a este assunto. Para além disso, destaca-se que a má qualidade do ar poderá prejudicar a procura de viagens, bem como as oportunidades de progresso no futuro. Segundo Shahbaz et al. (2015), a rápida degradação ambiental a que estamos sujeitos afeta os países que procuram o desenvolvimento, na medida em que incorrem em custos adicionais devido às mudanças climáticas.

De acordo com Azam et al. (2018), o setor do turismo não pode ser descartado, pois contribui para o bem-estar social, na medida em que proporciona crescimento económico e desenvolvimento dos países. Por outro lado, tudo se relaciona com o meio ambiente, na medida em que o ambiente limpo e verde também contribui para o bem-estar social.

Segundo os mesmos autores, resultados empíricos sugerem que o crescimento e o desenvolvimento económico sustentável devem ser assegurados através da implementação de políticas públicas prudentes, em que os governos anfitriões se devem esforçar para promover indústrias de turismo social e ambientalmente responsáveis nos seus respetivos países.

2.5. Preocupação Ambiental na Indústria Turística

Nas últimas décadas, a preservação do meio ambiente tem revelado ser uma preocupação em todos os setores. Quase todas as indústrias têm adotado práticas de proteção ambiental, nomeadamente as manufactureiras que têm procurado eliminar os resíduos criados durante a produção e alienação dos seus produtos, melhorando o desempenho das empresas (Melnyk et al., 2003).

Segundo Bohdanowicz et al. (2011) e Raham et al. (2012), relativamente à indústria hoteleira, os seus esforços de preservação do meio ambiente passam pela redução de resíduos, conservação de energia e água nas suas operações, bem como a “educação” de consumidores e funcionários.

No entanto, foi registado um rápido crescimento do turismo de massas o que trouxe um descuido ambiental que teve impactos negativos a esse nível. Assim, o agravamento desta questão e o aumento da preocupação ambiental levou ao aumento do Ecoturismo (Sriarkarin e Lee, 2018).

2.5.1. Ecoturismo

Ceballos-Lascurain (1996) define o Ecoturismo como uma atividade ambientalmente responsável em que o turista vai visitar áreas naturais que não foram perturbadas. Deste modo, o objetivo principal é apreciar a natureza, bem como toda a cultura envolta no local que foi preservada e conservada ao longo dos anos. Portanto, para além do benefício económico do local visitado, existe também uma preocupação em envolver as populações locais trazendo, por isso, um benefício social.

Osman et al. (2018) argumentaram que o Ecoturismo beneficia o meio ambiente, a sociedade, a cultura e a economia das áreas de atração e das comunidades locais, sendo, por isso, a melhor solução de proteger e promover a diversidade natural e cultural local a longo prazo.

No entanto, este é um tipo de turismo que deve ser devidamente avaliado antes de ser realizado, uma vez que muitos deles falham devido a uma avaliação inadequada (Lonn et al., 2018). Assim, e segundo Yan et al. (2017), deve ser realizada a avaliação do potencial turístico de um local em que devem ser tidos em conta fatores como a localização, acessibilidade, acomodações, infraestrutura, serviços, valor e abundância de recursos que podem ser transformados em atrações turísticas, bem como a atratividade do destino em questão. Uma vez que os destinos são, de uma maneira frequente, em zonas naturais remotas, infraestruturas devem ser construídas para servir os turistas (Hsu, 2019).

O Ecoturismo, despontou em 1980 e, apesar da variedade de definições que surgiram desde então, é acordado por várias entidades como sendo definido por três critérios essenciais: natureza, aprendizagem e sustentabilidade (Beaumont, 2011).

Segundo Sharpley (2006), nos últimos anos, tanto a oferta como a procura por estabelecimentos de Ecoturismo cresceram significativamente. Este tem sido reconhecido como um possível meio de alcançar o desenvolvimento sustentável nas áreas de destino, sendo que esta ideia tem como base a suposição de que os turistas procuram, cada vez mais, formas de turismo mais responsáveis e ambientalmente mais adequadas. No entanto, a investigação conclui que, embora a procura por experiências de Ecoturismo esteja a aumentar, isto não significa que os ecoturistas também o estejam, uma vez que não é garantido que os consumidores de Ecoturismo tenham uma preocupação a nível ambiental. Assim, e uma vez que se tem vindo a registar um aumento do consumo turístico, turistas podem estar apenas à procura de produtos novos ou diferenciados, como, por exemplo, o Ecoturismo.

É importante referir que, segundo o autor, isto não significa que os projetos de Ecoturismo não contribuam de uma forma positiva para a conservação e o desenvolvimento socioeconómico das áreas de destino, uma vez que existem inúmeros exemplos que são bem-sucedidos em termos de atração de turistas e contribuem para o desenvolvimento local de uma forma sustentável. No entanto, é importante ter em conta que as razões pelas quais o Ecoturismo é procurado pode não estar relacionado com as questões ambientais.

Segundo Beaumont (2011), o mercado do Ecoturismo tem vindo a ser segmentado apenas tendo em conta a natureza e aprendizagem, uma vez que se assumia que os ecoturistas eram ambientalmente preocupados, fazendo com que o aspeto da sustentabilidade estivesse subentendido.

No entanto, os resultados do estudo do autor, vão ao encontro das conclusões do estudo de Sharpley (2006), uma vez que, embora exista uma procura por produtos turísticos que proporcionem natureza e experiências de aprendizagem, o critério de sustentabilidade não se encontra presente na tomada de decisão dos ecoturistas ou não ecoturistas.

2.6. Dimensões de destaque na avaliação de um serviço

Este TFM tem como objetivo identificar quais as dimensões às quais os consumidores dão mais importância durante a sua estadia num estabelecimento hoteleiro. Para tal, foi necessário recorrer a estudos realizados por diversos autores, de modo a entender quais eram as variáveis que mais eram utilizadas para avaliar o nível de satisfação do consumidor.

Segundo Perran Akan (1995), ao longo dos anos, os serviços têm vindo a ganhar cada vez mais importância, principalmente devido ao facto do número e do tipo de serviços e estabelecimentos terem vindo a aumentar. Isto faz com que os clientes se tornem cada vez mais exigentes, uma vez que o seu conhecimento acerca de serviços, adquiridos através da experiência e publicidade, tem vindo a aumentar. Para além disso, os consumidores encontram-se cada vez mais dependentes de serviços o que os faz serem mais conscientes do valor.

Tal como referido anteriormente, o avanço nas tecnologias tornou possível a informatização de alguns processos o que levou a uma falta de personalização dos serviços. Verifica-se, ainda, que com a intensificação da concorrência e a desregulação, as empresas tiveram de se diferenciar de algum modo, sendo que uma das estratégias relacionada com o sucesso é a entrega de uma alta qualidade de serviço (Akan, 1995).

Parasuraman et al. (1988), desenvolveram um modelo denominado de SERVQUAL com o objetivo de avaliar as perceções dos consumidores acerca da qualidade de serviço em organizações de serviços e de retalho. Este modelo refere que um serviço de qualidade é composto por 10 dimensões, sendo estas denominadas de: tangíveis, confiabilidade, capacidade de resposta, comunicação, credibilidade, segurança, competência, cortesia, compreensão/conhecimento do consumidor e acessibilidade. Estas dimensões

originais foram combinadas, criando, assim, um índice com cinco dimensões: tangíveis, confiabilidade, capacidade de resposta, certeza (credibilidade, segurança, competência, cortesia) e empatia (comunicação, conhecimento/compreensão do cliente e acessibilidade). Os autores afirmam, ainda que este é um modelo genérico que pode ser aplicado a uma ampla variedade de serviços.

Um estudo realizado por Akan (1995) procurou perceber quais eram as variáveis que afetavam a qualidade do serviço tendo em conta os clientes de hotéis de 4 e 5 estrelas localizados em Istambul, na Turquia. Assim, o estudo teve como objetivo perceber se as dimensões de qualidade incluídas no modelo SERVQUAL se aplicam neste caso, procurar novas dimensões e medir a importância de cada dimensão para os utilizadores destes serviços na Turquia.

Akan (1995) recorre a perguntas de resposta aberta concluindo que as características do pessoal são o atributo mais importante na perceção de qualidade, sendo que os atributos comportamentais e técnicos destes não são avaliados separadamente. Portanto, esta constatação está alinhada com as do estudo SERVQUAL, onde as dimensões competência e cortesia também foram combinadas com credibilidade e segurança. Por outro lado, a dimensão de conhecimento do consumidor presente no modelo SERVQUAL não se verifica no estudo de Akan (1995).

No modelo SERVQUAL, os Tangíveis não têm muita importância, no entanto, na investigação de Akan (1995), os consumidores dão muita importância no que diz respeito aos aspetos relacionados com o quarto, espaços públicos ou comida, bem como a limpeza. Para além disso, aparece, ainda, a interação social, bem como o “sentido de oportunidade”, na medida em que um serviço rápido nem sempre é o mais desejado (por exemplo, a retirada do prato do cliente sem este ter terminado). Por fim, a relação custo-benefício pode ser considerada uma das dimensões de satisfação do cliente.

Mei et al. (1999), examinam as dimensões da qualidade do serviço no setor da hotelaria. Os objetivos do estudo destes autores passam, tal como em Akan, por testar a fiabilidade e validade da escala SERVQUAL, bem como estabelecer um número de dimensões presente na indústria hoteleira e, por fim, determinar qual é a melhor dimensão para avaliar um serviço de qualidade.

As conclusões deste estudo referem que 3 fatores emergem como sendo dimensões de um serviço de qualidade na indústria hoteleira, sendo que dois deles são similares ao modelo SERVQUAL. O fator “Funcionários” é muito importante no que toca à sua contribuição para a avaliação de um serviço de qualidade na indústria hoteleira e, neste caso, encontra-se relacionado com o modelo SERVQUAL quando nos referimos à capacidade de resposta, garantia, bem como empatia.

Também a dimensão dos “Tangíveis” tem lugar de destaque, por isso os gerentes devem procurar manter os hotéis apelativos e atrativos, atuais, bem como limpos e com equipamentos e acessórios confortáveis. Deve, portanto, refletir a imagem e o preço do estabelecimento. É, ainda, referida a “Confiabilidade”, tal como no modelo SERVQUAL.

O estudo de Wei et al. (1999), tem como objetivo estudar as perceções dos atributos de hotéis de três a cinco estrelas por dois grupos distintos: gerentes de marketing e por idosos com 60 anos ou mais. Este estudo teve como público alvo clientes com mais idade, uma vez que são estes que têm mais tempo, meios e propensão a viajar, sendo, por isso, um segmento em crescimento para a indústria hoteleira.

Esta investigação, ao contrário das outras referidas anteriormente, não tem em conta o modelo SERVQUAL. Portanto, esta traz determinantes como: Preço, Localização, Instalações, Restaurante do hotel, Mobiliário do quarto, Eficiência balcão da receção e a Atitude dos funcionários.

Com este estudo é possível concluir que a opinião dos gerentes, bem como dos clientes correspondem em aspetos como: as instalações ou o mobiliário do quarto, sendo estas as dimensões às quais é dada uma maior importância. No entanto, para os clientes, segue-se a tarifa dos quartos, a comida do restaurante, a localização, a atitude dos funcionários e, por fim, a eficiência no balcão da recepção. Por outro lado, os gerentes conferem uma maior importância à comida do restaurante, seguindo-se as tarifas em vigor, a atitude dos funcionários, a localização e a recepção.

Uma análise realizada por Pinto et al. (2008), procurou estudar a perspectiva dos consumidores de hotéis de cinco estrelas em Portugal relativamente à qualidade do serviço que lhes foi oferecido. Estes autores analisaram, assim, oito atributos específicos. Desta forma, concluíram que a determinante que satisfaz mais os inquiridos foram os “Funcionários” e a “Higiene e Limpeza”, sendo que o que menos satisfaz passa pelo “Preço” e a “Decoração”.

Por fim, é importante dar a conhecer um estudo realizado por Ruhanen (2019), na medida em que o objetivo deste foi avaliar quais eram os aspetos a que os consumidores de Ecoturismo dão mais importância na sua experiência, sendo que esta avaliação é realizada através da análise dos comentários que estão disponíveis em plataformas online. Assim, foi utilizada uma abordagem qualitativa em que foram utilizadas, tanto uma análise manual como computadorizada, sendo que a manual passou pela leitura dos comentários da amostra na íntegra em que foram “retiradas” as dimensões. Por outro lado, a análise realizada através de um software, permitiu que fossem identificados os principais conceitos sem ser necessária uma codificação prévia.

Desta forma, foram identificadas sete dimensões, sendo estas: Funcionários, Instalações, Natureza, Alimentação, Atividades, Experiências e Aprendizagem por ordem de importância para os consumidores.

Foi, ainda, possível concluir que maior parte dos comentários teve como objetivo a avaliação do serviço e não a avaliação do produto enquanto Ecoturismo. É importante, ainda, referir que muitos dos consumidores não ajustam as suas expectativas ao facto da unidade hoteleira ser um Ecoturismo, logo algumas comodidades não são satisfeitas. Assim, alguns comentários referem que o preço não acompanha o que é oferecido.

Os autores concluem que a procura que existe pelos estabelecimentos de Ecoturismo passa pelo interesse na própria experiência turística e não na preocupação da sustentabilidade, daí se registar que as dimensões estudadas dizem respeito ao serviço e não à experiência “eco”. Apesar de haver referências a aspetos ambientais (por exemplo, áreas circundantes), não é possível entender se existe uma preocupação pelo meio ambiente e sustentabilidade.

A tabela seguinte tem como objetivo fazer uma síntese da informação analisada, bem como esclarecer relativamente aos temas que estão incluídas em cada uma das dimensões que os autores em análise tiveram em conta (Tabela 2).

Autores	Dimensões
<p>Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Tangíveis</u>: Instalações, aparência do pessoal e aspetos físicos do serviço • <u>Confiabilidade</u>: Consistência do desempenho; Atendimento de compromisso • <u>Capacidade de resposta</u>: Rapidez em prover serviços: Contactar cliente e realização do serviço rapidamente • <u>Credibilidade</u>: Atender interesses/objetivos dos clientes; manter nome/reputação da empresa • <u>Segurança</u>: Ausência de perigo ou dúvidas - segurança física, financeira e confidencialidade. • <u>Competência</u>: Possuir habilidades e conhecimento necessário para a realização do serviço • <u>Cortesia</u>: Educação, respeito, consideração e amabilidade no atendimento • <u>Comunicação</u>: Manter clientes informados; proporcionar explicações, preços, descontos ou garantir que problemas são resolvidos • <u>Conhecimento/compreensão do cliente</u>: Esforço dos funcionários para compreender necessidades dos clientes • <u>Acessibilidade</u>: Facilidade e proximidade de contacto com clientes

<p>Akan, P. (1995)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Cortesia e competência do pessoal</u>: conhecimento/experiência, treino e a aparência física do pessoal; e qualidades como cordialidade, respeito, compreensão e capacidade de falar bem • <u>Comunicação e transações</u>: informações relativas ao serviço de hotel, informações antecipadas sobre preços, ouvir/compreender cliente, informações fáceis de entender, velocidade das transações e facilidade de acesso ao pessoal • <u>Tangíveis</u>: aparência interior e exterior, móveis, facilidade de acesso e produtos oferecidos para uso, bem como a reputação do hotel, implícita no nome/imagem. Inclui a limpeza • <u>Conhecer e entender o cliente</u> • <u>Interação Social</u>: importância da interação com outros destinatários e o meio ambiente • <u>Precisão e rapidez do serviço</u> • <u>Resolução de problemas</u> • <u>Rigor nas reservas do hotel</u> • <u>Percepção de valor</u>: custo-benefício
<p>Mei, A., Dean, A., & White, C. (1999)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Funcionários</u>: Serviço ágil, vontade de ajudar, confiante na prestação de serviços, funcionários educados, conhecedores, habilidosos, atenciosos, compreensivos, sinceros, simples e profissionais • <u>Tangíveis</u>: Equipamento e acessórios modernos, instalações e materiais apelativos, conforto, limpeza, variedade na alimentação e bebidas

	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Confiabilidade</u>: Cumprir promessas, serviço preciso e oportuno, estadia segura
<p>Wei, S., Ruys, H. & Muller, T. (1999)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preço • Localização • Instalações • Restaurante do hotel • Mobiliário do quarto • Eficiência balcão da recepção • Atitude dos funcionários
<p>Pinto, J. & Oliveira, A. (2008)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Higiene e Limpeza • Decoração • Conforto • Funcionários • Alimentação e Bebidas • Serviços de Apoio • Quarto • Preço
<p>Ruhanen, L. (2019)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionários • Instalações • Natureza • Alimentação • Aprendizagem • Experiência

TABELA 2:

Dimensões utilizadas na avaliação da qualidade do serviço - Perspetivas de diversos autores

2.7. Resumo do Capítulo

Para que se entenda toda a problemática subjacente ao tema deste TFM foi necessário recuarmos e estudarmos diferentes perspetivas que foram desenvolvidas ao longo dos anos de diversos conceitos, nomeadamente do turismo, da sua evolução, bem como o impacto deste setor no ambiente e a preocupação que este setor suscita nesta matéria.

Assim, foi possível compreender que a Revolução Industrial mudou, em quase todos os aspetos, o quotidiano dos cidadãos, uma vez que foi registado um aumento da capacidade de produção de bens, desenvolvimento de novos tipos de energia e extração, bem como um aumento dos direitos dos trabalhadores. Surgem aqui os primeiros passos do turismo.

No entanto, foram as Guerras Mundiais que proporcionaram que o turismo sofresse uma mudança por completo, na medida em que com a introdução do transporte aéreo foi possível “aproximar” locais que antes eram inalcançáveis.

Nos anos seguintes, com a liberalização do setor aéreo, começam a surgir companhias *low-cost* o que deu uma nova dinâmica ao setor, na medida em que começam a surgir novas rotas e existe um desenvolvimento turístico de novas áreas geográficas. Para além disso, com o surgimento das companhias aéreas de baixo custo, começa a ser possível que qualquer pessoa (independentemente do seu estatuto económico) comece a viajar facilmente. Sendo o rendimento gerado pelo turismo uma das principais receitas de diversos países este foi, também, um marco importante na evolução do setor.

Podemos considerar, ainda, que o turismo deixou de ser distintivo com as inovações tecnológicas que foram registadas, nomeadamente a televisão ou a internet, na medida em que os consumidores passam a ter conhecimento pelo que vêm nesses meios. Surgem, ainda, plataformas e aplicações de navegação e acomodação que facilitam o turista na sua viagem.

Atualmente, o setor “Viagens e Turismo” consegue contribuir para 10,4% do PIB e 10% do emprego a nível mundial, criando novas oportunidades de emprego. No entanto, este crescimento “desenfreado” que se tem vindo a registar, prejudica algumas cidades, uma vez que apesar de melhorar a economia, tem um impacto negativo no que diz respeito à saturação das áreas históricas. Este é um facto que se tem vindo a registar em Portugal.

Para além disso, o turismo tem contribuído de uma forma negativa para o ambiente, na medida em que o crescimento que foi registado, foi alcançado pela poluição e degradação ambiental. Apesar de estarmos perante um setor que não pode ser descartado, pois contribui para o bem-estar social, na medida em que cria emprego, por outro lado, tudo se relaciona com o meio ambiente, pois o ambiente limpo e verde também contribui para o bem-estar social.

Surge, assim, a necessidade de fazer com que os interesses económicos colidam com os ambientais, portanto o Ecoturismo é considerado como uma das soluções. Este tipo de turismo surge como uma junção entre a área cultural, mas também ambiental, uma vez que o turista vai visitar o local que foi conservado ao máximo nesses dois aspetos.

O Ecoturismo surge, assim, como um possível meio de desenvolvimento sustentável, uma vez que tanto a oferta como a procura por este tipo de turismo têm vindo a crescer significativamente. Supõe-se, portanto, que os turistas procuram, cada vez mais, formas de turismo mais responsáveis e ambientalmente mais adequadas (Sharpley, 2006).

No entanto, segundo este autor, apesar do Ecoturismo está a aumentar, não implica que os ecoturistas também o estejam, na medida em que não é garantido que estes tenham preocupações a nível ambiental, pois podem estar apenas à procura de algo novo e diferente.

Também Beaumont (2011) vai de encontro ao estudo de Sharpley (2006), pois considera que o critério de sustentabilidade não está presente na tomada de decisão dos consumidores de Ecoturismo.

Uma vez que este TFM tem como principal objetivo identificar as variáveis mais referidas pelos consumidores na avaliação da qualidade do serviço após a sua estadia num estabelecimento de Ecoturismo certificado, foi necessário recorrer a estudos realizados por diversos autores, de modo a entender quais eram as variáveis que mais eram utilizadas para avaliar o nível de satisfação do consumidor.

Muitas das variáveis são coincidentes entre estudos, uma vez que, a maior parte, tem como base o modelo SERVQUAL de Parasuraman (1988). É, então, possível destacar algumas variáveis como: Tangíveis, Competência, Cortesia, Conhecimento/Compreensão do cliente, Funcionários ou Preço.

Capítulo 3.

Metodologia

3.1. Introdução

Após os principais conceitos para o tema terem sido definidos no capítulo anterior, é importante identificar a metodologia e estratégia que deve ser utilizada para responder às questões subjacentes, bem como justificar a utilização desses métodos.

3.2. Tipos de Metodologia de Investigação

De modo a responder às questões a que nos propomos, é necessário escolher um método de pesquisa. Existem duas abordagens que são comumente utilizadas no contexto académico: a quantitativa e a qualitativa. O método escolhido deve ser adequado à pesquisa que está a ser realizada.

Segundo Günther (2006), a pesquisa quantitativa utiliza números para explicar opiniões e informações, sendo que é através desses números que é possível que o investigador classifique e organize as suas conclusões. Por outro lado, o método qualitativo tenta interpretar os dados que observa, sendo que utiliza a indução, na medida em que não existe uma hipótese pré-estabelecida; as hipóteses são construídas após a observação.

3.3. Metodologia Adotada

Segundo Crotts (1999) e Volo (2010), os turistas sempre utilizaram as recomendações e avaliações de outras pessoas para o planejamento das suas viagens, no entanto os avanços nas comunicações mediadas por computador mudaram a maneira como muitas pessoas comunicam e partilham informações (Kozinets, 2002).

Nos últimos anos, foi possível registrar um aumento considerável no que diz respeito ao número de plataformas que permitem às empresas divulgarem os seus produtos e/ou serviços. Assim, para além da sua divulgação em sites ou redes sociais das empresas, é permitido um maior alcance quando recorrem a plataformas “externas” às mesmas (Dias, 2018).

Assim, e segundo Ruhanen (2019), o número de consumidores de turismo que utiliza as plataformas de avaliação online está a aumentar. Estes utilizam-nas para partilhar todo o tipo de informação no que toca a serviços, marcas, fornecedores e destinos.

Uma vez que a metodologia tem como principal objetivo atender às principais questões deste estudo, e após a análise dos principais conceitos no capítulo anterior, foi possível perceber que o melhor método para avaliar as opiniões dos consumidores de Ecoturismo é estudar os comentários que estes realizaram após a sua experiência num estabelecimento certificado como “eco-hotel”. Deste modo, a metodologia vai incidir sobre métodos qualitativos, pois os resultados obtidos vão ditar as conclusões retiradas.

3.4. Amostra Analisada

Apesar de serem inúmeros os hotéis que dizem ser “eco”, não existem evidências em como esses estabelecimentos hoteleiros seguem efetivamente normas do Ecoturismo, portanto foi necessário encontrar uma certificação para

garantir de que alguns princípios são seguidos. Desta forma, os hotéis a serem analisados são certificados pela TÜV Rheinland como eco-hotéis.

Em junho de 2015, Fernando Lamares, diretor-geral da TÜV Rheinland Portugal, afirma em entrevista que a TÜV “é o organismo de certificação com o maior número de hotéis certificados em Portugal enquanto, a nível mundial, já ultrapassou o milhar de certificações.”. Afirma, ainda, que a TÜV pode ser importante quando as empresas procuram internacionalizar os seus negócios, uma vez que esta é uma empresa com profundo conhecimento dos mercados internacionais, na medida em que está presente em 65 países, permitindo um conhecimento acerca de cada geografia, bem como pelo facto de ser um serviço de certificação que é reconhecido internacionalmente. É, ainda, uma empresa que tem uma diversidade de serviços o que evita que as empresas tenham de encontrar vários parceiros para cada fase.

Uma vez que existe uma procura crescente de estabelecimentos hoteleiros “eco”, a TÜV começa a proporcionar “aos prestadores de serviço de alojamento e outros relacionados com turismo a oportunidade de demonstrar a sua conformidade ambiental e, ao mesmo tempo, reduzir os seus custos operacionais através da conservação de recursos valiosos.” (www.tuv.com).

Ainda segundo a mesma fonte, é importante referir que a certificação é baseada em normas internacionais como a ISO 14001 (relativa ao Sistema de Gestão Ambiental), bem como às normas de Saúde e Segurança no Trabalho. Seguem, ainda, a política dos 3 R’s (Reutilizar, Reduzir, Reciclar) e procuram avaliar formas de reduzir os custos e alcançar vantagem no mercado em questão. Esta certificação tem inúmeros benefícios, nomeadamente a proteção do ambiente, a poupança de dinheiro e, ainda, o aumento da competitividade e reconhecimento.

Após estabelecida a meta de 18 estabelecimentos hoteleiros para análise, foi realizada uma pesquisa online. Recorreu-se, ainda, ao envio de e-mails, de modo a angariar a amostra, sendo que o principal objetivo era estudar estabelecimentos portugueses por todo o continente considerados como “eco-hotéis”.

Deste modo, a Tabela 2 dá-nos a conhecer a lista de estabelecimentos que foram estudados.

	Estabelecimento Hoteleiro
1.	ZMAR
2.	Hotel Dom Vasco
3.	Surfers Lodge Peniche
4.	Vila Galé Albacora
5.	Páteo dos Solares Charm Hotel
6.	Villas D’Água Aldeamento
7.	Casa do Médico de S. Rafael
8.	Furadouro Boutique Hotel Beach & Spa
9.	H2otel Congress & Medical Spa
10.	Hotel Lusitânia
11.	Puralã – Wool Valley Hotel & Spa
12.	Hotel Vanguarda
13.	Sport Hotel Gym + Spa
14.	Hotel Vila Park
15.	Vila Vita Parc Resort & Spa
16.	Herdade dos Grous
17.	Pestana Tróia Eco-Resort & Residences
18.	Hotel Quinta da Marinha Resort

TABELA 3:

Lista de Estabelecimentos Hoteleiros analisados

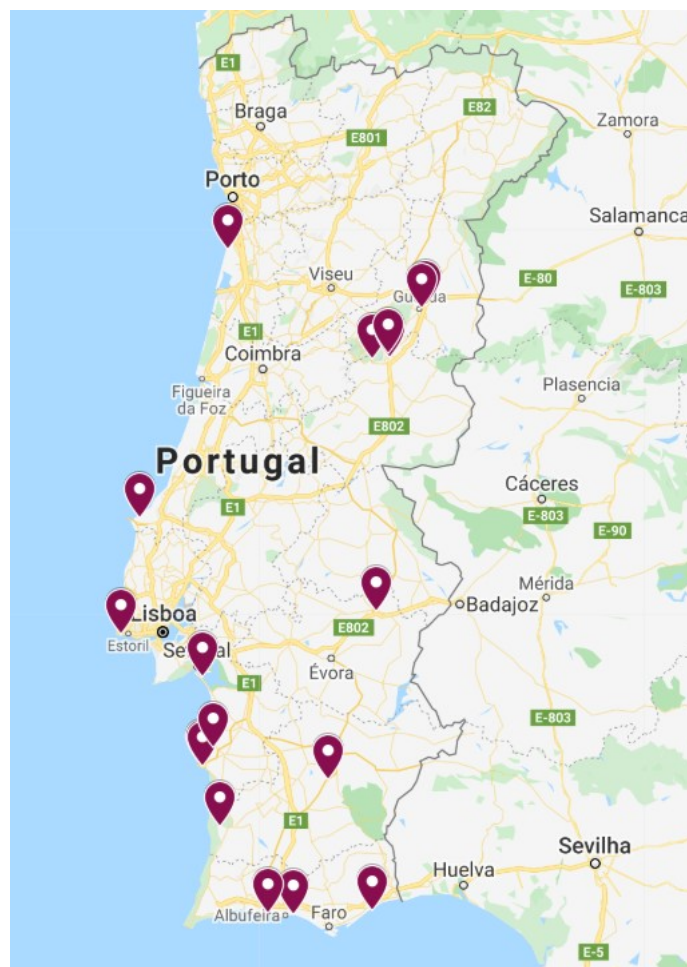


ILUSTRAÇÃO 1:
Localização geográfica dos Estabelecimentos Hoteleiros analisados

Pela figura 1 representada acima, é possível compreender que a amostra analisada não se localiza num ponto geográfico específico de Portugal Continental, mas um pouco por todo o território.

3.5. Procedimento de Recolha de Dados

Devido aos avanços registados, foi desenvolvida uma metodologia de análise de comunicações online: Netnografia. Assim, e segundo Mkono (2012), esta é uma metodologia qualitativa que tem como objetivo analisar os dados que são gerados online por consumidores. Esta é uma técnica útil, na medida em que o investigador não consegue influenciar os resultados – os participantes contribuem por vontade própria e, muitas vezes, sob uma identidade anónima – assim, os resultados foram considerados mais honestos e sinceros do que os obtidos por métodos qualitativos convencionais como: entrevistas onde respostas socialmente aceitáveis podem ser uma limitação.

Deste modo, vamos recorrer ao programa NVivo. Este é um software projetado para ajudar o usuário “a organizar, analisar e encontrar informações em dados não estruturados ou qualitativos como: entrevistas, respostas abertas de pesquisa, artigos, media social e conteúdo web.” (www.qsrinternational.com).

De modo a entender qual a plataforma online que deveria ser analisada, foi necessário entender qual o site de viagens que era mais utilizado. Assim, e segundo um estudo publicado em abril de 2018, foi possível concluir que: “A maioria dos compradores globais de viagens online visita o TripAdvisor antes de reservar um hotel ou voo” (comScore, 2018).

Tal como podemos observar no gráfico 3, o Booking.com é o segundo site mais visitado pelos consumidores antes de efetuarem uma reserva. Deste modo, o TripAdvisor vai ser a nossa plataforma principal de estudo. No entanto, caso não existam comentários sobre um dos hotéis a serem analisados, a plataforma a ser estudada será o Booking.com, Trivago e assim sucessivamente.

Top 5 de plataformas online visitadas antes da reserva (em percentagem)

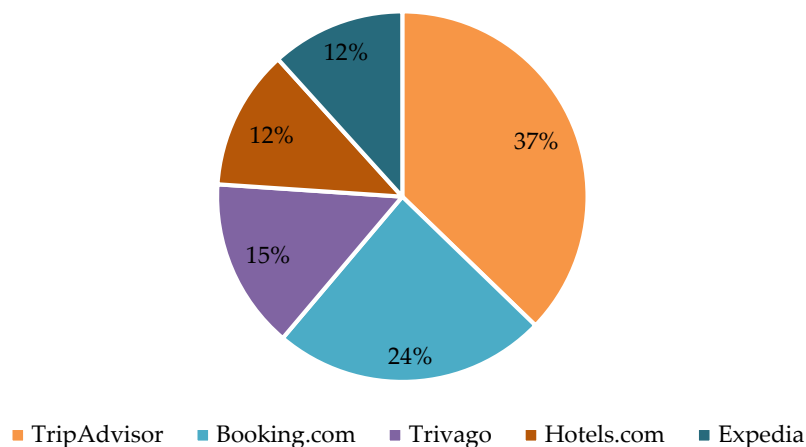


GRÁFICO 3:

Top 5 de plataformas online visitadas antes da reserva (em percentagem)

Fonte: comScore, 2018

Na Netnografia é importante estabelecer um limite de observações, na medida em que existe um volume elevado de dados online disponíveis (Kozinets, 2002). Desta forma, e uma vez que o tempo disponível para a realização deste trabalho é curto, vão ser analisados os 10 comentários mais recentes de cada hotel. Uma vez que toda a amostra escolhida tem informações no TripAdvisor, apenas esta plataforma vai ser analisada. Portanto, vão ser analisados 180 comentários.

3.6. Resumo do Capítulo

As recomendações e opiniões de terceiros relativamente aos destinos ou estabelecimentos sempre foram utilizadas aos longo dos anos, no entanto, com a introdução das comunicações realizadas através do computador, o modo como é feita essa partilha mudou. Deste modo, foi registado um aumento de plataformas online que nos permitem retirar conclusões acerca do destino que vamos visitar ou comparar diversos estabelecimentos hoteleiros onde podemos ficar instalados durante a nossa visita.

Com o aumento do número de plataformas, existe também um aumento de utilização das mesmas. Deste modo, e uma vez que neste TFM pretendemos compreender quais são as variáveis a que os consumidores dão mais relevância durante a sua visita a um estabelecimento hoteleiro de Ecoturismo, concluímos que a abordagem qualitativa seria o método mais eficaz, na medida em que não existem hipóteses pré-estabelecidas.

Para a seleção da amostra, foi necessário encontrar uma certificação que nos garantisse que algumas normas do Ecoturismo eram cumpridas. Sendo assim, procuramos estabelecimentos hoteleiros que são certificados como “eco-hotéis” pela TÜV Rheinland, sendo esta uma certificação reconhecida a nível internacional. Assim, foi estabelecida como meta 18 estabelecimentos hoteleiros localizados em Portugal Continental que demonstrem conformidade ambiental, bem como a busca de redução de custos operacionais, conservando, assim, recursos valiosos.

No que diz respeito aos dados analisados e uma vez que, tal como referimos anteriormente, houve um aumento da utilização de plataformas online, considerou-se que se deveria recorrer à Netnografia, na medida em que esta é uma metodologia de análise online. Portanto, vamos recorrer ao NVivo, na medida em que é um programa que tem como objetivo organizar, analisar e encontrar informações no conteúdo online.

Uma vez que 37% dos utilizadores de plataformas online recorrem ao TripAdvisor antes de agendar o voo ou hotel, esta é a plataforma à qual vamos recorrer para retirar os dados que vão ser analisados. Uma vez que existe uma extensa informação online, foi necessário estabelecer um limite de comentários a ser analisados. Portanto, vão ser analisados 18 estabelecimentos hoteleiros e uma vez que existe um curto limite para a realização deste TFM, vão ser analisados os 10 comentários mais recentes dos 18 estabelecimentos escolhidos.

Capítulo 4.

Apresentação e Análise de Dados

4.1. Introdução

Após a apresentação e justificação da metodologia escolhida realizada no capítulo anterior, este capítulo tem como principal objetivo dar a conhecer os resultados obtidos, bem como o modo como foram alcançados. Deste modo, o capítulo tem como principal função dar a conhecer os resultados que nos vão permitir responder à questão de investigação deste TFM.

4.2. Análise da Amostra

Tal como foi referido no capítulo anterior, vão ser analisados os últimos dez comentários realizados na plataforma online: TripAdvisor em estabelecimentos de Ecoturismo certificados pela TÜV.

Esta investigação tem como foco os seguintes objetivos:

1. Identificar as dimensões mais referidas nos comentários em estudo
2. Avaliar se aumento do consumo dos estabelecimentos de ecoturismo subentende que existe uma maior preocupação ambiental dos consumidores
3. Avaliar a existência das principais características do Ecoturismo nos comentários: Natureza, Aprendizagem e Sustentabilidade

Para tal, recorreu-se ao software NVivo que tem como principal objetivo a classificação, seleção e organização das informações da amostra a estudar. No entanto, apesar este programa ter a capacidade de ajudar o investigador a organizar e gerir dados ou facilitar a sua análise, em primeiro lugar o investigador deve codificar os dados e desenvolver temas ou categorias. É, assim, uma análise subjetiva em que é possível um maior envolvimento do investigador (Sotiriadou et al., 2014).

Desta forma, foi realizada, em primeiro lugar, uma análise manual dos comentários, de modo a entender quais eram as dimensões mais referidas. Foi possível concluir que as variáveis identificadas, iam ao encontro da investigação levada a cabo por Ruhanen (2019), tendo sido necessário fazer algumas alterações no que diz respeito ao que era inserido em cada uma das dimensões (Tabela 4).

Dimensões de destaque	Descrição
<p><u>Funcionários</u></p> <p>NOTA: Inclui funcionários da dimensão “Alimentação e Bebidas”</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Simpatia • Atitudes • Interações • Conhecimento • Informação disponibilizada
<p><u>Instalações</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acessos ao alojamento • Descrição das instalações (Limpeza, conforto, etc.) • Infraestruturas “extra” (Piscinas, Ginásio) • Decoração • Estado de conservação

	<ul style="list-style-type: none"> • Espaço envolvente (Vista, por exemplo)
<u>Localização/Envolvente</u> NOTA: Exterior ao estabelecimento	<ul style="list-style-type: none"> • Instalações próximas (Praias ou estacionamento, por exemplo) • Beleza • Panorama • Natureza
<u>Alimentação e Bebidas</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade oferecida • Instalações • Relação qualidade-preço
<u>Atividades</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Atividades próximas (Surf, aluguer de bicicletas, degustação de vinhos, por exemplo) • Aprendizagem sobre a natureza
<u>Experiência</u>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de relaxamento • Recomendações para o futuro • Possibilidade de regresso • Relação qualidade-preço
<u>Sustentabilidade</u>	

TABELA 4:
 Descrição das dimensões de análise

Durante a análise realizada manualmente, foi, ainda, tida em conta a dimensão de Sustentabilidade, uma vez que, tal como referida anteriormente, por Beaumont (1998), esta é uma das características essenciais no que toca ao Ecoturismo. Para além da Sustentabilidade, também é referida a Natureza e a Aprendizagem que se encontram inseridas nas dimensões da Localização/Envolvente e em Atividades, respetivamente.

4.3. Apresentação de Resultados

Após a análise manual, foi possível concluir que, dos 180 comentários, deviam ser excluídos 10, na medida em que 9 desses comentários eram destinados à avaliação do restaurante e 1 deles apenas tinha ido visitar o estabelecimento, ou seja, não havia uma avaliação do estabelecimento enquanto estadia.

De seguida, os comentários que iriam ser, efetivamente, analisados foram copiados para um documento Word, na medida em que as páginas retiradas da Internet obtinham informações que poderiam enviesar os resultados obtidos.

Após a análise manual foi possível entender quais eram os nós e os sub-nós que deveriam ser criados no NVivo. Foram, assim, criados 20 códigos com base no que foi mais observado na análise manual, mas também nas características essenciais do Ecoturismo. A Tabela 5 dá a conhecer quais as dimensões criadas, bem como o número de referências que foram encontradas em cada uma das delas:

Número de referências encontradas segundo dimensões de análise

• Alimentação e Bebidas	117
○ Relação qualidade-preço	4
• Atividades	13
○ Aprendizagem sobre a natureza	0
• Experiência	102
○ Capacidade de relaxamento	26
○ Possibilidade de regresso	40
○ Relação qualidade-preço	19
• Funcionários	142

• Instalações	262
○ Acessos	4
○ Conforto	40
○ Decoração/Cenário estabelecimento	16
○ Envolvente	40
○ Comodidades (piscina, spa, ginásio, etc.)	96
○ Limpeza	55
• Localização/Envolvente (externo ao estabelecimento)	82
○ Comodidades próximas (estacionamento próximo, restaurantes, etc.)	10
○ Natureza (praia, campo, etc.)	27
• Sustentabilidade	9

TABELA 5:
Número de referências encontradas segundo dimensões de análise

Desta forma, foram identificadas 1102 referências e, tal como observamos no gráfico 4, a dimensão das Instalações destaca-se das restantes, no entanto já seria de esperar na medida em que a descrição dos quartos, limpeza, comodidades como piscina, spa ou ginásio se inserem nesta dimensão. Seguem-se as dimensões de Funcionários que diz respeito às atitudes, ao serviço disponibilizado nos estabelecimentos hoteleiros estudados, etc. A rubrica da Alimentação e Bebidas surge em terceiro lugar com 16%, a Experiência e Localização são as dimensões seguintes.

As rubricas das Atividades e da Sustentabilidade, por outro lado, registaram valores de 2% e 1%, respetivamente o que nos faz concluir que os critérios chave do Ecoturismo como Aprendizagem sobre a Natureza ou a Sustentabilidade não são muito referidos nos comentários.

4.3.1. Instalações

Esta dimensão tem como principal objetivo estudar o “interior” dos estabelecimentos hoteleiros. Aqui, inserem-se temas como a Limpeza do estabelecimento como um todo (incluindo quartos, piscina, etc.), Conforto, a Decoração, os Acessos ao alojamento ou, ainda, comodidades do estabelecimento hoteleiro como: piscinas, spa, ginásio, etc. Esta dimensão, tal como seria de esperar, é a mais destacada pelos clientes, uma vez que é aquela que agrega mais variáveis, mas também é aquela que tem em conta as variáveis que os consumidores mais procuram quando “saem de casa”, nomeadamente as piscinas, spa, mas em que a limpeza e o conforto são muito importantes.

Das variáveis que se inserem nesta dimensão destaca-se a referência às comodidades como 37%, limpeza com 21% e a envolvente e conforto com 15% (Gráfico 5).

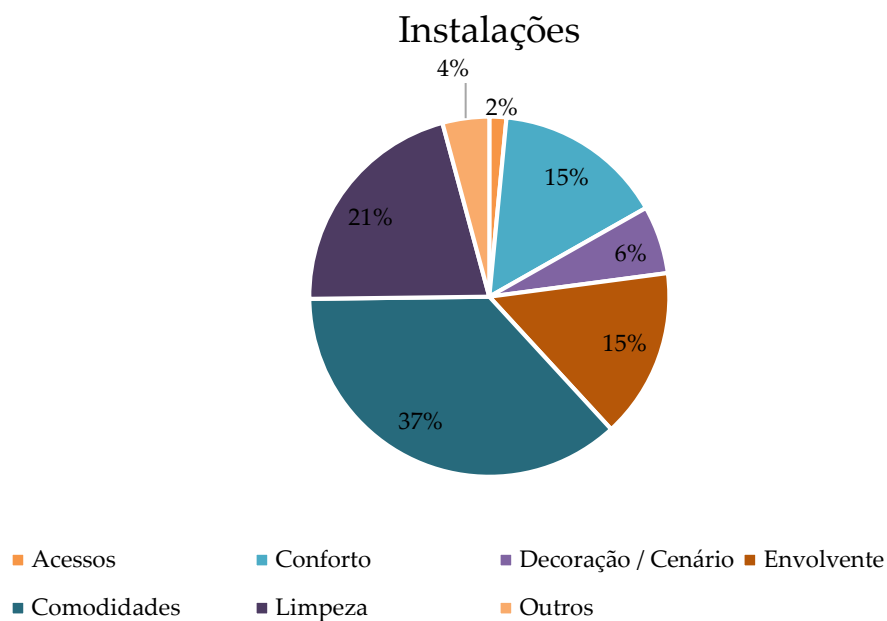


GRÁFICO 5:

Referências na dimensão Instalações em termos de sub-nós (em percentagem)

A matriz disponibilizada pelo NVivo dá-nos a conhecer as 100 palavras mais utilizadas na dimensão Funcionários. Tal como é possível entender pela Ilustração 3, destacam-se palavras relacionadas com a simpatia dos funcionários, o “profissionalismo”, “disponibilidade” ou “atencioso”. Existe, ainda, um claro destaque da palavra “receção” o que nos faz crer que o serviço que é disponibilizado na entrada ou saída de um estabelecimento hoteleiro tem particular importância nos comentários realizados após a estadia.

4.3.3. Alimentação e Bebidas

Tal como o nome indica, esta dimensão insere tudo o que se encontra relacionado com as refeições: pequenos-almoços, almoços ou jantares.

Apesar de termos criado um sub-nó nesta dimensão para avaliar referência dos consumidores relativamente à Relação Qualidade-Preço, esta mostrou ter um peso irrelevante nos comentários (aproximadamente 3%). Nesta dimensão, surge como principal destaque a variedade ou a qualidade que é fornecida pelo estabelecimento em causa:

- “comida variada e diferente de dia em dia”
- “Café da manhã (pequeno almoço): é tanta opção que você até se perde.”
- “Refeições excelentes.”
- “O pequeno almoço que está incluído na estadia é muitíssimo fraco”
- “Só o preço das refeições que achei um pouco caro, mas pela qualidade, valeu a pena.”

4.3.4. Experiência

A Experiência pode ser considerada a “conclusão” da estadia em si, na medida em que os consumidores revelam a satisfação global da experiência.

Tal como é possível entender pelo gráfico 6, 39% das referências registadas na dimensão da Experiência dão a conhecer a possibilidade de regresso ao estabelecimento hoteleiro: “A não voltar.”; “A evitar.”; “Para repetir.”; “iremos com certeza regressar”.

A Capacidade de Relaxamento regista 25%, na medida em que as pessoas procuram “tranquilidade e calma” quando saem do seu lar e não “Música em altos berros até as 2 da manhã sem podermos descansar em paz.”.

Em terceiro lugar surge a Relação Qualidade-Preço, na medida em que os clientes concluem se a estadia valeu a pena, tendo em conta o que foi oferecido e o que tiveram de pagar:

- “não vale o dinheiro pago”
- “valor cobrado por noite foi muito elevado para a oferta apresentada”
- “relação preço/qualidade imbatível na zona.”
- “Vale cada euro gasto.”

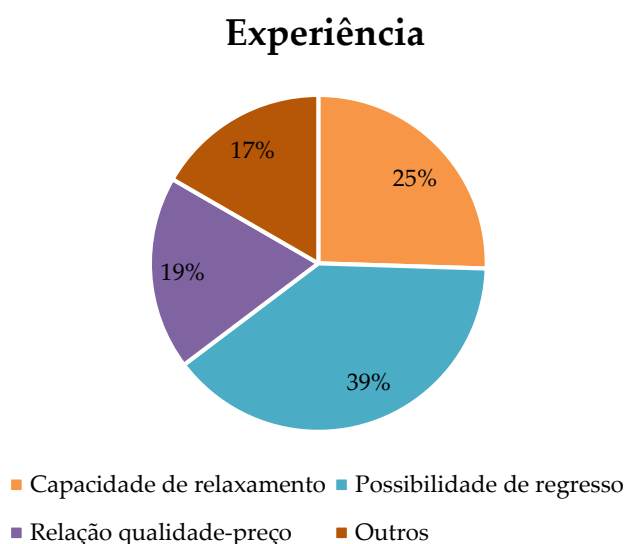


GRÁFICO 6:

Referências na dimensão Experiência em termos de sub-nós (em percentagem)

4.3.5. Localização / Envolverte

Esta dimensão tem como principal objetivo entender se as comodidades que se encontram próximas dos estabelecimentos hoteleiros tiveram peso nos comentários. Destacam-se questões como restauração, shopping, facilidade em estacionamento, etc. É, também, tido em conta o fator Natureza, na medida em que esta é uma das características chave do Ecoturismo, sendo que aqui se destaca a existência de praias, campos, beleza natural ou a possibilidade de contacto com a natureza (ouvir pássaros, por exemplo).

No que diz respeito às comodidades próximas, 12% refere-se à proximidade de “muitos restaurantes, música, lojas para compras” ou “ao centro da cidade e de bons restaurantes”.

33% das referências incluídas na dimensão da Envolverte dizem respeito à Natureza. Tal como é possível perceber pela “Nuvem de Palavras” representadas na Ilustração 4, a palavra “praia” tem uma elevada relevância.

Destacam-se, ainda, as palavras “beleza”, “proximidade”, “contemplação”, “mar” ou “silêncio”.



ILUSTRAÇÃO 4:

"Nuvem de Palavras" - Palavras mais utilizadas no sub-nó "Natureza"

Fonte: NVivo

Através da observação de algumas expressões retiradas desta sub-dimensão podemos concluir que os consumidores apreciam que os estabelecimentos estejam próximos da natureza onde é possível caminhar por zonas pedestres, campos, ver e ouvir o mar ou, simplesmente, disfrutar do silêncio e ouvir os pássaros. É, também, destacada a beleza natural do local (Ilustração 5).

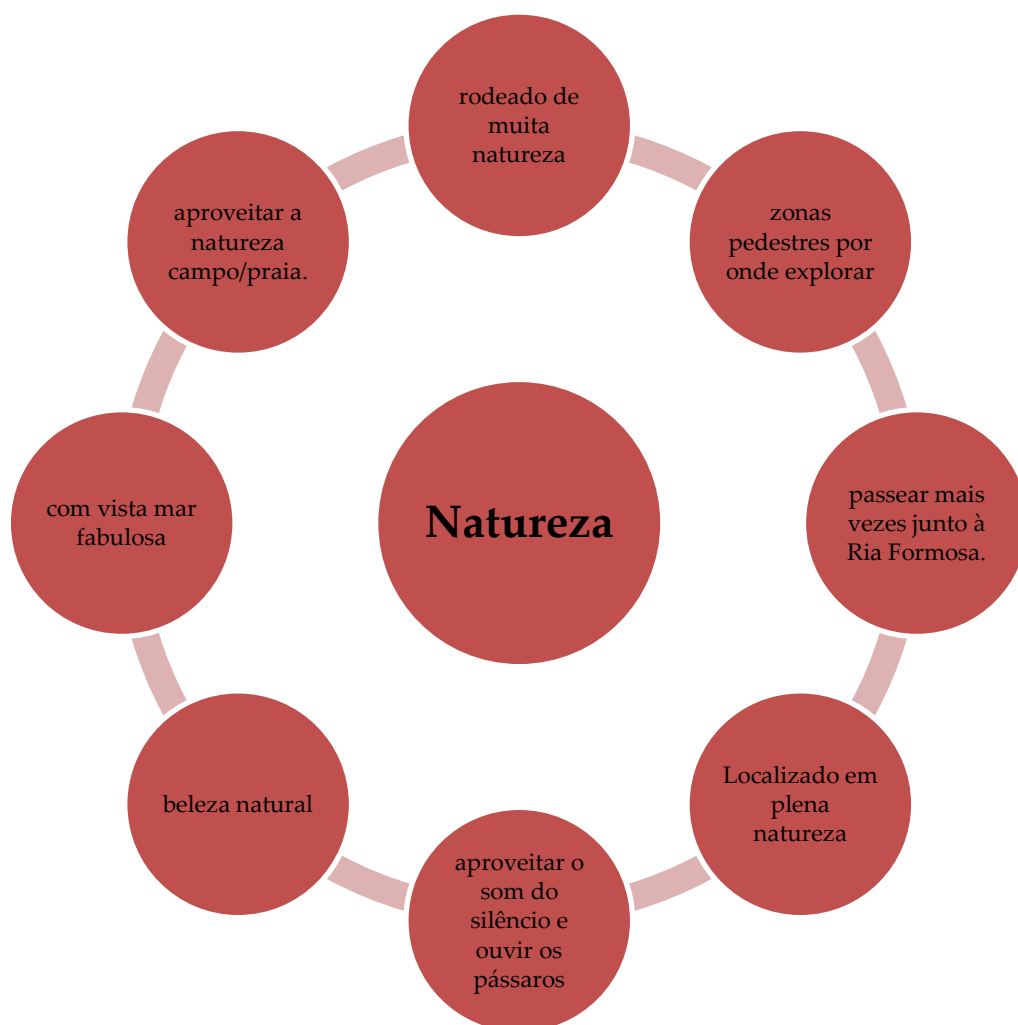


ILUSTRAÇÃO 5:
Exemplo de algumas referências presentes no sub-nó "Natureza"

4.3.6. Atividades

Era importante criar uma dimensão como o objetivo de entender se existem atividades que possam ser realizadas na proximidade dos estabelecimentos hoteleiros ou no seu interior. Assim, aulas de surf, caminhadas, passeios de bicicleta ou prova de vinhos inserem-se nesta dimensão.

Nesta dimensão, foi criado um sub-nó com o objetivo de entender se as atividades que eram referidas se relacionavam de alguma forma com algum tipo de Aprendizagem sobre a natureza, uma vez que o estudo se encontra voltado para o Ecoturismo. No entanto, não foram registradas quaisquer ocorrências nesse sentido.

Desta forma, podemos destacar algumas expressões como:

- “Só pena o arborismo estar em manutenção.”
- “O hotel também empresta aos hóspedes bicicleta e skate. Há também aulas de surf.”
- “Fizemos uma degustação de vinhos da propriedade: uma experiência muito legal!!”
- “para quem pretenda jogar golfe.”

4.3.7. Sustentabilidade

Esta dimensão teve como principal objetivo destacar expressões em que o “eco” era referido. Apesar de ter o destaque de apenas 1%, era importante darmos ênfase a esta variável, na medida em que o nosso estudo se relaciona com o Ecoturismo e temos como objetivo entender se as principais características deste tipo de turismo são, efetivamente, tidas em conta no pós-experiência.

Das 9 referências encontradas nos comentários, alguns deles referem que o estabelecimento tem, efetivamente, preocupações a nível ambiental:

- “Fazem muita poupança a nível de energia e reciclagem.”
- “Instalações efetivamente em ambiente ecológico. Vale a pena para quem gosta de este tipo de turismo. Complexo perfeitamente integrado no ambiente.”
- “Filosofia ecológica com recurso à cortiça no chão dos quartos e na parede.”

No entanto, há quem refira que, apesar de ser “eco”, esse aspeto não se reflete no estabelecimento:

- “Construção pouco sustentável apesar de ser um "ECO Resort".”

Por outro lado, há quem refira que o estatuto de “eco” é apenas utilizado, de forma a fornecer um serviço que não condiz com o preço que é pedido:

- “título da ecologia, é apenas uma desculpa para poderem prestar menos serviços de limpeza e com isso, poupar dinheiro, mas faturando mais aos clientes.”
- “Achei que o eco era algo relativo, não adianta ter frases feitas a relembrar os desperdícios humanos. Seria melhor um foco na limpeza e na comunicação aos hóspedes.”

Existem, ainda, referências que dizem respeito à manutenção da “traça” original do edifício ou a utilização da história do destino para a criação do cenário do estabelecimento hoteleiro:

- “magnífica remodelação de um antigo entroncamento de pesca, mantendo a traça local e uma exemplar "amostra" dos artefactos e artes da pesca e tratamento do atum.”
- “baseado numa aldeia piscatória reconstruída”
- “ótima componente histórica do mesmo.”

4.4. Resumo do Capítulo

Este capítulo teve como principal objetivo dar a conhecer os resultados obtidos na investigação. O software que estamos a utilizar, NVivo, gere e organiza os dados, no entanto, em primeiro lugar, as expressões relevantes devem ser colocadas em “nós” pelo investigador. Assim, numa primeira instância, foi necessária a análise manual do investigador, de modo a entender quais eram as dimensões que mais eram referidas nos comentários e que deveriam ser criadas.

Foram, assim, criados 7 nós de análise: Funcionários, Instalações, Localização/Envolvente, Alimentação e Bebidas, Atividades, Experiência e Sustentabilidade. Uma vez que nos encontramos a estudar um tipo de turismo em particular, Ecoturismo, foi necessário analisar 2 sub-dimensões em específico: Aprendizagem sobre a Natureza e Natureza que estão inseridas na dimensão das Atividades e Localização/Envolvente, respetivamente. No entanto, estas tiveram um peso irrelevante quando comparadas com as restantes dimensões.

Foram criados, ao todo, 20 códigos e identificadas 1.102 referências. Assim, em termos de dimensões, de acordo com o nível de grau de importância, temos: Instalações, Funcionários, Alimentação e Bebidas, Experiência, Localização/Envolvente, Atividades e, por fim, a Sustentabilidade por ordem decrescente. Por essa razão, algumas palavras como: quarto, limpeza, funcionários, localização e vista são das mais faladas nos comentários.

Em primeiro lugar são referidas as Instalações em que se destacam com um maior número de referências as comodidades e a limpeza. De seguida, surgem os Funcionários em que a palavra receção “salta” à vista, sendo, por isso, bastante referido pelos clientes o modo como são recebidos.

A variável de Alimentação e Bebidas tem como principal objetivo avaliar a variedade e qualidade das refeições oferecidas no estabelecimento hoteleiro. No seguimento da análise das dimensões, surge a variável da Experiência que tem como principal objetivo fazer a “conclusão” da estadia como um todo. Assim, o

sub-nó com uma maior percentagem de referências é a possibilidade de regresso, em que os consumidores referem a sua vontade em voltar ao estabelecimento.

A Localização/Envolvente tem como principal propósito analisar a avaliação realizada pelos consumidores no que diz respeito à beleza natural, natureza, vista ou proximidade da praia e do campo. Esta é uma variável que analisa, apenas, o que é “visto” desde o exterior do estabelecimento em questão.

Seguidamente, surgem as Atividades que são possíveis ser realizadas tanto no interior como nas proximidades do estabelecimento. Por fim, apesar do seu pouco peso nas referências, considerou-se que era relevante analisar o critério da Sustentabilidade. Nesta dimensão são referidos aspetos acerca da posição do estabelecimento hoteleiro para com o ambiente, sendo que as principais variáveis referidas passam pela avaliação que é feita pelos consumidores no que toca à existência ou não de preocupação ambiental do estabelecimento hoteleiro, ao facto do aspeto “eco” estar ou não presente, bem como o entendimento no que toca ao estatuto “eco” estar a ser utilizado de modo a oferecer um serviço não condizente com o preço. Existem, ainda, referências da manutenção da “traça” das instalações, bem como a utilização da história do local para a criação de todo o cenário presente no estabelecimento hoteleiro.

Capítulo 5.

Discussão e Conclusões

5.1. Introdução

O âmbito deste TFM passava pela identificação das principais dimensões discutidas nos comentários. Portanto, após a apresentação dos resultados obtidos no capítulo anterior, é importante, agora, discutir e proceder às conclusões necessárias tendo em conta os resultados que foram analisados, de modo a dar resposta aos objetivos a que nos comprometemos estudar.

5.2. Discussão dos Resultados Obtidos

Tal como foi possível observar no capítulo anterior, foram destacadas as seguintes dimensões: Instalações, Funcionários, Alimentação e Bebidas, Experiência, Localização, Atividades e Sustentabilidade, de modo a responder aos nossos objetivos de investigação. A escolha destas variáveis teve como base a Revisão da Literatura em que foram analisados 6 estudos que procuraram entender quais eram as variáveis que mais eram utilizadas para avaliar o nível de satisfação do consumidor. Estes passam por autores como: Parasuraman et al. (1988), Akan (1995), Mei et al. (1999), Wei et al. (1999), Pinto (2008) e Ruhanen (2019).

É importante ter em conta que, apesar de existirem denominações iguais/semelhantes entre investigações, estas podem não ter em conta os mesmos temas.

Vamos, assim, começar pela variável que mais foi registada na nossa investigação: Instalações. Esta é uma variável que inclui diversos tópicos, nomeadamente: comodidades, limpeza, envolvente, conforto, decoração, acessos e esteve presente em todos os 6 estudos analisados previamente, apesar da possível existência de uma denominação diferente.

Assim, Parasuraman et al. (1988) desenvolvem um modelo: SERVQUAL em que não dão elevada importância a esta dimensão - Tangíveis, no entanto, no estudo de Akan (1995), os consumidores dão um elevado destaque a temas relacionados com o quarto, espaços públicos, bem como a Limpeza. Segundo Mei et al. (1999), apesar de a variável Tangíveis não ser a mais importante, os autores também dão um lugar de destaque a esta variável.

Tal como nos resultados obtidos na nossa investigação, Wei et al. (1999), apesar de ter dividido o mobiliário do quarto das restantes instalações, tanto os clientes como os gerentes consideram que as variáveis das instalações e do mobiliário de quarto têm uma importância elevada. De seguida, surge o estudo de Pinto et al. (2008) em que, ao contrário da nossa investigação, dividiram temas como Higiene e Limpeza, Decoração, Conforto e Quarto, sendo que a Higiene e Limpeza revelam ter grande importância ao contrário da Decoração que é dos aspetos que menos satisfaz os inquiridos. No estudo de Ruhanen (2019), as Instalações surgem em segundo lugar.

Sendo assim, de uma maneira geral, é consensual que as Instalações são das variáveis com um maior destaque no que toca à satisfação dos clientes.

De seguida, surge a dimensão Funcionários na nossa investigação. Esta é uma variável que se relaciona com o serviço oferecido, em que se dá destaque às características dos funcionários: simpatia, disponibilidade ou profissionalismo, por exemplo. Todos os autores que estudamos tiveram em conta estas variáveis, sendo que maior parte das variáveis do modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) se referem aos Funcionários: Confiabilidade, Capacidade de resposta,

Garantia (Credibilidade, Segurança, Competência, Cortesia) e Empatia (Comunicação, Conhecimento/compreensão do cliente, Acessibilidade). Também o estudo realizado por Akan (1995) vai de encontro ao modelo de SERVQUAL, na medida em que considera que as características do pessoal são o atributo mais importante para os clientes na percepção de qualidade de serviço.

Segundo Wei et al. (1999), as atitudes dos funcionários revelam a posição de menor destaque, assim como a eficiência de atendimento no balcão da receção. Este facto vai contra o que a investigação levada a cabo neste TFM concluiu, na medida em que considera os Funcionários como a segunda dimensão mais importante e dá, ainda, um especial destaque à palavra “receção”. Por outro lado, tanto Pinto & Oliveira (2008) como Ruhanen (2019) consideram a variável dos Funcionários como sendo a variável que mais satisfaz os inquiridos.

Em terceiro lugar surge a dimensão da Alimentação e Bebidas que tem como principal objetivo avaliar a qualidade e variedade da alimentação que é oferecida. Nos estudos realizados por Parasuraman et al. (1988) e Akan (1995) não é dada relevância a esta dimensão, ao contrário de autores como Wei et al. (1999), Pinto & Oliveira (2008) e Ruhanen (2019), uma vez que estes não se baseiam no modelo SERVQUAL. Mei et al. (1999), por outro lado, baseia-se no modelo proposto por Parasuraman et al (1988), no entanto insere esta dimensão nos Tangíveis.

De seguida, surge a dimensão da Experiência que é uma espécie de “conclusão” da estadia em que os clientes têm como principal objetivo dar a conhecer a satisfação em termos globais do estabelecimento hoteleiro. Nesta dimensão, foram analisados alguns aspetos em específico, nomeadamente: Possibilidade de regresso, a Capacidade de relaxamento e a Relação qualidade-preço. No modelo SERVQUAL de Parasuraman et al. (1988) podemos considerar que a variável Credibilidade se encontra relacionada com esta dimensão, na medida em que esta procura entender se os interesses e objetivos dos clientes são atendidos, assim como perceber se o nome e reputação do serviço em causa é

mantido. Tal como foi referido no comentário seguinte, por exemplo, em que o nome do estabelecimento não se ajustava à realidade que se vivenciou: “caso o valor da tarifa aplicada (105€/quarto duplo) e a designação de Charm Hotel estivessem ajustados à realidade, tudo teria corrido dentro do expectável e eu não teria ficado com a sensação de "ficou aquém das expectativas"!”.

Dos restantes autores, apenas Mei et al. (1999), não teve em consideração nenhum tema relacionado com esta dimensão. Os restantes autores – Akan (1995), Wei et al. (1999), Pinto & Oliveira (2005) e Ruhanen (2019) – deram relevância à perceção de valor/preço, tal como foi estudado neste TFM em que os consumidores “concluem” se o preço praticado condiz, efetivamente, com o serviço prestado.

Na quinta posição surge a Localização/Envolvente que teve como principal objetivo, neste TFM, estudar o exterior dos estabelecimentos hoteleiros, segundo as comodidades presentes nas suas proximidades como: restauração, shopping, estacionamento e segundo a natureza na sua envolvência: praia, campos, beleza natural. A variável Localização apenas está presente nos estudos levados a cabo por Wei et al. (1999), sendo que não revela ter grande importância, nem para os clientes nem para os gerentes. Por outro lado, a sub-variável Natureza encontra-se presente no estudo de Ruhanen (2019) surgindo em terceiro lugar e à frente de variáveis como: Alimentação, Aprendizagem ou Experiência, sendo, por isso, dada uma elevada relevância. Através dos comentários que foram analisados foi possível compreender que os consumidores deram particular importância ao contacto que lhes foi proporcionado com a fauna e flora do local. Contrariamente ao estudo realizado neste TFM em que este tema não foi referido em nenhum dos comentários.

No que diz respeito às últimas 2 dimensões que tiveram destaque na nossa investigação, estas apenas foram referidas no estudo de Ruhanen (2019). Tal como referimos anteriormente, esta é uma investigação crucial para o

desenvolvimento deste TFM, na medida em que os objetivos em vista são semelhantes e se destina à avaliação das variáveis com maior destaque em estabelecimentos de Ecoturismo.

No estudo levado a cabo neste TFM, procuramos entender se na variável Atividades, estava presente alguma alusão a atividades ou algum tipo de aprendizagens relacionadas com a natureza. No estudo de Ruhanen (2019) foi possível verificar que existem inúmeras referências que dizem respeito ao contacto com os animais e à aprendizagem que os anfitriões lhes proporcionaram acerca das espécies que lá se encontravam. Por outro lado, as referências que foram observadas ao longo deste TFM, apesar de não se relacionarem com a fauna do local de destino, algumas referências relacionam-se com a prova de vinhos em que “foi explicado o processo de elaboração dos mesmos, sempre com grande sorriso e respondendo a todas as questões.”. Existe, assim, uma referência ao Enoturismo que proporciona aos visitantes vivenciar a cultura e a tradição local, percebendo a importância histórica desta atividade agrícola na região em questão.

Por último, surge a dimensão da Sustentabilidade que não foi observada em nenhum dos estudos anteriores, no entanto era importante para o desenvolvimento deste TFM, uma vez que, no caso particular do Ecoturismo, segundo Beaumont (1998), Blamey (1995) e Weaver (2008), este é entendido por diversas entidades como tendo três critérios essenciais.

Tal como Pires (1998) referiu, o Ecoturismo deve comprometer-se com a sustentabilidade em termos ambientais, sociais, culturais e económicos. Para além disso deve preocupar-se em proporcionar educação ambiental, despertar a consciência ecológica, bem como envolver as comunidades locais. Por esta razão, houve a necessidade de analisar de perto algumas referências que foram retiradas dos comentários em estudo que revelavam a existência de alguns aspetos que definem o Ecoturismo. Destacaram-se, assim, questões relacionadas

com a preocupação ambiental ou a utilização da história do local de destino que demonstra que existiu uma preocupação na manutenção da cultura da região em questão.

Esta dimensão, tal como referimos anteriormente, apenas registou 1% do total das referências que foram analisadas, sendo, por isso, possível concluir que o aspeto “eco” não é um tema de análise comum nos comentários realizados pelos consumidores de Ecoturismo após a sua experiência.

5.3. Principais Conclusões

Tal como referimos anteriormente, este TFM tinha como principais objetivos:

1. Identificar as dimensões mais referidas nos comentários em estudo
2. Avaliar se aumento do consumo dos estabelecimentos de Ecoturismo subentende que existe uma maior preocupação ambiental dos consumidores
3. Avaliar a existência das principais características do Ecoturismo nos comentários: Natureza, Aprendizagem e Sustentabilidade

Após a análise dos dados obtidos foi possível chegar a algumas conclusões. Assim, e no que diz respeito ao primeiro objetivo, tal como já foi referido, as Instalações e os Funcionários são as variáveis que mais se destacaram nos comentários. Seguiram-se a Alimentação e Bebidas, Experiência, Localização, Atividades e, por fim, a Sustentabilidade.

Tal como é possível compreender pela hierarquia das variáveis que estudamos, o consumo de estabelecimentos hoteleiros não subentende que existe, efetivamente, uma preocupação ambiental por parte dos consumidores. A variável que nos dá informação deste tema – Sustentabilidade – apenas registou 1% do total de referências. Apesar de existirem algumas evidências de que a

cultura do destino é mantida (“magnífica remodelação de um antigo entroncamento de pesca, mantendo a traça local e uma exemplar “amostra” dos artefactos e artes da pesca e tratamento do atum.”) ou o ambiente é conservado (“Complexo perfeitamente integrado no ambiente.”), estes temas não são muito referidos pelos consumidores. Portanto, a estadia num estabelecimento de Ecoturismo, não subentende que existe uma preocupação ambiental por parte dos consumidores.

Portanto, estas conclusões vão ao encontro dos estudos de Sharpley (2006) e Beaumont (2011), uma vez que, tal como Sharpley (2006) referiu, embora a procura por experiências de Ecoturismo esteja a aumentar, não é garantido que esse aumento esteja associado à preocupação ambiental dos clientes. Também Beaumont (2011) refere que o critério de sustentabilidade não se encontra presente na tomada de decisão dos ecoturistas ou não ecoturistas.

Por fim, é importante avaliar se as principais características do Ecoturismo são referidas nos comentários. Tal como foi possível apurar, as três características: Natureza, Aprendizagem e Sustentabilidade são avaliadas pelas últimas dimensões da hierarquia obtida. Dado este facto, podemos concluir que as três características em questão não tiveram muita relevância nos comentários analisados.

A dimensão da Localização dá-nos a conhecer a perspetiva que os consumidores tiveram sobre a Natureza e, tal como foi possível apurar, esta dimensão diz respeito a 11% das referências. Portanto, apesar de esta característica estar presente nos comentários em estudo, não é das que mais se destaca.

De seguida, surge a dimensão das Atividades em que, tal como foi possível concluir, não existiram atividades relacionadas com a fauna e a flora do local, existindo apenas referências a atividades que são possíveis de realizar nas imediações do local, nomeadamente: surf, caminhadas ou prova de vinhos. A prova de vinhos, apesar de não ser uma aprendizagem sobre a natureza, é uma

aprendizagem que se encontra relacionada com recursos disponíveis na região, existindo, portanto, a participação das comunidades locais, bem como a referência à cultura do local em questão.

Por fim, e tal como já foi possível referir, o critério da sustentabilidade diz respeito à satisfação das necessidades do presente sem que as do futuro sejam comprometidas. Este aspeto encontra-se presente em apenas uma referência: “Fazem muita poupança a nível de energia e reciclagem.”, revelando uma preocupação para com o meio ambiente e a existência de uma maior eficiência na utilização dos recursos. No entanto é um aspeto que, basicamente, não se encontra presente nos comentários dos consumidores analisados.

Desta forma, é possível concluir que é dada relevância ao aspeto da Natureza, contrariamente ao que acontece à Aprendizagem e Sustentabilidade.

5.4. Limitações da Investigação

Durante a investigação, fomos sujeitos a inúmeras dificuldades, particularmente no que toca à metodologia escolhida.

Uma das principais limitações desta investigação foi alcançar o número de estabelecimentos hoteleiros que tínhamos definido como necessários e que são certificados pela TÜV Rheinland. De modo a colmatar este problema, recorreu-se ao contacto direto com a instituição, de modo a obter uma lista dos estabelecimentos hoteleiros que se encontram certificados como “eco”. No entanto, a listagem que nos foi fornecida englobava todo o tipo de certificações que a instituição TÜV detém. Portanto, com a ajuda da informação fornecida, foi necessário fazer uma pesquisa nos sites dos estabelecimentos hoteleiros para verificar se tinham, efetivamente, a certificação em causa. Quando não foi possível obter esta informação, recorreu-se ao contacto direto com os estabelecimentos hoteleiros.

Recolhida a amostra, foi necessário importá-la para o NVivo, tendo sido esta uma tarefa simples. No entanto, o NVivo, apesar de organizar a informação que lhe é transmitida, isto apenas é possível após a codificação dos dados. Esta é uma tarefa trabalhosa e demorada. Para além disso, e uma vez que a maioria do trabalho depende do investigador, o estudo acaba por se tornar um pouco subjetivo. Ao longo dos anos, o indivíduo cria as suas próprias crenças e valores, de acordo com a sua experiência o que faz com que a análise dos dados se baseie na forma como o investigador interpreta o que está a ler.

5.5. Recomendações para Investigação Futura

Uma vez que este estudo passa pela análise de comentários, não foi possível compreender se os consumidores sabiam, efetivamente, que estavam perante um estabelecimento de Ecoturismo.

Portanto, penso que seria interessante haver um contacto mais direto com os consumidores deste tipo de turismo, de modo a fazer perguntas mais diretas que nos permitam perceber se o consumidor tem, efetivamente, uma preocupação em termos ambientais.

Para além disso, nesta investigação considerou-se que os principais critérios do Ecoturismo estavam subentendidos, uma vez que os estabelecimentos hoteleiros analisados são detentores de uma certificação de “eco-hotel” reconhecida a nível internacional. Era interessante, no entanto, questionar os consumidores, de modo a entender se os critérios de Natureza, Aprendizagem e Sustentabilidade são transmitidos ou se são visíveis aos olhos do consumidor.

Referências

Akan, P. (1995). Dimensions of service quality: A study in Istanbul. *Managing Service Quality: An International Journal*, 5(6), 39–43. <https://doi.org/10.1108/09604529510796575>.

Akis, A. (2011). The effects of mass tourism: A case study from Manavgat (Antalya - Turkey). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 19, 289–296. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.134>.

Almeida, C., & Costa, C. (2012). A operação das companhias aéreas de baixo custo na Europa: o caso da Ryanair. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(17), 387–402. <https://tinyurl.com/sg88ycl>.

Ashley, C., Brine, P. De, Lehr, A., & Wilde, H. (2007). The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity. *The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity*, 11–15. <https://tinyurl.com/vjhddv2>.

Azam, M., Alam, M. M., & Haroon Hafeez, M. (2018). Effect of tourism on environmental pollution: Further evidence from Malaysia, Singapore and Thailand. *Journal of Cleaner Production*, 190, 330–338. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.04.168>.

Beaumont, N. (2011). The third criterion of ecotourism: Are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? *Journal of Ecotourism*, 10(2), 135–148. <https://doi.org/10.1080/14724049.2011.555554>.

Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents, a case studies in Santa Marta, Columbia. *Annals of Tourism Research*, 7, 83-101. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(80\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(80)80008-9).

Bohdanowicz, P., Zientara, P., Novotna, E., 2011. International hotel chains and environmental protection: an analysis of Hilton's we care! programme (Europe, 2006–2008). *J. Sustain. Tour.* 19, 797–816. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2010.549566>.

Butler, R. W. (2004). Geographical research on tourism, recreational and leisure: origins, eras and directions. *Tourism Geographies*, 6, 143–162. <https://doi.org/10.1080/1461668042000208453>.

Campilho, P. (2014). O Impacto das Companhias Aéreas Low Cost na Dinâmica Económica do Turismo Regional. 124. Retrieved from <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/77379/2/33525.pdf>

Ceballos-Lascuráin, H. (1996) *Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism around the World and Guidelines for Its Development*. IUCN Publications, Cambridge, 301. <http://dx.doi.org/10.2305/iucn.ch.1996.7.en>

Crotts, J. (1999). Consumer decision making and prepurchase information search. In Y. Mansfield, & A. Pizam (Eds.). *Consumer behaviour in travel and tourism* (pp. 149–168). New York: Haworth Press.

Der Spiegel Staff (2018). How Tourists Are Destroying the Places They Love. *Spiegel International*. Acesso em: 2019/10/02. Disponível em: <https://www.spiegel.de/international/paradise-lost-tourists-are-destroying-the-places-they-love-a-1223502.html>.

Dias, T. (2018). O Impacto das Redes Sociais e de Websites de Reviews Online no Alojamento Hoteleiro. Universidade Europeia. <https://tinyurl.com/w76gzfx>.

Ferreira, A. I. G. (2016). Cidade e turismo: contributo para uma avaliação crítica, o caso de estudo da Mouraria. <https://tinyurl.com/sb5s877>.

Günther, H. (2006). Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: Esta é a questão? *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 22(2), 201–210. <https://doi.org/10.1590/s0102-37722006000200010>.

Gyr, U. (2008). The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity. European History Online. <https://dnb.info/1020543884/34%0Ahttp://ieg.eu/threads/europe-on-the-road/the-history-of-tourism>

Higham, J., Cohen, S.A., Cavaliere, C.T., Reis, A., Finkler, W., 2016. Climate change, tourist air travel and radical emissions reduction. *J. Clean. Prod.* 111 (Part B), 336-347. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.10.100>

Hsu, P.H., 2019. Economic impact of wetland ecotourism: an empirical study of Taiwan's Cigu Lagoon area. *Tour. Manage. Perspect.* 29, 31-40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.003>.

Hudman, L. & Jackson, R. (2003). *Geography of Travel and Tourism*. 4ª Edição. London. Thomson Learning Ed. 534 pages.

Instituto Nacional de Estatística. 2019. Estabelecimentos hoteleiros (N.º) por Localização Geográfica (NUTS-2013) e Tipo (Estabelecimento Hoteleiro). Acesso em: 2019/12/01. Disponível em: www.ine.pt.

Jansson, A. (2018). Rethinking post-tourism in the age of social media. *Annals of Tourism Research*, 69(January), 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.01.005>

José Castro, P., & Ana Patrícia, O. (2008). Determinantes na satisfação de clientes em hotéis de cinco estrelas em Portugal. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 47–55. Retrieved from http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-44642008000200006&lang=pt

Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Tourism Research*, 36, 3-11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>.

Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). *How does tourism in a community impact the quality of life of community residents?* *Tourism Management*, 36, 527–540. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.005>

Kozinets, R. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61–72. <https://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>.

Lonn, P., Mizoue, N., Ota, T., Kajisa, T., Yoshida, S., 2018. Evaluating the contribution of community-based ecotourism (CBET) to household income and livelihood changes: a case study of the chambok CBET program in Cambodia. *Ecol. Econ.* 151, 62-69. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2018.04.036>.

Maia, V., Santos, P. M., Pinto, C. (2018). Reabilitação urbana: O negócio louco que está a dar milhões. *Exame*. Acesso em: 2019/10/03. Disponível em: <https://visao.sapo.pt/exame/2018-02-25-reabilitacao-urbana-o-negocio-louco-que-esta-a-dar-milhoes/>.

Mei, A., Dean, A., & White, C. (1999). Analysing service quality in the hospitality industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 9(2), 136–143. <https://doi.org/10.1108/09604529910257920>

Melnyk, S.A., Sroufe, R.P., Calantone, R., 2003. Assessing the impact of environmental management systems on corporate and environmental performance. *J. Oper. Manag.* 21, 329–351. [http://dx.doi.org/10.1016/S0272-6963\(02\)00109-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0272-6963(02)00109-2).

Mendes, L. (2014). Gentrificação e políticas de reabilitação urbana em Portugal: uma análise crítica à luz da tese rent gap de Neil Smith. *Cadernos Metrópole*, 16(32), 487–511. <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2014-3209>

Mill, R. & Morrison, A. (1992). *The Tourism System: Na Introductory Text*. Prentice-Hall International, Inc.

NVivo. 2020. *NVivo*. Acesso em: 2020/02/08. Disponível em <http://www.qsrinternational.com/nvivo-portuguese>.

OJE Staff (2015). Fernando Lamares, diretor-geral da TÜV Rheinland Portugal: Cumprimento de regras técnicas de cada país é o “calcanhar de Aquiles” das empresas que internacionalizam. *O Jornal Económico*. Acesso em: 2020/02/01. Disponível em: <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/fernando-lamares-diretor-geral-da-tuv-rheinland-portugal-cumprimento-de-regras-tecnicas-de-cada-pais-e-o-calcanhar-de-aquiles-das-empresas-que-internacionalizam-26026>.

Osman, T., Shaw, D., Kenawy, E., 2018. Examining the extent to which stakeholder collaboration during ecotourism planning processes could be applied within an Egyptian context. *Land Use Policy* 78, 126-137. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2018.06.043>.

Parasuraman, A., V, Z., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of Service Quality. *J Retailing*, 6(January), 12–37. <https://tinyurl.com/y258pttn>.

Pinto, J. C., & Oliveira, A. P. (2008). Determinantes na satisfação de clientes em hotéis de cinco estrelas em Portugal. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 7(2), 47–55. http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1645-44642008000200006&lng=pt&nrm=iso

Pires, P. dos S. (1998). A Dimensão Conceitual do Ecoturismo. *Turismo - Visão e Ação*, 1(1), 75–92. <http://dx.doi.org/10.14210/rtva.v1n1.p75-92>.

Rahman, I., Reynolds, D., Svaren, S., 2012. How green are North American hotels? An exploration of low-cost adoption practices. *Int. J. Hosp. Manag.* 31, 720–727. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.09.008>.

Ramos, D. M., & Costa, C. M. (2017). Turismo: Tendências De Evolução. *PRACS: Revista Eletrônica de Humanidades Do Curso de Ciências Sociais Da UNIFAP*, 10(1), 21. <https://doi.org/10.18468/pracs.2017v10n1.p21-33>

Ribeiro, S. S. (2019). Alterações climáticas, poluição e excesso de turismo: Índice mostra países em risco. *Sapo Viagens*. Acesso em: 2019/11/20. Disponível em: <https://viagens.sapo.pt/viajar/viajar-mundo/artigos/estudo-revela-que-portugal-e-o-destino-europeu-mais-ameacado-de-extincao>.

Ruhanen, L. (2019). The prominence of eco in ecotourism experiences: An analysis of post-purchase online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39 (October 2018), 110–116. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.006>

Santos, C. B. N. (2005). Gestão Ambiental em Empreendimentos Hoteleiros: Estudo de Casos Múltiplos. 1–12. <https://tinyurl.com/sngxw2p>.

Scheyvens, R. (2015). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(APRIL 1999), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)

Shahbaz, M., Solarin, S.A., Sbia, R., Bibi, S., 2015. Does energy intensity contribute to CO 2 emissions? A trivariate analysis in selected African countries. *Ecol. Indicat.* 50, 215-224. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2014.11.007>.

Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A consumption perspective. *Journal of Ecotourism*, 5(1–2), 7–22. <https://doi.org/10.1080/14724040608668444>

Sotiriadou, P., Brouwers, J., & Le, T. A. (2014). Choosing a qualitative data analysis tool: A comparison of NVivo and Leximancer. *Annals of Leisure Research*, 17(2), 218–234. <https://doi.org/10.1080/11745398.2014.902292>

Sriarkarin, S., Lee, C.H., 2018. Integrating multiple attributes for sustainable development in a national park. *Tour. Manage. Perspect.* 28, 113-125. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.007>.

Tavakoli, R., & Mura, P. (2018). Netnography in tourism – Beyond Web 2.0. *Annals of Tourism Research*, 73(May), 190–192. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.06.002>.

The International Ecotourism Society. 2019. *What is Ecotourism*. Acesso em: 2019/10/03. Disponível em <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>.

Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: a comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29, 231-253. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1).

TripAdvisor. (2018) *Majority of Global Online Travel Buyers Visit TripAdvisor before Booking a Hotel or Flight, According to New Study*. <http://ir.tripadvisor.com/node/15801/pdf>.

Tseng, M. L., Lin, C., Remen Lin, C. W., Wu, K. J., & Sriphon, T. (2019). Ecotourism development in Thailand: Community participation leads to the value of attractions using linguistic preferences. *Journal of Cleaner Production*, 231, 1319–1329. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.305>.

Turismo de Portugal Staff (2019). WTTC destaca Portugal como o país europeu com maior crescimento no setor do turismo. *Turismo de Portugal*. <https://www.turismodeportugal.pt/pt/Noticias/Paginas/wttc-destaca-portugal-como-pais-europeu-com-maior-crescimento-turismo.aspx>.

TÜV Rheinland. 2020. *Certificação Eco-Hotel*. Acesso em: 2020/10/08. Disponível em www.tuv.com.

UNWTO. (2019). International Tourism Highlights International tourism continues to outpace the global economy. 1–24. <https://doi.org/https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152?download=true>

UNWTO. (2019). Travel & Tourism – Economic Impact 2019. 1-20. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>

Volo, S. (2010). Bloggers' reported experiences: Their utility as a tourism data source and their effect on prospective tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 297–311. <https://doi.org/10.1177/1356766710380884>.

Wang, Q., Li, X.-Y., Zhang, Z.-T., Tao, Z.-L., Tang, B.-J., 2018. Carbon emissions reduction in tobacco primary processing line: a case study in China. *J. Clean. Prod.* 175, 18-28.

Wei, S., Ruys, H., & Muller, T. E. (1999). A gap analysis of perceptions of hotel attributes by marketing managers and older people in Australia. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 5(6/7/8), 200–212. <https://doi.org/10.1108/eum000000004574>

Yan, L., Gao, B.W., Zhang, M., 2017. A mathematical model for tourism potential assessment. *Tourism Management*. 63, 355-365. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.07.003>.

Anexos

1. Comentários analisados

NOTA: Os comentários foram transcritos na íntegra para o TFM – Existe a possibilidade da existência de erros ortográficos

1. Um pouco decepcionante

"Fui num fim-de-semana a dois com o meu marido. Um bungalow engraçado, mas no fim de tudo quando havia alguns mais perto dos restaurantes e piscina interior. A limpeza dos bungalows deixa muito a desejar, sendo que até toalhas sujas nos deixaram. Tiveram um grupo grande na mesma altura e não nos avisaram. Música em altos berros até as 2 da manhã sem podermos descansar em paz. O que lhes vale é um staff que embora jovem é supersimpático e pronto a ajudar. Não vou voltar. Se em época baixa o serviço é assim nem quero ver com aquilo cheio..."

2. Dias de descanso em família

"Espaço fantástico para passar uns dias tranquilos rodeado de muita natureza e muita oferta para toda a família. De realçar o parque infantil para todas as idades. Faz-nos sentir crianças novamente. Piscina de ondas coberta assim como piscina gigante (100m) exterior. Só pena o arborismo estar em manutenção."

3. Péssima experiência em família

"Fui para o zmar descansar com duas crianças e tive de ouvir música aos berros até 2h da manhã. Tentei ligar para todos os números disponíveis do zmar e ninguém atende. Se houver uma urgência nem quero pensar o que pode acontecer. À décima tentativa, atenderam da portaria e disseram que havia um evento exterior???? É que nada podiam fazer e se eu quisesse que fosse à receção (que não me atendeu nunca o telefone) fazer uma reclamação.... teria de me

levantar da cama e deslocar-me com uma temperatura exterior de 5,5 graus????
Pelo que percebi agora o negócio é fazer eventos externos aos hóspedes do Zmar (que não os podem frequentar, mas têm de levar com a música em altos berros até às 2h e depois acordar cedo.... senão não apanham o pequeno almoço aberto, pois este continua disponível apenas até às 10h30).”

4. Instalações interessantes, mas com algumas falhas

"Aspectos positivos: infraestruturas gerais, campo de padel, piscina.

Aspectos negativos: bungalow muito pequeno, jantar buffet excessivamente caro para o que era oferecido (só possível por não haver alternativas perto) agravado pela grande afluência e confusão gerada pelos participantes num evento de uma empresa.”

5. Restaurante muito bom, comida variada e diferente de dia em dia.

"Animação muito boa, até para crianças, visto haver animais. Piscinas boas. Restaurante muito bom, comida variada e diferente de dia em dia. Praias não muito longe e bastante boas.

Podia ter um débito maior de água no chuveiro. Uma janela estava estragada (não fechava). Podia ser mais limpo e ter uma manutenção melhor”

6. Uma experiência deplorável

"Trata-se de uma Infraestrutura muito degradada, com acessos em péssimo estado, com estrada repleta de buracos que danificam as viaturas e tornam verdadeiramente penosa qualquer deslocação no interior do “resort”. No bungalow deparamos com sujidade evidente em todas as divisões, com fungos no wc.... Funcionários anunciam horário de serviços que não corresponde ao horário real, condicionado a escolha da estadia... piscina com horário das 11h às 17h... espaço kids encerrado à 2a e 3a feira...

A tentativa de resolver e/ou reportar a péssima experiência na receção, com o intuito construtivo, acabou por ser apenas mais um aspeto negativo, tendo ficado com a clara sensação de ter sido redondamente ignorado. Pelo descrito, lamento

a má experiência num espaço repleto de potencial... contudo assisti a zero interesse em melhorar a experiência ou mesmo em captar críticas para futuras melhorias, pelo que conto não mais regressar"

7. Se recomendo? Não, não e não!

A nossa experiência no Zmar não foi nada positiva! Desde a estrada que vai da receção ao bungalow ser em terra batida e com muitos buracos, ao péssimo estado de conservação do bungalow, assim como a falta de limpeza. Ficamos na rua 14. Havia ferrugem na casa de banho, bolor na madeira, pó em todo o lado, o vidro da janela partido e uma teia de aranha no lava louça. A cobertura do sofá visivelmente suja. Escolhemos este espaço por tudo aquilo que anunciam que podíamos usufruir e na prática isso não se verificou. À chegada fomos informados na receção de um horário da piscina coberta. Segundo a funcionária abria às 10h, fechando às 19h. Quando lá chegámos havia um papel na porta a informar que o horário era das 11h-17h. Eram 17h30 pelo que não usufruímos da piscina. Questionamos no Bar o preço do jantar e os funcionários não souberam responder de imediato. Questionaram uns aos outros e mesmo assim ainda não sabiam responder. No dia seguinte de manhã dirigimo-nos ao club KIDZ que também de encontrava encerrado. Fecha às 2ª e 3ªfeira. Lamentamos que no site do Zmar não haja informação dos horários dos espaços.

8. Cada vez mais fraco. A não voltar...

À terceira, definitivamente, será a não voltar. Considerarei-me burlado, no que diz respeito ao acordado na reserva, face ao que foi disponibilizado. Os espaços exteriores, denotam a baixa manutenção e a título da ecologia, é apenas uma desculpa para poderem prestar menos serviços de limpeza e com isso, poupar dinheiro, mas faturando mais aos clientes. Os cuidados de limpeza, são fraquinhos. Desde a primeira vez, até agora (já passaram alguns anos) foi sempre a descer. Não prevejo um bom futuro... a 1000 euros por semana, não vale o dinheiro pago. O serviço ao cliente é inexistente após pagar... após reclamar, fica

tudo na mesma. Lamentável. Recomendo que se mantenham bem longe desta unidade.

9. Eco “caviar”

As expectativas eram elevadas, queríamos o melhor de dois mundos, como se estivéssemos a acampar, mas com todas as facilities privadas. A zona onde ficamos (rua 14), deve ser das mais antigas, as árvores são maiores e vê-se mais “verde”. Acho que no geral o espaço está bem pensado, mas o modelo de negócio e a gestão de operações estão em falha. O quarto tinha bolor, consegui passar duas noites cheias de alergia tamanho era o pó (ver imagem autoexplicativa). Quando saímos mostramos a foto na receção que nos disse basicamente “pois vamos falar com as senhoras da limpeza” e após a sugestão de colocarem redes mosquiteiras para ser possível arejar o quarto sem que entrem dezenas de mosquitos a resposta foi “sei como é, vivo perto, é chato!” Pequeno almoço: sou celíaca e questionei previamente acerca de alimentos adequados, quando lá cheguei havia pão sem glúten embalado individualmente (apenas). E durante o pequeno almoço. Julgo que ganhariam se tivessem uma aposta mais variada para ir ao encontro das várias necessidades de cada um. Pão embalado ajuda, mas não chega! Como já aqui foi dito, assemelha-se mais a uma cantina do que restaurante. Tive de me debater entre abelhas e pássaros lá dentro (não na esplanada da rua) mas muitos dirão “oh que giro a natureza” ... discordo!

O ginásio é pago à parte! Não havia necessidade! Assim que chegamos disseram-nos que “não circulava dinheiro no Zmar”; ok pode ser parte do modelo de negócio, mas se temos o azar de não ter carregado o cartão ficamos meio apeados. Dirão “pode sempre ir carregar a loja” A piscina interior é de água fria, não se iludam. Tem um cheiro estranho e a disposição das cadeiras deixa um ar deprimente. Há em mim algo que não me seduz em estar num ambiente com cheiro desagradável e ar saturado a olhar para uma espécie de tanque que a cada hora certa faz 10 minutos de ondas. Giro para as crianças. Neste aspeto está muito

interessante, existem imensos espaços pensados para as crianças. Sair do parque é uma aventura, sim percebo que não podem ter outras estradas, mas pequenas luzes para guiar no breu da noite podem ajudar a não andar perdido nos sentidos proibidos! Quando chegamos fomos informados do preço do jantar. Ninguém nos disse que se não reservássemos antes, o preço no próprio dia seria outro! Quando confrontei na loja disseram que podia ser lido “aqui” (uma folha A4). Efetivamente estava lá escrito, mas não foi referido e não estava mencionado no guia do parque. Que se foca essencialmente em mostrar o quão eco o Zmar “é”! Manifestei-me, achei indecente e cobraram-nos o valor que nos tinham dito inicialmente. A comida é razoável, mas não vale o valor, e mesmo que a administração venha dizer nesta review que são vários buffets, gostaria de deixar claro que dois pratos principais com carne e peixe grelhada não são propriamente buffet. A fruta era boa, enquanto havia por isso tirava assim que chegava, os celíacos pagam buffets para comer fruta! São opções... infelizmente nesse dia não tínhamos paciência para fazer km e jantar noutra local depois de andarmos perdidos a tentar sair do parque. A capa do sofá está francamente coçada e não tem bom aspeto. O pó encontra-se por todo o lado, por favor nem espreitem por cima do AC! Façam-vos esse favor! A vassoura e a esfregona e balde não fazem milagres. A água era quente. Um bónus! As toalhas de praia têm de ser penduradas algures, sugiro um pequeno estendal. Porque pendurar as toalhas na varanda de madeira sujam as mesmas com os líquenes e pó da estrada. Ponto positivo: a piscina! Achei que o eco era algo relativo, não adianta ter frases feitas a lembrar os desperdícios humanos. Seria melhor um foco na limpeza e na comunicação aos hóspedes. O preço que se pratica não está adequado, mas sinceramente mesmo que fosse mais barato, agora que experimentei, dificilmente voltaria. Aliás, não aconselho! Vi recentemente que a empresa majoritária está em insolvência... infelizmente já sabemos no que vai resultar. Espero que se alguém “pegar” no Zmar a sério o transforme realmente na premissa que tentam

transmitir. Agora não entregam o valor que dizem. É um fraco alojamento de 3 estrelas a cair para as 2.

10. Experiência na Eco Experience!

Para pontos positivos salientamos local calmo e relaxante para passar uns dias com a família ou amigos. Gostamos principalmente da zona da piscina e do parque para os miúdos além zonas pedestres por onde explorar. No que respeita a pontos negativos, sentimos que os preços por pessoa praticados no restaurante são proibitivos para a qualidade e variedade apresentada.

Os preços do aluguer de bicicletas por dia também se revelaram caros. No contexto geral penso que de modo a poder ter tirado maior parte desta experiência que alguns serviços deveriam ser gratuitos (ex: aluguer de bicicletas).

1. Perfeitinho!

Atendimento: impecável. Quarto: espaçoso; confortável; cama deliciosa cheia de travesseiros; cofre espaçoso; Banheiro: todos os kits que se tem direito; som ambiente caso queira ouvir música enquanto na banheira; a única coisa a melhorar seria a pressão da água, mas que não atrapalha em nada. Mimos na cama todo dia. Café da manhã (pequeno almoço): é tanta opção que você até se perde. Tudo bem servido para todos os gostos. Melhor pequeno almoço que experimentei em Portugal)! Área externa impecável; academia super charmosa; você se sente em casa, com toda atenção voltada a você! Parabéns pessoal do hotel e obrigado.

2. Estadia no Dom Vasco

Gostei muito do hotel. Pena a localização não ser melhor. Com outra vista seria uma maravilha. Ótimo quarto com um terraço com 2 espreguiçadeiras, uma salinha acolhedora. Boa casa de banho. Jantei e gostei bastante. Serviço muito bom. Atendimento muito simpático por parte das rececionistas. A única nota negativa: o chuveiro estava avariado e foi pouco prático tomar um duche.

3. Última vez

Hotel pequeno, acolhedor. Bom pequeno almoço. Lamentavelmente sem água quente. Lamentavelmente sem vontade de resolverem a situação. A explicação foi que tive azar. Quem paga adiantado é sempre mal servido. Na noite em que cheguei não havia água quente. Avisei o hotel e a explicação foi que era por ser noite e por a água das canalizações estar fria. De manhã estaria resolvido. De manhã não havia água quente na mesma. Infelizmente nem tempo tinha para reclamar. Foi tomar duche de água tépida e sair. Reclamei e o conforto que me deram foi dizer-me que tive azar. Devia ser só no meu quarto. Inadmissível. A não voltar.

4. Excelente! Recomendo!

O hotel é um charme e tudo muito organizado. Não tínhamos reservas e estávamos de passagem na cidade, foi um achado agradabilíssimo! Vamos lá: 1. Localização, fica no centro da cidade e fácil identificação e possui estacionamento próprio; 2. Atendimento: Maravilhoso, nota-se o empenho em atender bem o turista, precisei de um café após o bar estar fechado e mesmo assim o funcionário nos atendeu com maior presteza. 3. Limpeza: Excelente, o espaço desde a entrada é convidativo, receção e quarto muito limpo e aconchegante. 4. Alimentação: O café da manhã mais completo em Portugal, variedade imensa de frutas, pães, geleias, grãos, iogurtes, cafés entre outros itens deliciosos. 5. Lazer: Área da piscina e massagens é belíssima.

5. Recomendo vivamente!

Staff supersimpático e amável, dando sempre atenção ao cliente e às suas necessidades. Pequeno almoço incrível e só por isso já vale a pena ficar no hotel, com várias opções bem como produtos naturais e sem lactose! Os quartos são bastante bons e a limpeza destes estava impecável.

6. Hotel muito bom

Estive apenas uma noite neste hotel, mas deveria ter ficado mais, se fosse possível. Muito bom hotel. Atendimento de primeira. Aconchegante, tranquilo, luxuoso, Café da manhã muito bom. Recomendo.

7. Bom

Atendimento muito bom. Quartos bem amplos, inclusive com saleta. Muitos mimos. Café da manhã incluso muito bom. Um pouco afastado do centro. Precisa de carro para chegar aos principais pontos. Estacionamento fácil na rua.

8. A voltar brevemente

Ótima acomodação, excelente restaurante e pequeno almoço. Todo o staff inexcelável em termos de amabilidade e simpatia. Sempre atentos e preocupados em fazer os hóspedes sentirem-se bem. Recomendo vivamente a quem visitar Sines.

9. Hotel boutique

Hotel pequeno, mas com muitíssimo charme. Tem bom restaurante, 2 piscinas, ginásio, parque para crianças. Staff excelente, muito educado e prestativo. Sobre a bancada da pia, havia pétalas de 🌸. Encontramos no quarto, o qual oferecido pelo hotel. Uma garrafinha de vinho do Porto, KitKat, docinhos regionais.

10. PARAÍSO EM SINES

Desde a localização, do Hotel quartos com vista mar, decorados com simplicidade, mas requinte, e temáticos, um atendimento muito personalizado fazendo-nos logo sentir como em casa, muitos pequenos detalhes que fazem a grande diferença entre muitos hotéis. Duas Piscinas, com esplanada e serviço de bar. Excelente restaurante com comida típica e peixe da região frescos. Ginásio, Toda a equipa de receção excelente, sempre atentos com o cliente. E por fim Um Fabuloso, fantabolástico pequeno Almoço. Melhor nem no Dubai. Obrigado pelos dias que estive convosco.

1. Já foi a referência em Peniche.

2* Visita. Já foi uma referência hoteleira, já não é. Quartos mantêm a qualidade e a higiene. Comida muito fraca e sem cuidado na escolha dos produtos, produtos de 3* categoria. Não sei se a cozinha tem algum Chef com conhecimentos, não me pareceu pela qualidade e confeção da mesma. Atendimento: Bar simpatia não existe, o atendimento é um frete, parece que o cliente não é bem-vindo. Atendimento: Sala Simpatia e profissionalismo zero. Espera: Tudo muito lento por falta de organização e profissionalismo. Funcionários: Sempre maldispostos e a dormir, observa se que trabalham contra vontade, atendimento parece de favor. Geral: Não sei se mudou de proprietários, mas a qualidade do pessoal é má e sem qualquer formação. Demasiado caro para o serviço que presta. A evitar.

2. Excelente

The best to stay! É sem dúvida o melhor lugar para ficar no Baleal, no que respeita a alojamento, restauração e atividades lúdicas, tudo no mesmo espaço. Ideal para qualquer tipo de viagem: lazer, família ou negócios. O conforto das instalações alia o lado trendy ao lado familiar e despretensioso com que somos recebidos. No restaurante podemos encontrar comida variada e de excelente qualidade!

3. Qualidade, conforto excelente

Excelente local, com Staff muito simpático e profissional, assim como o conforto e originalidade dos quartos, ideal para pratica de surf, próximo de praias simplesmente deslumbrantes, para repetir sem dúvida.

4. Valor da diária elevado prestação serviço baixo

Para o valor cobrado por noite foi muito elevado para a oferta apresentada para mim só têm dois pontos positivos a localização e a decoração, quanto a limpeza muito má desde o quarto a casa de banho, casa de banho essa mini a onde não cabe duas pessoas ao mesmo tempo e não tinha os produtos e

acessórios de higiene que um hotel têm. O pequeno almoço muito pobre. Os funcionários nada de simpáticos o único que falou e foi mais prestável foi o que estava ao balcão de manhã a fazer os ovos mexidos. Para o valor da diária 250,00 € tem de estar mais bem preparados.

5. Espaço acolhedor, mas comida terrível!

Só posso falar especificamente da experiência enquanto cliente do restaurante, o espaço é bonito, acolhedor, ambiente tranquilo, tudo para dar certo, só que não.

1. Menu fraco e com poucas alternativas. 2. Preços exorbitantes para a comida apresentada, não faço a mínima ideia do food cost dos pratos, mas se para lucrarem com um prato tem de estabelecer aqueles preços vs aquela qualidade, algo está muito errado. 3. Menu criança muito mau, por norma o meu filho de 7 anos não come um prato inteiro, ou partilhamos dos nossos ou pedimos um menu mais pequeno, as alternativas eram dentro do esperado, lasanha, mas a forma como é confeccionada para a criança não cola.... bem, ou é para criança ou não é, se querem meter o vosso selo de autor nos pratos, não se podem esquecer que os mais honestos e exigentes são as crianças! 4. Quando vamos a um espaço em que temos uma media por refeição de €25/€35 o que pedimos é um atendimento a esse nível, não basta mandar um ambiente descontraído e induzir o cliente a ele e depois ter essas medias por cabeça versus o atendimento apresentado, e para que fique claro: (Receção/orientação na porta, esclarecimento da ementa, falar português com os portugueses, talheres adequados ao prato).

Pelo ambiente oferecido, pela recomendação enquanto espaço bar, a experiência prometia ser ao nível do local, pela aparência dos colaboradores, pela música ao vivo, tudo prometia ser excelente, talvez enquanto bar seja um dos melhores, mas no que toca a restauração foi definitivamente uma desilusão!

6. Ambiente único

A comida era boa (um hambúrguer com cogumelo gigante e uma lasanha de vitela) a apresentação muito inovadora. O espaço e ambiente estão muito bons.

Os preços são bastante altos (o vinho então não tem lógica o seu preço). Pelo preço não será para voltar tão cedo.

7. Excelente refeição

Excelente refeição! Muito saborosa e muito bem confeccionada! Atendimento impecável e super simpáticos! Espaço muito bonito, acolhedor e agradável. Na próxima irei experimentar a estadia! Recomendo! Vale bem a visita!

8. Excelente hotel em Peniche

Excelente estadia no hotel Surfers Lodge Peniche. Quarto confortável, equipe muito atenciosa, comida excelente, ótima localização. O hotel também empresta aos hóspedes bicicleta e skate. Há também aulas de surf.

9. Confortável

Este é um hotel descolado, com tema surfista, incluindo disponibilidade de aulas de surf para iniciantes, e também massagens relaxantes. Quartos não muito espaçosos, mas com camas e lençóis de ótima qualidade. Pedimos uma cama extra para nosso quarto, também bastante confortável. O banheiro é pequeno, principalmente para os que estiverem acima do peso... Padrão de limpeza excelente. Tem dois andares de quartos, alguns para grupos grandes (6-8 pessoas). No último andar (2º) há um solário com piscina, jacuzzi, cadeiras e rede de descanso. No térreo há uma sala de estar, lareira, restaurante e bar. O Café da manhã é muito bom, bem variado. Destaque especial para o cardápio e o CHEF. A comida é fantástica!!! A combinação de sabores é primorosa. Não tenho dúvidas em afirmar que deve ser o melhor restaurante da cidade. Vale a pena mesmo conhecer o restaurante, pelo menos.

10. Confortável

Quarto muito confortável e limpo, com ótimas camas e lençóis. Decorado com muito bom gosto. O único inconveniente é o banheiro, que apesar de ser moderno e novo é muito pequeno. O café da manhã é farto e variado. No térreo tem um bar/restaurante com lareira muito acolhedor.

1. Férias fora de época

Aproveitando o bom tempo de finais de outubro, numa zona calma do Algarve, num hotel aprazível, magnífica remodelação de um antigo entroncamento de pesca, mantendo a traça local e uma exemplar "amostra" dos artefactos e artes da pesca e tratamento do atum. Pessoal atento, conhecedor, dedicado e delicado; oferta de cozinha variada ao gosto local e internacional, magnífica piscina enquadrado por belo e em conservado jardim e área verde.

2. Cordialidade

O pessoal com muita simpatia. As instalações ótimas para estar com a família e amigos. Gostamos é iremos com certeza regressar para continuar a usufruir a degustação e passear mais vezes junto à Ria Formosa.

3. Vila Gale Albacora

Este Hotel, oferece uma característica única, uma vez é baseado numa aldeia piscatória reconstruída. Localizado em plena natureza, com fácil acesso a ilha de Tavira com o auxiliar de transporte exclusivo do Hotel, programa de entretenimento para toda família e pessoal mega simpático.

4. Primeira experiência com o grupo Vila Galé

Ótimo local para combinar o descanso com atividades lúdicas, com funcionários que garantem que somos notados e com total disponibilidade a todos os momentos. Destaque para a excelente área da piscina exterior e toda a envolvência do hotel, bem como para a ótima componente histórica do mesmo.

5. Espetacular!

Superou todas as expectativas! Calmo, staff muito simpático e um hotel sem igual! Situado próxima das melhores praias do Algarve, com viagens de barco exclusivas, tornou esta estadia espetacular. Os miúdos adoraram a piscina e a envolvente do hotel! A repetir em breve.

6. Ótimo para descansar em sossego e junto à praia

Com a habitual qualidade Vila Galé, a surpresa foi pela tranquilidade e calma que se vivia nesta última semana de agosto. Com os excelentes jardins com sombras, piscina muito boa e parque infantil, reuniram-se as condições para uns relaxantes dias de férias em família. A registar apenas que o hotel deveria incluir na diária os transfers de barco para a ilha e também melhorar os horários dos mesmos.

7. Excelentes férias

O hotel é muito bom, todo o staff é muito simpático e há um esforço para que tudo funcione perfeitamente. Refeições excelentes. Só não dou nota máxima devido aos barcos para praia serem de hora a hora.

8. Descanso

O Hotel fica num recanto sossegado da Ria Formosa, com acesso fácil, pelo barco do Hotel, à ilha de Tavira. Em cerca de 15 minutos, o barco leva-nos até à praia da Terra Estreita ou, em cerca de 5 minutos, à Praia do Parque de Campismo. Esta última parece ter um acesso mais rápido, mas, depois de sair do barco, obriga a uma caminhada de 10 minutos até à praia, pelo que não compensa. Nunca perdi um barco do hotel por estar lotado, o que era uma preocupação que tinha. A Ria é muito tranquila e a viagem de barco é relaxante. No Hotel, funciona tudo muito bem. Os quartos são bons e é uma maravilha sair de um quarto térreo e ver a extensa zona relvada e os edifícios muito cuidados.

O Hotel está de parabéns pelo excelente estado de conservação de todo o recinto, desde a relva até à pintura. Concluindo, adoramos e, para o ano, voltaremos.

9. Excepcional


O hotel é um espaço aberto e amplo e os quartos ficam em pequenas casinhas. As áreas comuns são muito agradáveis, com muitas plantas e a piscina muito espaçosa. Gostámos muito do pequeno almoço e do Club das crianças.

O transporte de barco para a praia é direito do hotel, não precisamos pegar no carro. Excepcional a disponibilidade e simpatia de todo o staff. Local a regressar, sem dúvida :)

10. Muito bom

Os anos passam, mas mantêm-se as qualidades do hotel. Consegue juntar o melhor de férias em família com o descanso no Algarve. Torna este hotel uma ilha de tranquilidade algarvia. O staff é sempre muito simpático e profissional.

1. Apaixonados por Estremoz...

Espaço fantástico, inserido numa zona e localidade linda. Casa senhorial, lindamente recuperada, muito bonita no seu interior e exterior. O exterior muito bem cuidado, jardins, zona da piscina, zonas de relax e zona de refeições no exterior (muito agradáveis tanto ao almoço como ao jantar), o interior muito bem decorado e aromatizado. Quarto tipo suite, espaçosos e bem decorados. A limpeza tanto do quarto como do Hotel 5****. O staff irrepreensível, muito profissionais, simpáticos e sempre prontos a ajudar. Tem SPA , banho turco e sauna, piscina exterior e espaço de fitness. O restaurante do hotel é um dos melhores de Estremoz, pratos de autor, mas com ingredientes típicos alentejanos, muito bom ao jantar, ao almoço servem refeições ligeiras no exterior ou na piscina, também convidativas. O local ideal para desligar de tudo, aproveitar o som do silêncio e ouvir os pássaros. Obrigado a todos pelo acolhimento, havemos de voltar certamente. Recomendo vivamente.

2. Quartos sem insonorização e sem água quente

Desloquei-me a este alojamento para passar um fim de semana romântico com a minha esposa. Quarto razoável, ficava nos fundos e não tinha grande vista, mas era agradável. Entretanto, já instalados, começámos a notar que ouvíamos tudo o que se passava nos quartos ao lado, pessoas a falar, crianças a correr, a brincar, a chorar... Veio a noite, e como estava muito vento praticamente não

conseguimos dormir, porque a falta de insonorização não era só exterior, era interior também. Mas o pior de tudo veio pela manhã, quando fomos para tomar banho a água estava morna. Por esse motivo contactei a receção e informaram-me que se tratava dum problema com a caldeira e que já tinha contactado o electricista para o ir resolver e que poderia chegar a qualquer momento, mas que se queria mesmo tomar banho o deveria fazer o quanto antes pois a água ainda deveria arrefecer mais. Mais tarde, já após ter vindo embora li algumas críticas que referiam este problema já teria cerca de 3 semanas, ao contrário do que foi dito pelo funcionário da receção que falou como se fosse um problema acabado de ocorrer. Enviei uma mensagem no sentido de obter algum esclarecimento adicional sobre esta situação, ou pelo menos um pedido de desculpas, mas nem se dignaram a responder. Lamentável...

3. Pouco Charme

Eu peço desculpa, mas, de facto, a minha estadia no Páteo dos Solares não correu maravilhosamente bem! É um hotel simpático, muito bem localizado no centro de Estremoz, o quarto estava bem limpo (e este é um ponto importante), a cama era confortável etc, no fundo, caso o valor da tarifa aplicada (105€/quarto duplo) e a designação de Charm Hotel estivessem ajustados à realidade, tudo teria corrido dentro do expectável e eu não teria ficado com a sensação de "ficou aquém das expectativas"! O que é urgente melhorar - a manutenção do edifício. As carpetes das escadas e corredores estão muito sujas; o autoclismo estava avariado no nosso quarto; por azar, houve uma inundação no 1º piso que, apesar de sabermos que "estas coisas acontecem", na verdade não ajudou em nada ver aquela degradação. Por último, gostaria também de deixar um alerta em relação ao serviço - todos simpáticos, mas ... falta algum cuidado no tratamento com os hóspedes. Aproveito, ainda, para dizer que o pequeno-almoço tem pouca variedade. Resumindo, existe potencial, mas, precisa de alguns melhoramentos para podermos dizer que se trata de um Charm Hotel.

4. Relaxante

Próprio para relaxar. Muito tranquilo e sossegado. Staff 5*. Quarto e cama muito confortável. Pequeno almoço, ótimo para um hotel de charm 4*. Corresponde às expectativas. Alguns pormenores a melhorar, mas nada de especial...

5. Unidade Hoteleira de Qualidade

Unidade Hoteleira dentro das muralhas de Estremoz. Num edifício antigo, mas bem conservado, com instalações condizentes de uma unidade de 4 estrelas. Quartos muito bons, confortáveis, asseio, limpeza, e com as comodidades necessárias. Espaço exterior com piscina, e área de lazer, para descansar ou tomar uma bebida. Pequeno almoço de qualidade, com bom pão alentejano, sumo laranja natural, entre outros tudo bastante aceitável. Simpatia dos funcionários em geral média\alta. Estacionamento interior, e uma boa localização dentro da bonita cidade de Estremoz.

6. Quando o bom é bastante!

Hotel muito bonito, com estacionamento dentro dos muros da propriedade, com bons quartos e espaços bonitos. Decoração do século passado, algo pesada, mas que não incomoda... O nosso quarto era espaçoso de esquina, com janelas para dois lados e com bonitas paisagens para cada lado e bem limpo. Casa de banho ampla e com muita luz. Pequeno almoço dentro do normal para um 4 estrelas.

Pessoal da receção com dificuldades em informática, pois tiveram grandes dificuldades na emissão da fatura e acabaram por não a fazer bem...

7. Não surpreende.

Hotel bonito, mesmo no centro, fácil acesso e com estacionamento interior. O interior em termos de decoração encontra-se um pouco datado, se sofresse uma remodelação tinha muito a ganhar. Quarto razoável, amplo e agradável.

Pequeno-almoço expectável para o tipo de hotel. Espaço exterior agradável. Piscina desilude.

8. Não deslustrou

Hotel de quatro estrelas, que cumpriu a sua função. Ou seja, não foi mais, nem menos do que seria expectável. Destaca-se a limpeza dos quartos, a simpatia do pessoal da receção, sempre solícitos, o pequeno almoço razoável para o hotel, a facilidade de estacionamento. Como ponto menor, a piscina (ou tanque), não sei qual a sua função, porque de facto, para férias de verão, não é minimamente aceitável. De resto, é um hotel a ter em conta, numa visita a Estremoz.

9. Hotel razoável

Excelente localização em Estremoz a 5m do Rossio. Estacionamento privativo gratuito. Pequeno-Almoço aceitável. Quartos confortáveis a precisar de remodelação. Espaços internos carecem de modernização. Espaço exterior excelente. Simpatia dos funcionários. Melhor opção/preço no contexto de hotéis melhores, mas mais caros.

10. Muita qualidade: empregados, arquitetura, decoração, quartos, refeições

Uma estreia muito positiva nesta unidade hoteleira, no centro de Estremoz. Quartos amplos e funcionais, decoração de todos os espaços simples: mas com peças bonitas (fotografias p.ex.). Jantar bastante bom. Pequeno-almoço ao nível do expectável neste tipo de hotel.

1. Uma viagem de sabores

Estivemos no restaurante no Sábado passado, o restaurante tem um ambiente muito acolhedor, uma vista fantástica para o mar, bons acessos, estacionamento, atendimento de excelência, a comida é simplesmente deliciosa e os valores são bastante acessíveis. Sem dúvidas nenhuma recomendo este restaurante para jantares de grupos, casais e casamentos derivado ao espaço que têm. Voltaremos com toda a certeza. Muito obrigada!

2. Férias em grande

Excelente espaço para passar férias com a família. Enorme piscina, enorme espaço para as crianças brincarem, excelente bar/restaurante, mesa de snooker, esplêndida vista mar, magnífico sunset na piscina.

3. Localização maravilhosa

Localização maravilhosa sem igual. Vista e proximidade do mar e da praia quase privada. Espaço exterior muito cuidado. Piscina enorme com bar, restaurante e casas de banho de apoio. Lugar tranquilo e relaxante. A repetir.

4. Aldeamento com vista maravilhosa

Lugar tranquilo com vista para o mar, bom para descansar. Boa piscina para crianças e adultos, com serviço de bar, funcionários simpáticos. Os apartamentos são razoáveis, com mobiliário novo. A limpeza é razoável, quando pedia para mudar toalhas fui sempre atendida. Vou repetir, de certeza.

5. Hotel com potencialidade para ser excelente, mas com uma péssima assistência ao cliente

O Hotel tem uma zona de piscina e uma vista muito agradáveis. Os apartamentos não deveriam ser classificados como 4 estrelas e o atendimento da receção é do pior que alguma vez vi. O pequeno almoço que está incluído na estadia é muitíssimo fraco (1 tipo de pão, croissant, croissant com chocolate, pacotes de manteiga e de doce de morango, iogurtes só naturais, leite, sumo concentrado, marmelada, fatias de queijo e fiambre rasca e umas fatias fininhas com 3 variedades de fruta, ovos mexidos e bacon). Apesar de ser um hotel com o rótulo de amigo das crianças, nada é feito para facilitar a vida às famílias. Os apartamentos têm escadas e só é disponibilizada uma proteção no topo das escadas (como pedi foi colocada uma segunda na base das escadas).

No entanto, no topo das escadas, ao lado da proteção existe uma zona com grades horizontais espaçadas entre as quais facilmente passa uma criança pequena. Pedi na receção que colocassem na zona qualquer material protetor

para evitar a queda das crianças e nada foi feito. Num dia solicitei o uso de um computador com ligação à net para envio de um email (era simplesmente para enviar um ficheiro urgente de trabalho) e o computador existente no lobby estava com o monitor avariado. Disse que precisava urgentemente de uma solução e só resolveram a situação passadas 5 horas. Entretanto tive de me deslocar a outro local para enviar o ficheiro... (não era possível enviar esse ficheiro através do telemóvel porque ficava desformatado). Durante a estadia parti uma prateleira do frigorífico e avisei imediatamente a receção. No check-out pedi que me mostrassem o orçamento feito pela loja onde constasse o valor da prateleira. Disseram-me que tal não era possível. A gerente foi muito mal-educada e disse à rececionista que não perdesse tempo connosco e que se não quiséssemos não pagávamos. Informámos que pagaríamos, mas que queríamos a fatura. A rececionista acabou por não cobrar. Um sítio a não voltar.

6. Aldeamento descuidado, mas vista fantástica

ATENÇÃO: NÃO É UM ALDEAMENTO 4*! Ao entrar no aldeamento percebi logo que estava bem mais velho e descuidado do que nas fotos de apresentação. O nosso apartamento tinha várias deficiências a nível de limpeza, pintura, móveis e estrutura do mesmo (como mostro em anexo nas fotos). Surgiu também outro problema em que o congelador não funcionava. Posto isto, fui à receção e fui sempre bem atendido até chegar à conversa com uma senhora de postura arrogante e afirmativa (provavelmente dona ou gerente), que sempre falou de forma irónica e nunca pediu desculpa pelo inconveniente. Apesar de propor deixarmos os congelados no congelador do aldeamento nunca resolveu o problema nos 7 dias em que estivemos lá, como prometeu. Volto a referir que a falta de profissionalismo e de saber falar com os clientes desta senhora era elevada. Pontos positivos: massagem de corpo inteiro espetacular, vista lindíssima e única, a praia privativa que dava acesso a outras praias era, também, um dos pontos fortes deste aldeamento. Espero que esta critica acompanhada de

fotos faça com que a gerência deste aldeamento se preocupe mais com o staff, estética e limpeza do mesmo.

7. Razoável, muitos aspetos a melhorar.

De destacar, enquanto aspetos positivos, a simpatia dos funcionários, a excelente localização, e o ambiente calmo e tranquilo, muito bom para relaxar.

Como pontos extremamente negativos é de destacar, em primeiro lugar, as baratas encontradas dentro de casa, os ares condicionados avariados, após sucessivas tentativas junto do pessoal do hotel, estes nunca chegaram a ser solucionados. A televisão avariou, janela estragada, a limpeza limitava-se a uma simples troca de toalhas uma vez por semana. Apesar da simpatia dos funcionários, quase nenhum dos problemas apresentados junto destes foi solucionado. O ginásio era muito pequeno, também a maior parte das máquinas se encontrava avariada. As camas não eram nada confortáveis. Em conclusão, este hotel tem estrelas em demasia, não sendo um verdadeiro 4*.

8. Calma e beleza Rara

Já estive neste local por 3 vezes. Local calmo com uma especial beleza. Vista deslumbrante com uma bonita piscina, as copas verdes dos pinheiros Mansos e se seguida uma imensidão de Oceano. Acesso direto a umas pequenas praias nas falésias que formam pequenas lagoas na mare baixa. A piscina muito bonita e ideal para crianças pois é maioritariamente baixa. Também não utiliza cloro na água pelo que se torna muito agradável. Sítio magnífica para umas fotos na piscina com a piscina e o oceano de fundo! Ficamos sempre em apartamento duplex com 2 quartos. Somos um casal com 4 filhos. Permitem a utilização da sala para 2 pessoas adicionais pelo que desta forma se torna também uma solução com um preço aceitável! Não tem atividades de animação o que mantem um ambiente de calma e tranquilidade. Tem uma pequena cozinha com máquina louça e de roupa. Tem também um ótimo restaurante com a mesma vista

inesquecível. O preço é um pouco acima da média pelo que utilizamos com pouca frequência. Serve também ótimos snacks. Um local para continuar a repetir.

9. Balneário de verão.... No inverno!

Fomos a Olhos de Água em janeiro. Como é um balneário de verão, encontramos muitas coisas fechadas. O hotel estava bem vazio. Quartos grandes e bem legais. Tivemos problemas com os aquecedores e com o secador de cabelo. Mas fomos bem atendidos sempre pela Ana (receção). Tem wifi gratis na recepção (samente).

10. Albufeira Portugal

Lugar maravilhoso, cidade impressionante, tanto na beleza natural quanto no agito das baladas noturnas, muitos restaurantes, música, lojas para compras e uma bela praia com falésias e visual encantador.

1. Almoço de Natal

Muito bom. Sala bonita com bastante luminosidade. Pessoal simpático e prestável. E a comida 5☆☆☆☆☆. Gourmet de doses grandes. Entradas, um folhado de queijo de cabra delicioso seguido de polvo com flores de puré de batata doce. Um mini gelado para cortar sabor e um medalhão de carne de vitela tenríssima de comer e chorar por mais. Melão e manga. Café e depois andar para desmoer. Estava bom de mais!

2. Almoço a sete

Bela vista em sala apenas com sete comensais, nós. O serviço do rapaz à mesa era desatento. Uma das senhoras teve de se levantar para ir buscar o sal e a pimenta! Ele nem se apercebeu, resguardado ao pé de um PC, talvez mais atento ao smartphone. Por duas vezes se pediu água e vinho, depois de espera. Inaceitável, com apenas uma mesa ocupada no restaurante. A carne e acompanhamento estavam bem. O salmão mal temperado, sem gosto. O robalo, com a pele no ponto, mas com um mau risoto de açafão... espapaçado. Não

sabem fazer risoto. A salada de fruta muito fresca e saborosa. Restaurante a não repetir. Há mais onde gastar dinheiro e tempo, em qualidade. Salvou-se a vista e a companhia. E, por favor, estejam atentos às mesas, aos clientes.

3. Uma enorme surpresa

Pertíssimo do centro e com uma classe superlativa. Faz lembrar aquele bem-estar do princípio do séc. XX, mas com todo o sistema modernizado. O buffet do pequeno almoço é excepcional e não apetece sair dali, tal é o ambiente. Um louvor à funcionária Paula na receção pois foi de uma simpatia excepcional.

4. Muito melhor!

Há cerca de 9 anos, pouco depois de ter sido inaugurada visitei esta Casa do Médico e fiquei impressionado com o edifício e a sua envolvência um local com uma vista sobre a baía lindo, no entanto não gostei de ver uma biblioteca vazia e um restaurante nada chamativo. Voltei agora e posso afirmar que tudo mudou, menos o edifício e a paisagem, a biblioteca está composta, com ar cuidado, o restaurante tem muito bom aspeto e uma boa carta, voltarei para jantar, e todo o espaço que visitei por amabilidade, inclusive os quartos livres, está num nível elevado.

5. Bem

Belíssimo sítio, ótima vista sobre a baía das salas viradas a oeste, bom restaurado. Quarto razoável, um bocado “curto” para o pretendido. Bom pequeno almoço. Serviço simpático e afável. É de voltar para nova “consulta”...

6. Saúde precisa-se...

Espaço lindíssimo. Excelente localização. Serviço bom. Variedade reduzida. Carta de vinhos fraca. De lamentar que a comida não esteja ao nível pois além de ter uma qualidade baixa também foi mal confeccionada. Quando confrontámos o cozinheiro recebemos uma desculpa esfarrapada.... Refiro-me a um lombo de bacalhau recheado que não era bacalhau nem lombo nem recheado. Vinha espapaçado, sem sabor. Foi explicado que às vezes o fornecedor servia postas que

não eram lombo.... Quanto à confeção foi dito que a posta tinha sido mergulhada em água a ferver para acelerar e depois um bocado ao forno...

7. Acolhedora

Recebido por uma excelente rececionista muito simpática e prestável que nos fez um pequeno, mas elucidativo tour no Hotel. Com garagem e uma bela vista sobre o mar e com uma cama/quarto muito acolhedor e com um excelente pequeno almoço.

8. Comida boa e sítio muito agradável

Restaurante muito bom, num espaço muito confortável e com uma paisagem muito bonita. Comemos perna de peru assada no forno e polvo à lagareiro e estava muito bom. A sobremesa era um gelado com frutos vermelhos e era uma delícia.

9. Ótimo hotel em Sines, a caminho do Algarve

A pequena Sines é uma cidade com muita história e importante em Portugal, e se for a Sines, o Hotel Casa do Médico é ideal para se hospedar. Hotel muito agradável e confortável, situado de frente para o mar. Pessoal muito atencioso e prestativo. Quartos confortáveis e completos. Bom café da manhã, wi-fi free. Estacionamento no em torno do hotel sem custo. E ainda, em Sines tem um ótimo restaurante, o Cais da Estação.

10. Um perfeito lugar para repousar

Hotel esplendidamente situado sobre a baía de Sines com uma paisagem perturbada pelos portos comerciais a Norte e a Sul, mas mesmo assim esplendida. Instalações muito boas imaculadamente limpas, quarto e amplos espaços comuns. Pessoal simpático, prestável e atencioso até ao limite. Quartos confortáveis, com um ligeiro senão, de entrar alguma luz do exterior mesmo com as cortinas corridas.

Funcional garagem gratuita e excelente pequeno almoço com muita qualidade e diversidade incluindo deliciosa doçaria regional e queijo da Serra.

1. Excelente Hotel

Hotel bem localizado, estilo familiar e com vista mar fabulosa. Atendimento simpático, eficiente e prático. Quartos confortáveis, boa cama e com limpeza irrepreensível. Bom para relaxar. A repetir, sem dúvida. Recomendo.

2. Bom hotel em frente à praia.

O hotel é bom no geral e fica mesmo em frente à praia. O quarto era agradável, com boa decoração e a limpeza impecável. Tínhamos bombons e café no quarto. O pequeno-almoço era muito bom e tinha bastante variedade.

3. Visita de Feriado

O hotel prima pela boa localização e uma decoração muito requintada. O quarto era muito confortável e limpo. Contudo a qualidade do pequeno almoço deixa muito a desejar para um hotel de quatro estrelas. Não repõem muito dos alimentos depois das 9.30 apesar da grande afluência de pessoas. Foi de notar também que na noite anterior pagamos por uma cola light de 27ml e uma água com gás €4.80.

4. Boa relação-preço qualidade

Hotel bonito, de arquitetura moderna e muito bem decorado. O spa fica no piso -1, tem ginásio, piscina, sauna e banho turco de acesso livre. A cama, colchão e almofadas eram mesmo muito confortáveis. O pequeno almoço é excelente e todo o Staff muito simpático. Os únicos contras que encontrei, foram o fraco sinal de Wi-Fi no quarto (quarto 108, vista terra), e a fraca luminosidade na casa de banho. De resto é fantástico poder-se estar num hotel onde para se ir para a praia só necessita de atravessar a rua. Parque de estacionamento também não é problema, conseguimos sempre estacionar em frente ao hotel. De qualquer forma existe ao lado um parque grande, também gratuito. Gostamos imenso da nossa estadia, pelo que só posso recomendar para quem pretende um bom período de descanso junto ao mar.

5. Fantástico

Dormir ao som do Mar, acordar ao som do Mar, Jantar intimista de qualidade superior. O SPA ... as massagens ...uauu ... o circuito incluído na estadia ... a piscina interior e ficar simplesmente a flutuar e esquecer o mundo lá fora... É FANTÁSTICO. LIMPEZA muito acima da Média. Comodidades e espaço para um Hotel em frente à praia: Muito superior ao bom. Secador de cabelo " real " e não um mini que demora horas a secar um cabelo. STAFF de Receção: 20 estrelas. Apresentação muito boa.

Não cria a sensação de "impessoal" que advém de um uniforme. Estamos de férias. Cruzar com uma farda na receção estraga tudo. Os dois jovens estavam formais q.b. , são muito simpáticos e acolhedores. Não há nada a que não deem resposta de forma pronta e eficaz. Chefe de sala do Restaurante à noite também muito simpático e atencioso. Classificação: EXCELENTE. Só experimentar permite entender as minhas palavras. AMEI.

6. Um hotel 4* que vale as 5.

Foi deste hotel que vi o por do sol mais incrível até hoje. Atendimento, quartos, varanda com vista pro mar de perder o fôlego, privacidade e bom isolamento nos quartos. Bom spa, com tudo a funcionar. 5* para mim e com uma relação preço/qualidade imbatível na zona. Uma experiência a repetir em Ovar.

7. Estadia muito agradável

Fui com o meu marido passar uma noite no hotel e foi muito agradável. Hotel muito moderno, quartos muito limpos e staff muito simpático. Ficamos num quarto virado para o mar por isso aconselhamos a quem queira lá passar uma noite que tenha em atenção esse pormenor, pois existem quartos virados para as traseiras do hotel que não tem uma vista muito bonita, vale mesmo a pena os que estão virados para o mar. A piscina do SPA também é muito agradável, apenas acho que água poderia estar mais quente, achei demasiado fria. Pequeno-almoço também muito agradável com alguma variedade. Optamos por jantar no

restaurante do hotel e os pratos foram razoáveis, no entanto nada assim de muito especial. Quem queira passar uma noite romântica aconselho.

8. Perfeito!

Excelente receção! Comida de excelência! Sr. Filipe é uma pessoa excepcional não deixou falhar nada! Excelente profissional! Spa ótimo para relaxar! Refeições de qualidade! Rececionistas atenciosos! Tudo perfeito! Parabéns.

9. Excelente local

Gostei. Hotel pequeno e acolhedor, a suite era perfeita, 1 linha de praia, não poderia ser mais perto. Perfeito para quem quer passar uns dias de pleno descanso. Obrigado ao José pelo check-out tardio... Spa é pequeno, mas completo. Boa surpresa 👍☆☆☆☆

10. Um miminho de hotel em frente ao mar

O quarto era muito confortável, com uma varanda e vista para o mar. O pequeno almoço foi impecável, tanto em diversidade como em qualidade.

O SPA, embora relativamente pequeno, tinha o essencial para passar momentos relaxantes. O facto de o acesso ser só para maiores de 16 anos e a música de fundo suave, ajudaram a podermos usufruir do SPA. O tratamento facial que fizeram à minha mulher foi excelente. A equipa foi toda muito simpática e deram-nos várias indicações muito úteis para usufruirmos da melhor forma a praia do Furadouro... mesmo estando esta praticamente sem areia. De negativo? Nada a apontar!... Ah! Só a base do duche ser escorregadia, que é um perigo.

1. Fim de semana

Excelente fim de semana. O hotel, muito confortável, oferece um spa de grande qualidade, com um complexo de piscinas e cabines para tratamentos variados, sauna, banho turco, etc. O pequeno almoço é muito variado, não falta nada.

O buffet do jantar estava excelente e também contemplava uma grande variedade de entradas e pratos principais. A repetir!

2. PARA VOLTAR

Foi curta a estadia, mas bem aproveitada. O complexo de piscinas AquaLudic, interiores e exteriores é fantástico. Todo o hotel pela sua arquitetura exterior e interior, com espaços amplos, é muito agradável e familiar. Pequeno almoço de acordo com a relação preço/qualidade, assim como o quarto muito confortável com janela/vista serra. Quero ainda salientar a simpatia, eficiência e disponibilidade dos funcionários.

3. Divirta-se faça Sol, Chuva ou esteja a nevar

Com uma excelente localização e um complexo de piscinas aquecidas com acesso exterior todo ano, tem de ficar pelo menos 2 dias neste hotel! Chegue cedo e desfrute da piscina e venha a nadar até ao exterior, mesmo que esteja um frio de rachar ou mesmo a nevar, porque a piscina é aquecida. No segundo dia aproveite para dar um salto até ao topo da serra da estrela. O melhor com tanto para fazer e ver é mesmo ficar mais uns dias e aproveitar para relaxar. O hotel tem um excelente restaurante, mas bem perto também pode encontrar outros locais para as suas refeições, O problema? - Conseguir disponibilidade de quarto.

4. Vale a pena a visita

Hotel de montanha espetacular. Só por si já vale a visita. Piscinas de sonho e toda a envolvência do espaço transmite paz e calma. Excelente para relaxar. O jantar de degustação estava divinal! Têm crianças, sim. Mas em altura nenhuma me senti incomodada pela sua presença. Aconselho a visita acompanhada de algum tratamento dos inúmeros que o Hotel oferece. Pois o serviço é excelente e o staff muito prestável e simpático. A repetir, sem dúvida!

5. Recomendo

Um hotel onde se passa bem 1 fim de semana, tudo muito agradável. O SPA de piscinas é um sonho. A higiene dentro e fora da piscina é notória, temos

também animação, os funcionários são muito simpáticos e prestáveis. O silêncio para mim é fundamental e encontrei isso aqui, nada de confusões e gritarias nos corredores ou piso.

6. Mix feelings

Escrevo esta avaliação porque saí do Hotel com mix feelings, não sei se não gostei ou se foi mesmo decepção. Já tinha estado noutra Hotel do Grupo o Puralã e estava com uma expectativa diferente. Enquanto que o Puralã é acolhedor é pequeno, mas parece grande, a zona de bar é montada de forma acolhedora, como se de uma sala de estar se tratasse, tem uma música ambiente que permite às pessoas estarem a conversar. No H2otel é um Hotel Grande, com zonas comuns impessoais e desconfortáveis, sofás muito distantes uns dos outros, mesas de jogo misturadas com a zona de estar e uma música ao vivo sem qualquer sentido, alta e desapropriada para um Hotel Spa.

O Spa ainda que bom muito cheio, muitas pessoas. Os quartos acabam por ser o melhor do Hotel e a localização com uma visita deslumbrante.

7. A excelência no bem-estar

A localização, o hotel, todo o conjunto de serviços que estão disponíveis e todo o staff formam um todo que justifica, nem que seja por uma vez, a visita e uma estadia neste complexo hoteleiro. O preço... bom o preço pode ser um pequeno problema para as finanças de uma economia classe média/baixa. É, perfeitamente, justificado. Mas, um pouco inibidor, para muitas visitas. Não que não se deseje... Visita recomendada.

8. Puro descanso em família

Hotel em localização encantadora as vistas são extraordinárias as condições colocadas à disposição dos hóspedes são muito boas. As piscinas são fantásticas. O Staff na sequência do outro hotel do grupo que já usamos tem uma formação exemplar. Sentimo-nos em casa muito acolhedor e confortável. A gastronomia proposta é de qualidade. Recomendo.

9. Soberbo

Férias regulares. Há 15 anos que frequento esta unidade hoteleira. Um dos meus preferidos em Portugal. Vale cada euro gasto. Boas instalações, piscinas fantásticas e boa comida. Já reservei para o próximo dezembro.

10. Não justifica o preço

As comodidades oferecidas pelo hotel não justificam minimamente os preços praticados. De uma forma geral os funcionários eram pouco simpáticos, poucos prestáveis e alguns desagradáveis.

QUARTO: a cama era confortável, porém o AC é controlado pela receção do hotel, o que impede de ser a pessoa a ajustar a seu bel prazer. O WC do quarto precisa de algumas melhorias aí nível da manutenção. PEQUENO ALMOÇO: pouca variedade da oferta, alguma demora na reposição de certos alimentos. PISCINA: a água no geral estava bastante fria, muitas crianças em todo o horário do spa, impossível relaxar nestas condições e circuito de spa muito fraco e no geral muito fogo de vista. Éramos 4 casais, gastamos no total 1060€ e para um valor destes esperávamos muito melhor e não recomendamos esta exorbitância.

1. Conforto e simpatia, para um bom descanso

O hotel fica localizado fora da Guarda e o acesso só é fácil para quem tem carro. É de destacar a numerosidade de postos de carregamento para veículos elétricos disponibilizado pelo hotel. Os quartos são modernos, espaçosos e confortáveis. O pequeno almoço é bom. Os funcionários, independentemente do sector (receção, restaurante, bar) são de uma grande simpatia e profissionalismo. A zona de Spa é agradável, mas pequena para dias de enchente. As espreguiçadeiras são insuficientes e o acesso ao jacuzzi é muito limitado, devido ao espaço reduzido.

2. Fora da Guarda

O hotel é muito bom, com uma equipa super atenciosa e bem-disposta, que tenta fazer com que os hóspedes se sintam em casa. A piscina é ótima. Os quartos são espaçosos, mas o ar condicionado já viu melhores dias (barulho faz muito, fresco nem por isso). A localização obriga a que se tenha carro, pois fica fora do centro da cidade.

3. Ideal para descansar

Hotel muito bom, com um staff sempre pronto para ajudar e muito simpático, pequeno almoço muito variado, SPA razoável, mas como está incluído com a estadia não se pode exigir mais, bem centrado para quem quiser ir a serra da estrela!

4. Hotel confortável e simpático

Hotel confortável e simpático. Muito boa piscina e instalações de spa. Colaboradores muito simpáticos e atenciosos. Bom pequeno almoço. Bem localizado. O jardim envolvente e zona envolvente do hotel estava maltratada e abandonada. Poderia estar mais bem cuidado.

5. Estadia viagem à Guarda

Hotel bastante bom e com excelente vista, boas instalações e refeições muito variadas, saborosas e bem confeccionadas. O staff é agradável e muito prestável e atencioso. Os únicos pontos negativos são a distância do centro da Guarda e o barulho do exaustor da cozinha que se ouvia aquando a permanência na piscina.

6. Muito bom

Gostei muito do Hotel, limpo, muito bonito, com um bom Spa. Fizemos a refeição no Hotel a comida é agradável e o staff muito atencioso. Quarto muito espaçoso, e bem decorado. Com estacionamento privado e o espaço interior muito bem decorado. Para repetir!

7. Recomendo

É um hotel com ótimo custo-benefício. É amplo, confortável e limpo. O serviço é bom e tem um ótimo café da manhã. O estacionamento é limitado e não dispõe de facilidades para portadores de deficiências.

8. Bastante bom

Bom serviço no atendimento, os quartos são bastante espaçosos, o nosso tinha uma varanda grande, só lá faltavam umas cadeiras para aproveitar o espaço. Jantamos no hotel e a comida era buffet, mas bastante diversidade e bem confeccionada.

9. Soberbo

Hotel de excelência com quartos muito amplos com varanda, cama confortável e decoração simples com bom gosto. Limpeza top. Pequeno almoço variado. Staff muito atencioso e simpático. A localização é excelente por estar na periferia da Guarda, o que torna este hotel calmo e tranquilo.

Por ter sido um fim de semana em trabalho, não consegui usufruir da piscina interior, sauna ou ginásio, mas pareceram-me excelentes. A voltar certamente, mas em contexto de passeio.

10. Spa muito mau

Não consigo compreender que um hotel de 4 estrelas, com uma área de spa bastante degradada. Piscina que pode ser usada por pessoas não hóspedes. No fim de semana esteve cheios de miúdos e respetivos pais. Com barulho constante. Acho que os hóspedes deviam ser avisados. Tudo o resto no hotel é bom. Mas por favor não digam que tem SPA.

1. Muito acolhedor

Hotel bastante acolhedor! Os funcionários muito simpáticos, sempre prontos a ajudar e a esclarecer alguma dúvida! O jantar no próprio hotel foi 5 ☆! Quem tem filhos, local ótimo para as crianças, em que os próprios funcionários tratam

as crianças pelo próprio nome. E há um espaço com crianças em que desenvolvem atividades. Ótimo local para aproveitar uns dias para descansar! Com muita vontade de voltar!

2. Muito bom

Jantamos no restaurante do hotel e a comida é muito boa, caseira e reconfortante. Ótimo buffet: desde saladas, uma em especial com manga e mozzarella, os pratos quentes e sobremesas muito boas. Preço qualidade muito bom.

3. Hotel muito bom!

Gostei de tudo exceto da cama que é muito desconfortável, o colchão muito duro impede um sono reparador. O ar condicionado também é barulhento, mas durante a noite, penso que fazia menos barulho. Excelente piscina!

4. Descanso

Hotel simpático com ambiente familiar e um atendimento que nos faz sentir em casa. Recomendo para viagem com crianças. Muito satisfeito. Localização excelente para passear em redor da cidade. A oferta gastronómica foi muito agradável.

5. Acolhedor, confortável e amigável

A estadia no hotel foi muito agradável, com uma receção muito simpática quer no check in/out, no quarto, da equipa de limpeza, do restaurante e do spa. As áreas comuns do hotel são decoradas sob a temática da lã, o que confere ao espaço uma sensação muito confortável e acolhedora... Fiquei curiosa para saber como se adaptam ao calor do verão da serra :) A sala de refeições é muito agradável. O PA é bom, com vários tipos de pão, compotas, mel de favo, cereais (inclui nestum e cerelac), bebidas vegetais, a máquina de café é espetacular e tem uma máquina fantástica de fazer panquecas! A piscina interior é enorme e muito bem climatizada. Já a exterior me pareceu pequena. Os quartos são confortáveis, o AC funciona bem, mas há pouco espaço de arrumação, o que para estadias longas

pode ser complicado. Altamente recomendável, com uma relação qualidade/preço muito agradável.

6. Comemoração de aniversário de casamento

Tínhamos algumas expectativas sobre este Hotel que pertence ao mesmo Grupo do H2Hotel que também conhecemos. Por esquecimento nosso desperdiçamos um vale de desconto de 15% que ficou em casa o que nos deixou tristes por não ter sido possível ultrapassar a situação, uma vez que apenas aceitariam que o vale chegasse fisicamente até à hora do check-out menos de 48 horas depois, o que era impossível. Ainda tentámos que aceitassem provisoriamente a digitalização do vale e envio físico posterior, mas nada resultou. Ultrapassado este primeiro momento fomos agradavelmente surpreendidos pela decoração especial do quarto e a oferta de um pequeno bolo comemorativo da ocasião especial. O quarto era pouco insonorizado e a janela da casa de banho deixava passar o vento. O Hotel não disponibilizou estacionamento coberto (foi-nos dito que estava em manutenção), A piscina interior é bastante grande e a temperatura da água boa (quente).

No entanto sentimos a falta de jatos de água ou outras comodidades existentes no H2 Hotel. Pequeno almoço regular e comemos 3 refeições no Hotel que foram medianas. Foi sempre recomendado o Buffet por oposição à comida à la carte e, embora o preço fosse agradável para um Hotel (buffet sem bebidas entre 15 e 16€ por pessoa), a qualidade e a variedade podia ser maior e melhor, sendo que alguns itens esgotavam rapidamente e eram substituídos por opções diferentes..... De salientar bom WIFI e a simpatia dos colaboradores do Hotel. Existem outros Hotéis no interior do País com melhores condições e melhor preço.

7. Excelente estadia

Fim de semana fantástico com toda a atenção do Staff, excelente atendimento e muita simpatia de toda a equipa do hotel, desde a nossa chegada na receção, ao

pequeno almoço e jantar. Pequeno almoço com muita variedade, ao jantar a opção buffet, preço muito justo €16,50 menu completo por pessoa e de muito boa qualidade. Quarto espaçoso e confortável e bem insonorizado. Certamente regressar em breve. Muito obrigado a todo o Staff.

8. Fantástico serviço, sem glúten



Passámos o último fim-de-semana na Serra da Estrela e ficámos no Puralã devido ao facto de eu ser celíaca. Foi, sem dúvida, dos locais onde já fiquei onde me senti mais bem acolhida, mais "em casa", mais segura em relação à situação alimentar. Os funcionários são de uma simpatia e disponibilidade totais; o ambiente é acolhedor e muito agradável, para além de charmoso; as instalações são muito boas igualmente (quartos, sala de refeições, espaços comuns, piscina, etc). Destaco obviamente o serviço de refeições, onde fui tratada de modo especial sem dúvida e sempre com todo o cuidado. Deixo fotos abaixo dos pratos de um jantar, um almoço e um pequeno-almoço, assim como o menu para celíacos. Sem dúvida, uma experiência a repetir!

9. Hotel muito familiar!

Tiramos uns dias de férias para relaxar e fazer nada! Este hotel sem dúvida que corresponde às expectativas. Hotel num local sossegado, apesar de estar super bem localizado, com um shopping a poucos metros e hipermercados muito próximos. Quem pretender passar uns dias sem ouvir crianças não aconselho este hotel, porque é realmente um hotel muito familiar, com aulas de natação para crianças (até externas, deu-nos essa sensação). As refeições são ótimas, jantamos todos os dias pelo hotel e optamos sempre pelo serviço de Buffet e nunca desiludiu. Podemos comer o que quisermos dentro da ementa buffet e tudo com máxima qualidade, pratos muito bem confeccionados, parabéns ao chef! O staff é supersimpático e muito preocupados em saber se a nossa estadia está a corresponder às expectativas. Fizemos duas massagens e as massagistas são extremamente simpáticas e profissionais. A quem puder experimentar,

aconselho a massagem de velas quentes. Aconselho o hotel a quem quer realmente descansar, porque quem pretender conhecer deu-nos a sensação de que pela zona não há muito que ver.

10. Maravilhoso

Hotel muito acolhedor, cheio de amor e paz no seu interior. Viemos em família, e foi tudo muito bom, desde a piscina a zona para crianças brincar. Alimentação com alta qualidade e deliciosa. Staff muito simpático e disponível. A voltar, e aconselho a toda a gente. Melhor hotel da Covilhã  

1. Estadia curta, mas agradável

Eu e a minha mulher estivemos de novo hospedados neste hotel. O edifício, construído de raiz para a função, não é muito recente, mas constitui, ainda hoje, um belo e amplo imóvel, cujo interior, como soubemos, tem vindo a ser objeto de intervenção, o que tem permitido manter a qualidade do espaço físico. Localiza-se numa zona da cidade onde o tráfego automóvel não é muito intenso e onde encontramos muitos espaços livres. Assim, foi muito fácil estacionarmos a nossa viatura no exterior e, caso necessário, poderíamos recorrer ao estacionamento próprio do hotel.

O hotel Vanguarda dispõe de amplas salas e, também, espaços interiores agradáveis. Os rececionistas foram eficientes e, na receção, é disponibilizada muita informação escrita sobre locais de interesse para uma visita turística. O quarto que nos foi disponibilizado era amplo, e dispunha dos requisitos que consideramos como essenciais, como uma cama com colchão confortável, ar condicionado, mini-bar, televisão, entre outros. O quarto, com varanda, pela sua localização (lado traseiro do hotel) permitiu-nos olhar para tudo aquilo que a vista alcança do amplo vale existente na zona do hotel. O pequeno almoço, integrado no preço, em self-service, satisfez-nos plenamente tanto pela quantidade como pela qualidade do que nos foi apresentado. Esta unidade

hoteleira tem ainda a particularidade de nos permitir aceder ao centro urbano, a pé, sem quaisquer dificuldades. Em suma, o Hotel Vanguarda foi, de novo, uma boa opção de escolha, considerando, em particular, a relação qualidade-preço.

2. Má experiência

Hotel acolhedor, limpo, no entanto ouvem-se barulhos dos outros quartos. Staff do pequeno almoço não corresponde de à simpatia do restante staff, funcionária não nos deu talheres e chávenas para café, apesar de lhe pedir, e de faltarem 15 minutos para encerramento do pequeno almoço.

3. Acolhedor

Muito bem situado. Quarto bem decorado e grande. A casa de banho foi um ponto a favor, grande, espaçosa e com uma banheira incrível. Pequeno almoço diversificado e com produtos frescos. Staff muito atencioso.

4. Confortável

Hotel agradável e acolhedor. Quantos confortáveis, com bom isolamento e uma vista fantástica. Bom pequeno almoço. Praticamente localizado no centro da cidade. Funcionários muito prestáveis. Não foi a primeira vez nem será a última.

5. Muito bom. Um 3 estrelas que supera alguns de 4 onde já fiquei.

Atendimento com excelentes profissionais, seja na receção, no bar, restaurante e restantes serviços. Quanto à higiene geral incluindo os quartos simplesmente perto da perfeição e nada a dizer. Sala de Jantar fantástica onde podemos desfrutar de uma bela paisagem assim como a beleza do por do sol. Local sossegado e com bom estacionamento. Em relevo a Honestidade a quem louvo da(o) profissional que encontrou algo importante por mim esquecido no quarto e que mal foi encontrado se prontificaram a me telefonar assim como terem o trabalho de me reenviarem pelos correios o meu publico muito obrigado a todos.

6. Baixa relação qualidade/preço

Hotel moderno, limpo e de boa traça arquitetónica. Vistas relaxantes. Localização com bom estacionamento (e não é preciso estar a pagar pela garagem

privativa, porque há mesmo muito espaço exterior). Inadequado para ir a pé até ao centro histórico da cidade, embora o staff tenha recomendado em contrário. Staff no limite mínimo de simpatia, embora profissionais e prestáveis. Grandes (e ridículos) problemas de segurança: 1) janelas dos quartos a oeste com abertura até quase ao pé e, no entanto, com uma apenas duas barras de alumínio baixas a separar uma queda descuidada de 15 m... 2) há também 2 fossos no seu interior ao lado dos elevadores a toda a altura do hotel, apenas protegidos com gradeamento de uns 50 cm do chão. Portanto, nada adequado para crianças ou para hóspedes com vertigens. Pequeno-almoço continental com muita escassez no reabastecimento. Pela primeira vez vi hóspedes a fazerem fila para tomar um pequeno-almoço! Outra nota negativa, embora pessoal: reservei e paguei (no Booking.com) um quarto com varanda. No entanto, fiquei num quarto sem varanda, e paguei o mesmo, e que não foi pouco. Além disso, embora já tenha consumado e pago a estadia, o hotel mantém-me cativado no cartão de crédito, até à data, metade do valor da reserva. Estabelecimento caro para a qualidade oferecida.

7. Excelente hotel

Hotel que merece mais estrelas do que possui. Local alto, bem situado e com vista maravilhosa. Atendimento primoroso, excelente café da manhã. Garagem espaçosa. Apartamento muito confortável e excelente custo-benefício.

8. Excelente

Muito bom. É um hotel de 3 estrelas muito melhor que alguns de 4 estrelas. Recomendo vivamente. Excelente serviço, refeições ótimas, o bar no último andar é muito bom. O restaurante além de ser em conta tem uma variedade enorme.

9. Categoria 3 estrela, mas dou 4

Estive na Guarda por 1 dia, e esta foi minha opção por ficar próximo do meu compromisso, e minha surpresa foi imensa. Pela limpeza, espaço, conforto e

atendimento.... Muito próximo ao centro histórico e a ótimos restaurantes, este hotel é sem dúvida alguma, uma grande escolha. Parabéns.

10. Recomendo

Hotel oferece as comodidades necessárias para uma estadia em negócios ou em lazer. Localização boa, atendimento simpático. Staff competente (receção, limpeza e bar) e atencioso. Quarto com boas áreas, desafogadas, com varandas a toda a largura. Quarto sempre quente! Áreas comuns sempre asseadas e com boa apresentação. Pequeno-almoço muito bom. Com diversidade. A parte traseira do hotel permite uma exposição para a paisagem natural. Sugestões: Alterar o gel de banho - fraca qualidade, dispor na receção de base de dados da restauração atualizada - dias de encerramento, horário de abertura.

1. Melhor do que esperava, muito bom!

Já contávamos ir ao Spa e ao Ginásio, e na verdade acho que nem tínhamos explorado muito o álbum de fotos do Hotel (ou já nos tínhamos esquecido) ... e foi uma excelente experiência! O hotel tem um atendimento muito bom, os quartos são muito agradáveis, com pormenores a fazer lembrar um ginásio (o pormenor das portas das casas de banho faz lembrar as portas dos balneários ou, melhor que isso tudo, a pista de atletismo no chão do hall de entrada). Pequeno almoço muito bom. Fomos ainda ao banho turco e ao ginásio, que, apesar do espaço ser reduzido, está mais que habilitado para várias pessoas. Muito bom, a repetir!

2. Experiência excelente

Fizemos reserva através de uma plataforma na internet. Ligamos a pedir se poderíamos ter um quarto com banheira. Ao chegar tínhamos um excelente quarto com banheira, e uma vista deslumbrante. A limpeza estava impecável. Experimentamos o banho turco gratuitamente (a sauna estava em manutenção).

O pequeno almoço foi ótimo com produtos frescos e de qualidade. Todos os funcionários foram super disponíveis e atenciosos.

3. Bom e original

Excelente hotel simples, mas muito bom. Decoração e fardamento adequado ao nome do hotel. Bom pequeno almoço excelente limpeza, simpatia, vale apenas visitar se vier pernoitar a Covilhã sem dúvida uma agradável surpresa.

4. Grande melhoria

Antes das obras e da mudança de nome, ainda cheguei a instalar-me no Covilhã Parque Hotel. A diferença é substancial. Os quartos e os WC estão muito melhorados, contudo nota-se que os acabamentos foram feitos um pouco à pressa, nalguns locais a pintura não está homogénea, o pavimento também tem algumas irregularidades, mas nada que comprometa a avaliação final. A insonorização também melhorou. Os pequenos almoços são bons. Já estive em hotéis 4* com condições bem piores. A limpeza é excelente. O ambiente é muito descontraído. O meu filho adorou o hotel. A vista dos andares mais elevados é espetacular. Só não sabia que tinha lugares para carros elétricos com posto de carregamento. Na Covilhã é muito difícil carregar um carro elétrico. Só não levei o meu carro elétrico porque não sabia...

5. É FANTÁSTICO

O sítio é excelente, porque os quartos, o bar, etc, está limpo e arrumado e tem muitas limpezas, e não precisas de mapa. E esse sítio é cem por cento limpo e cem por cento fantasticamente muito bom.

6. Diferente, mas muito fixe!

Realmente hotel de conceito simples, ambiente muito descontraído embora afável e eficiente. Quartos muito aceitáveis, particularmente os que ficam no andar mais alto pois permitem uma vista espetacular sobre a cidade!

7. AGRADÁVEL

Hotel com excelente localização. Quartos generosos, muito bem equipados. Staff simpatiquíssimo. Limpeza muito boa. Pequeno almoço agradável. Não utilizamos o SPA, no entanto este está disponível para hóspedes.

8. Prático e bem localizado

Não tem restaurante. Mas o café da manhã é bem razoável. Instalações modernas. Área de armário aberta. Frigo. Tv de tela grande. Não tem cofre. Banheiro cheirando a novo, ainda que o boxe seja acanhado. Bem localizado, próximo ao centro da cidade e de bons restaurantes. Tem estacionamento e é boa a relação benefício-custo.

9. Novo, funcional e confortável

O que eu gostei: Hotel com decoração bem moderna, muito limpo e bem cuidado. Parece bem novo. Quartos confortáveis e com uma ótima área para apoiar duas malas, o que não é comum. Cama grande, muito confortável, travesseiros macios, lençóis e toalhas de boa qualidade. Bom café da manhã, com produtos frescos e variados. Bom atendimento. Da varanda do nosso quarto tinha uma vista fantástica, da cidade de Covilhã. Só ficamos uma noite e não utilizamos outros serviços do hotel, mas na recepção há uma área para pequenas refeições, onde eles disponibilizam bebidas, máquina de café, sanduíches etc. e uma pequena cozinha, com forno, grill, chaleira, enfim, tudo muito prático e acessível aos hóspedes. Achei uma grande ideia, para lanches rápidos. Tem estacionamento gratuito, na rua de trás, com entrada pelo sétimo piso, do hotel. O que eu não gostei: A área da banheira não possui qualquer barra de apoio, para a pessoa se segurar, especialmente ao entrar e sair, o que considero um risco. Sugiro instalar barras, para evitar quedas.

10. Descobrir a Arte Urbana na Covilhã

Uma visita à Covilhã para ver a Arte Urbana espalhada pelos edifícios da Covilhã, a não perder. Aproveitamos para dar uma volta pelos arredores e acabamos na praia fluvial de Unhais da Serra, muito gira.

1. Estadia 3 noites (incluindo réveillon): Serviço top, staff muito atencioso e atento, ambiente familiar, ideal para famílias. Hotel com instalações confortáveis, já tínhamos estado neste hotel há 15 anos e a boa impressão manteve-se, a voltar.

2. Visita em trabalho: Muito boa comida, tinha um bom ambiente, quartos eram limpos e piscina fabulosa, sítio muito calmo para descansar e relaxar um pouco da vida da cidade. Fazem muita poupança a nível de energia e reciclagem.

3. Agradável e tranquilo: Hotel simples, mas agradável. Staff muito simpático e atencioso, desde a receção até aos funcionários do bar. Piscina grande com parque para crianças e mesa de Ping pong. Bom pequeno almoço. Praias perto, mas necessário levar carro.

4. Agradável: Hotel agradável. Muito simpáticos na receção. Disponibilizam toalhas para a piscina. Pequeno almoço simpático. Acesso ao wi-fi nos quartos e a água a consumir nos quartos, não era paga. Tudo limpo e simples. Foi uma boa experiência.

5. Hotel tranquilo e agradável: Hotel inserido numa vila, Vila Nova de Santo André, com acesso rápido a praias, lagoas e atividades de lazer. É um complexo relativamente pequeno, mas organizado e agradável. Os quartos estão bem equipados com televisão (têm Sport-TV) e quarto de banho completo. A piscina é ampla e são fornecidas pelo Hotel toalhas para usufruto da mesma. O pequeno almoço é muito bem confeccionado e composto por diversas alternativas. Este hotel é integrado por um staff muito atencioso e prestável a qualquer dúvida ou questão que tenhamos. Existe Internet gratuita em todo o Hotel.

6. Tempo de descanso: Foram uns dias muito bem passados. O espaço corresponde ao esperado, preço qualidade muito equilibrado. Equipa espetacular, supersimpática e muito atenta. Muito limpo, espaço de piscina muito agradável e um restaurante que se recomenda.

7. Bom Hotel: Excelente pequeno almoço com produtos regionais de qualidade, parque infantil exterior para crianças, piscina exterior, o restaurante não experimentei, uma excelente opção para pernoitar no Alentejo.

8. Se fossem todos assim.... Por erro meu selecionei a data errada para a minha visita e só me apercebi quando cheguei à receção. Felizmente o staff do Hotel foi incrível e mesmo não havendo mais quartos duplos disponíveis colocou-me numa suite pelo mesmo valor! Vou certamente voltar e por mais tempo.

9. Alentejo do melhor. Excelente hotel em pleno Alentejo. Filosofia ecológica com recurso à cortiça no chão dos quartos e na parede. Ambiente tranquilo e acolhedor. Bom e variado pequeno almoço. Excelente relação qualidade / preço.

10. Excelente hotel: Excelente serviço, limpeza impecável e funcionários muito simpáticos e acessíveis! Recomendo. Excelente estadia num ambiente super calmo! Hotel muito acolhedor. Pena o tempo não ter ajudado para aproveitar a maravilhosa piscina, mas valeu pelo sossego.

1. Estadia dos sonhos

Minha estadia no Vila Vita foi perfeita. Os funcionários são supersimpáticos e prestativos. A concierge, muito eficiente, organizou nosso passeio à linda praia de Benagil bem como deu dicas de lugares para visitar. As instalações, além de lindíssimas, são super limpas e bem conservadas. Para melhorar ainda mais, ganhamos um upgrade de quarto, para a suite Oasis, uma acomodação de 2 quartos com um rooftop com vista pro mar. Não utilizei as piscinas nem spa, mas fui à praia particular do resort, que é linda e com serviço de toalhas.

Os restaurantes são maravilhosos, variados (cozinha oriental, internacional, portuguesa, grill) e a comida de excelente qualidade. Os bares têm bartenders simpáticos e drinks excelentes. Só o preço das refeições que achei um pouco caro, mas pela qualidade, valeu a pena. O local é um convite ao relaxamento, contemplação da natureza e descanso. Tanto o excelente atendimento quanto as instalações fizeram com que minha estadia fosse perfeita. O melhor resort no qual já me hospedei. Pretendo voltar mais vezes e agradeço por toda a atenção que recebi!

2. Muito bom, mas este ano pela primeira vez com alguns problemas

Muito bom, mas este ano pela primeira vez com alguns problemas. Há cerca de 20 anos que voltamos à Vila Vita. Gostamos muito de tudo, mas em especial do serviço que sempre foi inexcelável. Este ano notámos diferenças pela primeira vez no funcionamento caótico do pequeno almoço e também na pouca preparação e sentido de serviço de muitos dos novos funcionários. Felizmente restam algumas pessoas que continuam a fazer do Vila Vita um sítio especial: a equipa do Delfim com a extraordinária Ermelinda. A Tânia no atlântico a compensar o caos e pouca simpatia da maioria dessa equipa. Espero sinceramente que tenha sido um ano excecional e que no próximo volte tudo ao que sempre foi e que faziam do Vila Vita o hotel com o melhor serviço em Portugal.

3. Perfeito.

Perfeito em todos os parâmetros avaliados, numa estadia de 5 noites. Muito boa relação custo/benefício. Localização excecional. Serviço excelente. Pequeno almoço fantástico. Pena o Ocean estar encerrado. A voltar sempre.

4. Porsche Clubs

Excelente unidade Hoteleira, com serviço de um verdadeiro 5 estrelas. Atendimento do melhor que já utilizei. Refeições com pratos muito bem confeccionados. Salas de reuniões e de eventos a dimensão desejada.

5. Fazer férias em Portugal!!

Excelente hotel para um fim de semana ou mais!! Serviço excelente, pequeno almoço muito, muito bom, funcionários com um grande foco no cliente, health center bem equipado, bom quarto e excelente a variedade possível em termos gastronómicos. Vamos voltar!!

6. "Paraíso á beira-mar plantado"

Voltaremos sem sombra de dúvida! Desde a simpatia e disponibilidade do staff, à maravilhosa vista sobre o mar, ao excelente pequeno almoço, o conforto e o silêncio no quarto, belíssimos jardins cuidados e fantásticos restaurantes, irrepreensível! Parabéns a toda a equipa.

7. Maravilhosa

Ficamos em um quarto externo ao hotel porque era a opção com micro-ondas e de maior espaço. Para quem viaja com bebê é uma facilidade. Quarto impecável, ótima limpeza, berço confortável em madeira. Farto café da manhã. A estrutura do hotel é maravilhosa, várias piscinas, estrutura para crianças. Várias opções de restaurantes, portugueses, japoneses, internacional, um restaurante dentro de uma adega. Praias às margens do hotel. Atendimento ótimo. Meu bebê aproveitou muito. Queremos voltar novamente.

8. Avaliação OUT2019

Um hotel muito agradável e muito confortável. Optámos por um jantar na Adega de Vinhos, que é um local extraordinário e único. Um reparo apenas para o nível de serviço do restaurante - o atendimento não foi do nível esperado.

9. Impecável!

Hotel impecável em cada detalhe: estrutura, funcionários, alimentação e decoração. Tem estrutura de lazer e restaurantes separadas para adultos e adultos com crianças. Quarto espaçoso, clean, limpeza realizada duas vezes ao dia.

Funcionários extremamente educados e solícitos com as necessidades do hóspede. Possuem menu kids nos restaurantes. Recomendo para casais e famílias.

10. Rigor

Já fiquei hospedado três vezes no Vila Vita Parc, mas infelizmente este ano o serviço a que estava habituado decaiu. A abertura de cama que era tão bem preparada e distinta pelo serviço de quarto, aconteceu somente uma vez numa estadia de uma semana! Desde a falta de chocolates, reposição de café e água, entre outras falhas foram flagrantes. O serviço de praia foi igualmente negativo este ano, o rapaz limitava-se a dar toalhas e continuava logo a seguir à conversa com o nadador salvador em linguagem pouco própria para quem está a ouvir. O trabalho do nadador salvador é a vigilância da praia junto ao mar e não sentado junto às espreguiçadeiras na brincadeira com os colaboradores do Hotel!

1. Experiência mágica

Pense num lugar onde tudo é lindo. Adicione a esta beleza, excelência no serviço, sofisticação e muito conforto. O resultado desta soma é a Herdade do Grous. Não é surpresa alguma que o Alentejo e o Vale do Douro são os dois destinos enoturísticos mais estruturados de Portugal. Ambas as regiões dividem o posto de maiores e mais conceitadas D.O's do país. Mesmo assim, tudo que vi e vivenciei no hotel desta vinícola me surpreenderam positivamente. Natureza belíssima, ótimo restaurante, quartos lindos e muito bem equipados, serviço cortês e eficiente, lazer bastante completo (duas piscinas, sauna, sala para leitura) e vinhedos mágicos, tudo isso compõe magistralmente a Herdade do Grous. Apesar de tudo ali ter me surpreendido positivamente, o quarto onde nos hospedamos foi além. Banheiro enorme (todo em mármore), móveis belíssimos e luxuosos, enxoval de primeira qualidade, aquecimento de toalhas e piso, cama kingsize, armários espaçosos e ótimos amenities tornam a acomodação fantástica

e à prova de críticas de hóspedes extremamente exigentes e experimentados no mundo da hotelaria de alto luxo. Por fim, destaco os ótimos vinhos da vinícola, em particular o moon harvest que me encantou, como também, sugiro fortemente que reserve algumas horas para passeios de bicicleta pela extensa área do hotel e pelos encantadores vinhedos da propriedade.

2. Almoço em grande estilo

Fomos a Herdade para um almoço de família. Lugar lindo, bem cuidado e com atendimento primoroso. A comida é deliciosa e a harmonização com os vinhos é perfeita. Vale visitar a Herdade nem que seja só para uma refeição.

3. Jantar de Natal e Curso

Jantar espetacular em convívio com colegas de curso, onde conhecemos alguns locais bonitos na Herdade! Recomendo vivamente, é uma herdade linda, infelizmente só a visitei de noite, mas de dia deve ser ainda melhor! Tudo bem organizado e higiene espetacular.

4. Hospedagem Impecável!!

Desde nossa chegada, ficamos muito bem impressionados com o atendimento da equipa. O quarto é lindo e muito limpo e com uma vista magnífica!! O café da manhã é delicioso! Nota 10 para este hotel!! Fizemos uma degustação de vinhos da propriedade: uma experiência muito legal!!

5. Miniférias

Adorei a herdade. É enorme. Foi pena ser pouco tempo e não dar para visitar tudo como deve ser. A comida é ótima. Muita comodidade. Simpatia por parte dos funcionários da herdade. Tudo muito limpo...

6. Um Viva Campestre!

Por Variados motivos as pessoas procuram este local pra passar em alguns dias. A busca principal de poder saborear um bom vinho no Alentejo num lugar agradável. O Hotel desfruta de um cenário espetacular, conforto incomparável de seus quartos, e o atendimento classe A. O calor da região é convidativo pra

você entrar na piscina, degustar algumas frutas, para depois, no frescor da noite saborear os blends da Grous. Eles disponibilizam bicicletas pra você andar pelo vasto campo da fazenda.

7. Mais um pedaço de paraíso

Herdade sempre muito bem arranjada, staff bastante prestável e simpático. Possibilidade de caminhadas no interior da Herdade, de salientar a casa da árvore, a lagoa e as vinhas. Nota 10 para a nossa querida Sandra, com a sua simpatia, profissionalismo e empenho tomou conta do nosso quarto com muito carinho.

8. Sítio a voltar!

Estivemos hospedados 2 noites na Herdade dos Grous e ficámos bastante surpreendidos pela positiva: staff bastante simpático e preocupado, instalações limpas e bem conservadas e ambiente calmo e acolhedor. À chegada, receberam-nos com muita simpatia, encaminhando-nos para o quarto que ficava a 1,5km da receção. Não houve problema em encontrarmos o sítio onde iríamos dormir pois fomos devidamente conduzidos por uma funcionária do espaço. Quisemos fazer a prova de vinhos, onde nos foi explicado o processo de elaboração dos mesmos, sempre com grande sorriso e respondendo a todas as nossas questões. No final fomos encaminhados para o bar, onde provámos alguns dos vinhos feitos na Herdade. Nessa noite, quisemos desfrutar de um jantar no restaurante, tendo adorado o espaço, a comida e o atendimento. No dia seguinte andámos de bicicleta pela Herdade, e fizemos o piquenique junto ao lago. Mais uma vez, correu tudo bastante bem, superando as nossas expectativas. O único reparo que tenho a fazer (apesar de não ter sido um problema maior), é que os quartos deviam ser mais insonorizados pois quando temos vizinhos que falam alto, ouve-se como se estivéssemos no mesmo quarto.

No geral posso dizer que foi um fim de semana muito bem passado pois pudemos descansar, passear e comer bastante bem, sendo sempre recebidos com um sorriso e como se de uma família se tratasse. Sítio a voltar certamente.

9. Experiência espetacular.

Gostamos imenso da nossa estadia na Herdade dos Grous. Foi uma experiência espetacular e relaxante. Quartos muito bonitos e confortáveis. Prova de vinhos 5 estrelas. A Herdade é maravilhosa e o contacto com a natureza que a mesma oferece é algo único. Staff maravilhoso, muito simpático, muito acessível e disponível para ajudar. Obrigado a todo o staff da Herdade dos Grous pela experiência!!! Esperamos voltar em breve!!!

10. Excelente Como Sempre!!

Sou frequentadora da Herdade dos Grous há 8 anos e saio sempre com vontade de voltar. Desta vez numa estadia mais longa, uma semana de férias em agosto longe da habitual confusão normal deste mês. Quarto grande e sempre limpo. A simpatia das funcionárias da receção e das senhoras que tratam dos quartos, fazem-nos sentir que estamos em casa. Uma experiência a repetir... Obviamente!

1. Fantástico para descansar com crianças!

Gostamos muito de estar hospedados. Um resort que nos apresentou segurança e seguro para as crianças andarem na rua. Resort e villa com boa limpeza. A cozinha estava equipada e com os utensílios essenciais para fazer refeições. Sala com 2/3 sofás e muito espaçosa. Passadiços de madeira estavam em ótimas condições, e verifica-se que há cuidado na sua conservação e manutenção nos mesmos.

2. Razoável desta vez dado o tipo de casa atribuída

Adoramos a localização. Mas o apartamento para além de ter uma decoração nada de acordo com os apartamentos, era velha e colchões maus, poucos

utensílios. Pouca animação nesta época festiva. O acesso daquele lado à praia muito complicado, mas também o mar agitado não ajuda a arranjar a área de saída.

3. Fim de Ano 2019

O Pestana Troia é um sítio onde me sinto bem. Tem alguns aspetos negativos, mas o balanço global é positivo e saio sempre de lá a pensar em voltar. A beleza de contemplar o pôr-do-sol da praia ou do passadiço ou do bar compensa algumas adversidades que tenho tido com aspetos mais funcionais das moradias, que em alguns casos, já necessitam de intervenções de manutenção.

4. Instalações deficientes

Localização muito boa, falta de produtos de higiene, ausência de limpeza, casa de banho deficiente, cheiro a canalização dentro da casa, bom atendimento na receção, todo o espaço envolvente muito bom e tranquilo.

5. Fim de semana Eco.

Excelente oportunidade para aproveitar a natureza campo/praias. Instalações efetivamente em ambiente ecológico. Vale a pena para quem gosta de este tipo de turismo. Complexo perfeitamente integrado no ambiente. Facilidade de acesso via Ferry. A 4 kms da "confusão" de Tróia.

6. Maravilhoso

Deparei-me com uma casa de sonho, em que consegui desfrutar de um ambiente totalmente fora do que estou habituada, zona extremamente calma e um staff muito simpático, sempre atencioso. Aconselho, a quem consiga, não perca esta oportunidade de sonho. Voltarei sem dúvida. Obrigada a todos.

7. Resort ideal para descansar e disfrutar dos espaços naturais.

Resort muito agradável para descansar, que tem como melhor cartão de visita, a parte natural. Quartos a precisar de melhor limpeza e manutenção. Construção pouco sustentável apesar de ser um "ECO Resort". Falta de pequenas atenções

básicas: oferta de água, chá e café. São detalhes simpáticos, para alojamento deste tipo de classe média alta.

8. Natureza e Praia

O eco-resort é um lugar fantástico para relaxar e descansar. Está harmoniosamente localizado entre a natureza e a praia, permitindo passeios agradáveis ladeados pela vegetação e aromatizados pela brisa marítima. A villa onde ficámos era muito agradável, com boa limpeza e muito bem equipada. Todos os pedidos foram facilmente resolvidos pelo staff. Um refúgio ideal perto de Lisboa. A repetir.

9. Experiência que esperamos repetir em breve!

Esperamos voltar em breve sentir o cheiro do mar na janela do quarto, a tranquilidade do espaço, as espreguiçadeiras para o solinho da tarde, e as estrelas à noite. O campo, a areia da praia, ao acordar de manhã e beber café na rua, logo ali... ao sair do alpendre!!!

10. Um pedaço de paraíso

A localização do resort convida ao relax e ao contato com a natureza. A praia é excelente, com acesso privativo onde se pode desfrutar do sol e do mar num ambiente tranquilo e espaçoso. As infra estruturas de apoio, com as piscinas interior e exterior, os campos de Padel e Ténis, ginásio, são excelentes formas de entretenimento para toda a família. Dispõe ainda de uma SPA, onde se podem realizar vários tipos de massagens e tratamentos de corpo e rosto. O apartamento é espaçoso e bem decorado, os quartos são confortáveis com amplas janelas, oferecendo todas as comodidades para uma estadia excepcional. Recomendo o Eco village, pela proximidade da praia e das piscinas.

1. Nunca antes visto

Hotel 5 estrelas que para meu espanto de 5 estrelas não tem nada, uma vila espaçosa, mas muito mal equipada. O sofá é duro, o colchão da cama ainda mais duro, fiz o check-in a noite e a receção não tem qualquer sinalizador. Estou "preso" dentro do meu próprio quarto visto que as janelas têm gradeamento que não dá para abrir apesar de ter um botão para supostamente abrir o tal gradeamento. O minibar estava completamente vazio e após ligar para a receção me informaram que não tem serviço de minibar apesar de aqui dizer que tem, como não trouxe água lá tive de beber da torneira. A banheira a primeira coisa que encontrei foi um tufo de cabelo. Vista agradável para quem só quer chegar ao quarto e tomar um banho para descansar. No fim de tanta coisa má o meio ambiente que rodeia a vila e o sítio é mesmo a única coisa que vejo de bom aqui.

2. Excelente

Desde o quarto (conforto, tamanho da cama, varanda com vista e produtos fornecidos), pequeno-almoço muito completo e com qualidade, espaços envolventes, piscina, sauna e banho turco e terminando na simpatia e competência de todos os funcionários, tudo nestes 3 dias foi excelente! Um sítio muito bonito e sossegado para relaxar.

3. Fantástico quarto e staff.

Eu e a minha esposa, casados de fresco, decidimos passar duas noites no Quinta da Marinha golf resort, o foi fantástico desde os arranjos que fizeram para nós, a cama super grande e o quarto com varanda e vista para os campos. Muito obrigado e voltaremos de certeza.

4. Sempre muito bom regressar

Mais uma vez gostamos. O ambiente deste hotel faz lembrar os resorts da Ásia. Pessoal muito profissional e atencioso. Pequeno almoço muito completo. As ofertas do spa são imensas. Muito perto de Lisboa e parece que fomos de férias. Vamos voltar.

5. Melhor era Impossível.

Estive com a minha mulher a passar o aniversário de casamento. Foi tudo perfeito. Desde a quarto fantástico, a equipa atenciosa, a proximidade do mar, a serenidade da zona da piscina com uma vista maravilhosa, pequeno-almoço onde não falta nada. O spa também espetacular.

Enfim foi tudo muito bom, gostamos tanto que combinei com a minha mulher passarmos a fazer desta experiência uma tradição anual de celebração do nosso casamento! Parabéns equipa Qta da Marinha Resort!

6. Um Verdadeiro 5 estrelas

Excelente hotel, com uma arquitetura interior interessante; bons e espaçosos quartos; ótimo nos espaços exteriores e uma excelente piscina, spa, sauna e banho turco. O pequeno almoço superlativo. Excelente para descanso ou para quem pretenda jogar golfe.

7. Muito agradável

Hotel moderno, grandes espaços com muita luz natural. Calmo e recuperador o hotel permite desfrutar de um ambiente relaxante a 5 minutos da agitação de Cascais. Restaurante muito bom, campo de golf, piscinas interior e exterior e um ótimo Spa.

8. Sempre bom!

Localização do Hotel é privilegiada! Quarto amplo e com varanda e vista sobre um belo campo de golfe. Café da manhã ótimo com muitas opções tendo uma secção de pastelaria e pães fenomenal. Destaque para o atendimento do staff! Melhor impossível e muito personalizado!

9. Excelente fim de semana

Quarto agradável, ambiente muito tranquilo e relaxante, contacto próximo com a natureza. Particularmente agradável o coaxar das rãs durante a noite no lago existente junto ao Hotel. O inconveniente era o ruído das crianças bem cedo na piscina :)

10. Visita de descanso

Decidimos visitar o Quinta da marinha resort e achamos que o hotel dispunha de uma vista espetacular, sossegada e muito acolhedora. Os empregados supersimpáticos e atenciosos. Quarto muito limpinho, produtos fornecidos pelo hotel espetaculares, mas em contrapartida achamos os preços de bar e refeições um exagero. Não existem cinzeiros nas varandas pois quem é fumador não tem de mandar as beatas para o jardim conforme vi imensas. Não gostei da cama. Quando solicitei a reserva referi que pretendia uma cama de casal e fiquei com 2 camas juntas de corpo e meio. Não existe jacuzzi.