

# V JORNADAS CIENTIFICO-PEDAGÓGICAS DE INOVAÇÃO E SUSTENTABILIDADE

MOBILIDADE E CIRCULARIDADE:  
TERRITÓRIOS INTELIGENTES E SUSTENTÁVEIS

10 e 11 de outubro de 2023

Livro de Atas

O presente volume integra textos referentes a comunicações realizadas no âmbito das V Jornadas Científico-Pedagógicas de Inovação e Sustentabilidade - “Mobilidade e Circularidade: Territórios Inteligentes e Sustentáveis”, realizadas no dia 10 e 11 de novembro de 2023, no Instituto Politécnico de Setúbal.

Evento	V Jornadas Científico-Pedagógicas de Inovação e Sustentabilidade. "Mobilidade e Circularidade: Territórios Inteligentes e Sustentáveis"
Título	Livro de Atas das V Jornadas Científico-Pedagógicas de Inovação e Sustentabilidade "Mobilidade e Circularidade: Territórios Inteligentes e Sustentáveis"
Lugar	Politécnico de Setúbal, Portugal , Portugal
Data	10 e 11 de novembro de 2023
Editor	Politécnico de Setúbal, Portugal
Editores	Duarte Xara-Brasil Luísa Cagica Carvalho Leonor Vacas de Carvalho Sandrina B. Moreira Susana Galvão Vitor Barbosa
Autores	Xara-Brasil, D. <i>et al.</i>
Capa e Paginação	Susana Galvão
Mês/Ano	Dezembro 2023
ISBN	978-989-35377-9-4



### **Comissão Científica**

A comissão Científica é composta por:

- Duarte Xara Brasil – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Anete Alberton - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) anete@univali.br  
Barbara Lamolinara - CETRADE, CEFAGE e CDRSP  
Carlos Ricardo Rossetto - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) rossetto@univali.br  
Cristina Galamba Marreiros - Universidade de Évora e CEFAGE, Portugal  
Dulce Matos – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Francisca Castilla-Polo – Universidade de Jaen, Espanha  
João Pinheiro de Barros Neto - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo PUC SP,  
Brasil  
Karla Menezes – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Leonor Vacas de Carvalho - Universidade de Évora e CEFAGE, Portugal  
Luisa Cagica Carvalho– Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Manuela Carvalho – Universidade de Lisboa; Portugal  
Rosilene Marcon - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) rmarcon@univali.br  
Rui Quaresma - Universidade de Évora e CEFAGE.  
Sandrina Moreira– Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Sidnei Vieira Marinho - Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) sidnei@univali.br  
Susana Galvão – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Vitor Barbosa – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal

### **Comissão Organizadora**

A comissão Organizadora é composta por:

- Duarte Xara Brasil – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Cristina Marreiros – Universidade de Évora Portugal – Universidade de Évora, Portugal  
Dulce Matos – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Karla Menezes – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Leonor Vacas de Carvalho – Universidade de Évora, Portugal  
Luisa Cagica Carvalho– Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Sandrina Moreira– Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Susana Galvão – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal  
Vitor Barbosa – Instituto Politécnico de Setúbal; Portugal



## A Inovação e a Sustentabilidade Aliadas à Terapia do Sono – O Caso do Sleep & Nature Hotel

*Vitorina Baptista  
Sandra Dias*

*Tutor: Leonor Vacas de Carvalho*

Universidade de Évora (Portugal)

### RESUMO:

O ritmo acelerado da vida urbana e da vida laboral, levaram ao aparecimento de novas doenças associadas a estilos de vida agitados, originando a emergente necessidade de um equilíbrio físico e psíquico do ser humano. O projeto do *Sleep & Nature Hotel*, baseia-se num conceito holístico onde a natureza envolvente promove o equilíbrio com o corpo e a mente, permitindo reunir o turismo de bem-estar com a essência de *wellness*. Com uma oferta orientada para o bem-estar físico e psicológico do organismo, reduzir as perturbações do sono e o stress são os elementos principais e diferenciadores deste projeto, um dos primeiros desta categoria em Portugal.

Situado numa zona rural e natural, num ambiente sustentável, promove a calma e reúne todas as condições para que os hóspedes possam dormir bem e relaxar.

**Palavras-Chave:** Bem-Estar; Sono; Stress; Sustentável; Verde

### ABSTRACT:

The fast pace of urban life and working life, led to the appearance of new diseases associated with hectic lifestyles, originating the emerging need for a physical and psychological balance of the human being. The design of the *Sleep & Nature Hotel* is based on a holistic concept where the surrounding nature promotes balance with body and mind, allowing to combine tourism with the essence of *wellness*. With an offer aimed at the body's physical and psychological wellbeing, sleep disturbances and stress are the main and differentiating elements of this project, one of the first of its kind in Portugal.

Located in a rural and natural area, in a sustainable environment it promotes calm and has all the conditions for guests to sleep well and relax.

**Key-Words:** Wellness; Sleep; Stress; Sustainable; Green

## 1. INTRODUÇÃO

Um projeto inovador e sustentável que promove o bem-estar dos hóspedes utilizando o contacto com a natureza para promover a melhoria das suas práticas de sono, *O Sleep and Nature Hotel*, encontra-se localizado no Monte do Vagar, na União de Freguesias de Cortiçadas de Lavre e Lavre pertencentes ao concelho de Montemor-o-Novo, distrito de Évora. A sua localização no meio da natureza proporciona um ambiente tranquilo e adequado para receber hóspedes que pretendem fugir da vida rotineira e agitada dos grandes centros urbanos e procuram descansar e dormir tranquilamente sem preocupações e sem *stress*.

Foi em 2022, na Bolsa de Turismo de Lisboa, que este projeto foi apresentado pela sua mentora, a Dr.ª Teresa Paiva, médica especialista em Neurologia e Neurofisiologia com competências em medicina do sono.

Atualmente, o *Sleep & Nature Hotel* é gerido pela *Amazing Evolution*, empresa fundada em 2012, dedicada à hospitalidade, que gere e desenvolve projetos hoteleiros em Portugal, tendo no seu portfólio mais de 20 hotéis e empreendimentos turísticos.

Trata-se de um Hotel ecológico, de 4 estrelas, com excelente qualidade, que utiliza o seu ambiente envolvente, como uma das principais ferramentas para que os hóspedes possam encontrar o bem-estar necessário para um sono revigorante, não sendo para isso necessário recorrer a terapias médicas.

O projeto do *Sleep & Nature Hotel* foi concebido optando por uma construção de baixa pegada de carbono, com sistemas de conservação energética e coletores de energia solar.

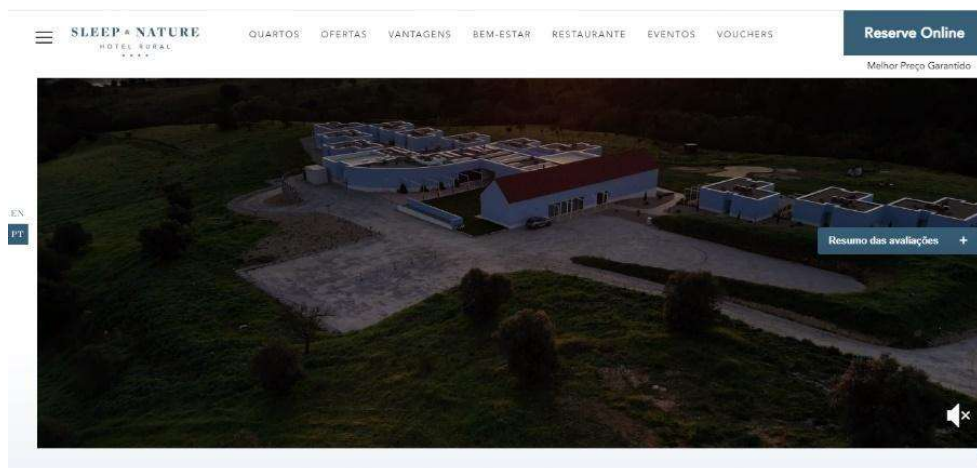


Figura 1 – Sleep & Nature Hotel

Fonte: <https://www.sleepandnature.pt>, 2023

Apoiado nos três principais pilares da sustentabilidade, o *Sleep & Nature Hotel* promove aos seus hóspedes o equilíbrio do espírito com a mente, através do contacto com a natureza, conduzindo a um relaxamento profundo, preparando o corpo e a mente para dormir.

## 2. DESENVOLVIMENTO DO CASO

### 2.1 Turismo de Saúde e Bem-estar

Para melhor compreender o conceito aliado ao projeto do *Sleep & Nature Hotel*, consideramos importante apresentar o conceito de turismo de saúde e bem-estar e enquadrar o seu papel no desenvolvimento sustentável de uma atividade turística.

De acordo com a ETC (European Travel Commission) / UNWTO (2018), o Turismo de Saúde, que tem como subprodutos turísticos o Turismo de Bem-estar e o Turismo Médico, tem vindo a apresentar, nos últimos anos, um crescimento exponencial, tornando-se um produto turístico cada vez mais relevante para muitos destinos turísticos. Este tipo de produto turístico tem apresentado um desenvolvimento único e substancial, em rápida mudança, e necessita de ser entendido, pelos vários destinos turísticos, como um importante fator de desenvolvimento sustentável de um território. Para um melhor entendimento dos termos utilizados, apresentam-se em seguida alguns conceitos:

- “O Turismo de Saúde abrange aqueles tipos de turismo que têm como principal motivação a busca pela saúde física, mental e/ou espiritual por meio de atividades médicas e de bem-estar que aumentam a capacidade dos indivíduos de satisfazer as suas próprias necessidades e funcionar melhor como indivíduos no seu ambiente e na sociedade” (ETC/UNWTO, 2018:2);
- “O Turismo de Bem-estar é um tipo de atividade turística que visa melhorar e equilibrar todos os principais domínios da vida humana, incluindo o físico, o mental, o emocional, o ocupacional, o intelectual e o espiritual. A principal motivação para o turista de Bem-estar é envolver-se em atividades preventivas, proativas e que melhorem o estilo de vida, como o fitness, a alimentação saudável, o relaxamento, o tratamento personalizado e os tratamentos curativos” (ETC/UNWTO, 2018:2);
- Finalmente, “O Turismo Médico é um tipo de atividade turística que envolve o uso de recursos e de serviços médicos baseados em evidências (invasivos e não invasivos). Isto pode incluir o diagnóstico, o tratamento, a cura, a prevenção e a reabilitação” (ETC/UNWTO, 2018:2).

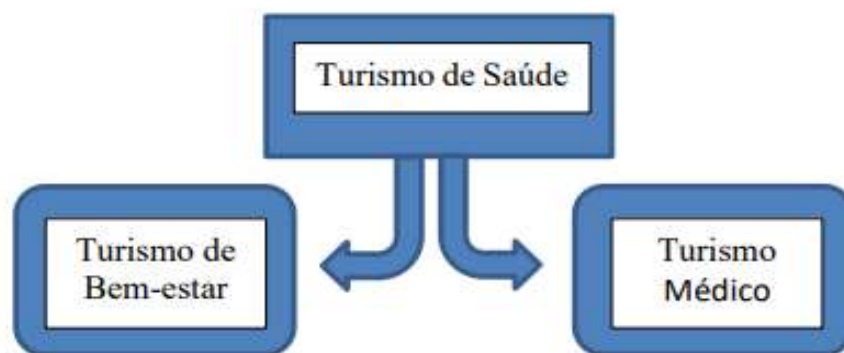


Figura 2 - O Turismo de Saúde e os seus segmentos de atividade

Fonte: Baptista, 2022

A Estratégia para o Turismo (ET) 2027, que se enquadra no quadro comunitário de apoio 2021-2027, refere que uma das tendências internacionais que tem impacto no turismo, é o facto de existir uma “crescente importância da saúde e aquisição de hábitos saudáveis” o que leva a uma “procura crescente por hábitos saudáveis e produtos de saúde e bem-estar.” Resumidamente, o turismo de Bem-estar consiste em atividades voluntárias ou serviços proativos, com vista à procura de um estilo de vida saudável, à redução do stress, à



prevenção de doenças e à melhoria do bem-estar físico e psicológico, ou seja, à melhoria do estado de saúde e da qualidade de vida.

A maioria dos autores defende a “existência de quatro vertentes de Turismo de Saúde e Bem-estar:

- a) o Termalismo, que assenta na utilização da água mineral natural para fins terapêuticos e integra, em essência, as estâncias termais;
- b) a Talassoterapia, cujas estâncias se localizam junto ao mar, recorrendo às águas marítimas para os tratamentos;
- c) o Climatismo, cujos meios de terapia envolvem o aproveitamento das propriedades curativas do clima e a qualidade do ar ambiente;
- d) a Recuperação da forma, cujo objetivo é recuperar a forma física através do desporto, da “higiene” na forma de viver, da cinesioterapia, da hidroterapia e da dietética e, ainda, do combate à fadiga e ao stress” (Cunha, 1997 in Rocha, 2011:10).

Um paradigma do turismo de bem-estar é o conceito de *Wellness*, que se deve ao médico americano Dr. Halbert Dunn, que em 1961, combinou os termos *wellbeing* (bem-estar) e *fitness* (aptidão física). Este conceito, de acordo com Sousa (2017), refere-se à procura por práticas não evasivas recorrendo aos recursos naturais existentes, para melhoria do equilíbrio físico e psicológico do organismo, com vista à prevenção de doenças e ao alcance de momentos relaxantes que contrastem com a agitação do dia-a-dia.

Assim, uma das tendências de 2023 é o turismo do sono, referindo-se a um tipo de férias com programas específicos em proporcionar aos turistas uma boa noite de sono. Consiste em promover um sono reparador, através de práticas de relaxamento e de bem-estar.

O *Sleep & Nature Hotel* pretende aliar ao lazer práticas de terapia do sono, uma vez que a privação do sono tem assumido cada vez mais importância na saúde do ser humano.

“A maioria das pessoas não dorme o suficiente. Atualmente as pessoas têm vidas onde passam longas noites a trabalhar ou a divertirem-se. No entanto, ficar sem dormir adequadamente, traz consigo consequências a curto e a longo prazo” (Smith & Puczkó, 2014: p.291). A curto prazo a falta de sono pode afetar o pensamento, o humor, a capacidade de aprendizagem e de reter informações e pode também aumentar o risco de acidentes e de lesões graves. A longo prazo, a privação crónica do sono pode levar a uma série de problemas de saúde, incluindo obesidade, diabetes, doenças cardiovasculares e até mortalidade precoce.

A forma como nos sentimos enquanto estamos acordados depende muito do que acontece enquanto dormimos, pois durante o sono o nosso corpo trabalha para ajudar a função cerebral e a saúde física.

De acordo com o *National Institutes of Health (NIH)*, alguns estudos demonstram que o distúrbio do sono altera a atividade em algumas partes do cérebro, levando o indivíduo a ter problemas na tomada de decisões, na resolução de problemas, no controlo das suas emoções e dificuldade em lidar com mudanças.

As razões que levam os turistas a procurarem locais para terem uma boa noite de sono podem variar, mas na sua maioria muitas destas pessoas tem dificuldade em adormecer à noite porque as suas mentes não conseguem “desligar” dos pensamentos sobre o trabalho ou sobre alguma preocupação que tenham na sua vida, contudo existem, ainda, outras que

têm problemas em adormecer devido ao *stress* ou à ansiedade sobre o que o dia seguinte lhes possa trazer.

Ao procurarem este tipo de alojamentos turísticos, que lhes ofereça terapias para o tratamento dos distúrbios do sono, estes turistas saem da sua rotina quebrando o ciclo de sono de má qualidade, através de técnicas de relaxamento que lhes vai permitir aliar-se das suas preocupações e usufruírem de uma boa noite de sono.

As técnicas de relaxamento mais utilizadas, que oferecem benefícios restauradores e estimulantes do sono são, a massagem, o reiki, a reflexologia, o ioga ou a meditação.

Tratando-se de um projeto inovador, o *Sleep & Nature Hotel*, teve o cuidado de trabalhar de uma forma criteriosa e bastante exigente a sua estratégia de marketing e as suas práticas de sustentabilidade.

## **2.2. Turismo sustentável e ODS no *Sleep & Nature Hotel***

Foi no início dos anos 90, do século passado, que começou a surgir a ideia de incorporar o desenvolvimento sustentável no setor do turismo. Deste modo, o Turismo Sustentável pode ser definido como “o turismo que tem em consideração os seus impactos económicos, sociais e ambientais, atuais e futuros, atendendo às necessidades dos visitantes, da indústria, do meio ambiente e das comunidades anfitriãs” (UNWTO, 2012).

O turismo sustentável tem como objetivo principal a redução dos impactos negativos provocados pela atividade turística, levando os turistas a procurarem meios de transporte mais sustentáveis, estadias em alojamentos mais ecológicos e a escolha de uma alimentação à base de ingredientes locais.

Geralmente, considerado como uma viagem responsável, este tipo de turismo apresenta vantagens, tais como:

- A preservação da vida selvagem – tem em consideração as necessidades da vida selvagem, dos habitats, dos ecossistemas e da biodiversidade;
- A eficiência no aproveitamento de recursos e na redução de resíduos – utilização, sempre que possível de recursos sustentáveis e renováveis;
- Apoio às populações locais – estimular a economia, criação de empregos e apoio de projetos locais;
- Influenciar atitudes – quanto maior a procura por este tipo de turismo, maior a necessidade de as empresas de turismo se adaptarem a esta nova realidade;
- Benefícios para o bem-estar – as paisagens naturais, as práticas agrícolas sustentáveis, o ar puro, a água limpa, são fatores primordiais para o bem-estar.

Desta forma, a sustentabilidade associada ao turismo, implica que os materiais utilizados nas instalações e edifícios turísticos devam ser sustentáveis e terem origem em recursos locais. A eficiência energética, a qualidade do ar e da água devem também estar associados a uma produção e consumo sustentáveis, proporcionando um ambiente mais saudável e amigo do ambiente.

Atualmente, os locais de turismo de bem-estar mais procurados e mais relevantes são aqueles que têm em consideração o desenvolvimento sustentável, enquanto oferecem serviços memoráveis com a melhor qualidade e a preços razoáveis, afastando-se da procura por empreendimentos demasiado luxuosos.

Um outro conceito associado ao turismo sustentável é o turismo verde, que consiste na ligação entre a interpretação, a conservação e a sustentabilidade, proporcionando aos turistas o contacto com a natureza através de atividades que possibilitam o conhecimento e a educação ambiental sem danificar o meio ambiente. O turismo verde, turismo de pequena escala, pretende minimizar os efeitos negativos da maioria das viagens turísticas, tais como, a massificação, a destruição do património e do meio ambiente, entre outros. Este tipo de turismo inclui o ecoturismo, o turismo de natureza, o turismo responsável e o turismo rural. Assim, o turismo verde está mais focado na conservação da natureza e na educação dos turistas sobre o ambiente natural, enquanto o turismo sustentável é mais abrangente, uma vez que o seu principal foco, se concentra, para além dos aspetos ambientais, também nos aspectos económicos e socioculturais, consistindo em viagens que têm um impacto mínimo no meio ambiente e nas comunidades locais.

O *Sleep & Nature Hotel* apostou na sustentabilidade, nomeadamente nos materiais usados na construção, no mobiliário e em equipamentos, na utilização de produtos regionais na construção, decoração, serviços e nas refeições, e até mesmo na contratação dos novos funcionários, optando por pessoas residentes na região.

Na Tabela 1, apresentamos as principais práticas de sustentabilidade ambiental adotadas pelo *Sleep & Nature Hotel*.

Tabela 1 - Práticas de Sustentabilidade Ambiental adotadas pelo *Sleep & Nature Hotel*

Economia de Energia	Painéis solares para captação e acumulação da energia solar;
	Lâmpadas energeticamente eficientes;
	Existem secções no hotel que são iluminadas apenas com energia solar;
	Sistema automático economizador de energia;
	Todos os funcionários são motivados a terem práticas de redução do consumo de energia;
	O hotel foi construído em piso térreo, não existem elevadores;
	Equipamentos elétricos de baixo consumo energético.
Economia de Água	Captação de água subterrânea através de furos;
	Reutilização de algumas águas residuais para rega de plantas e flores ornamentais;
	Sistema de rega com temporizador, privilegiando a rega noturna;
	A água da piscina com sistema de filtragem e limpeza, sendo sempre a mesma;
	Desenvolvimento de um programa para redução do uso de toalhas e lençóis, diminuindo a exigência das lavagens.
Reciclagem	Separação do lixo para reciclagem: vidro, papel, plástico e metal, lâmpadas, baterias e materiais elétricos;
	Desperdícios de óleos alimentares e de óleos utilizados nos tratamentos, são colocados em recipientes próprios para reciclagem;



Sistema de Compostagem;
<i>Amenities</i> em dispensadores recarregáveis.

Fonte: Elaboração própria, 2023

Quanto à Sustentabilidade Económica e Social o *Sleep & Nature Hotel* também adotou algumas práticas importantes, tais como:

- Recorrem a fornecedores locais e a marcas com certificação ambiental;
- Adquirem produtos aos produtores locais;
- Cultivam frutas, legumes e ervas aromáticas;
- Reaproveitam as frutas não consumidas para fazer compotas;
- As plantas terapêuticas e os óleos utilizados nas massagens são cultivadas e produzidos, no espaço do Hotel;
- Contratação de colaboradores da região;
  - Parcerias de prestação de serviços com empresas de animação turística da região.

Através das parcerias com produtores e empresas locais, bem como com a adoção de práticas de uma agricultura sustentável, o *Sleep & Nature Hotel* responde às necessidades, cada vez mais atuais, dos seus clientes. Ao satisfazer as expectativas dos seus hóspedes e da comunidade local, este hotel fortalece a sua posição como empreendimento turístico que valoriza a sustentabilidade.

A prática de um turismo sustentável, contribui para a preservação do meio ambiente, para o apoio da economia local e da cultura, tradição e heranças da comunidade.

Em setembro de 2015, realizou-se em Nova York, nos Estados Unidos, a Cimeira de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (UNSDS – *United Nations Sustainable Development Summit*), onde os vários Estados Membros da ONU, criaram e aprovaram o documento “Transformar o Nosso Mundo – a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável”, no qual se encontram definidos os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e as 169 Metas que deverão ser alcançadas até ao ano de 2030.



Figura 3 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

Fonte: ONU, 2023

A Agenda 2030, da Nações Unidas, para o Desenvolvimento Sustentável, é o documento estratégico, que se encontra em vigor para a erradicação da pobreza e para o desenvolvimento económico, social e ambiental à escala mundial.

O *Sleep & Nature Hotel*, através da sua política ambiental, social e económica, definiu as suas prioridades estratégicas nos seguintes ODS:

- **ODS 7 – Energia limpa e Acessível:** investiu em energia renovável, instalou painéis solares, para reduzir a sua pegada de carbono e promover o uso de energia limpa.
- **ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Económico:** promove o emprego digno, respeita os direitos dos trabalhadores, oferecendo oportunidades de capacitação e investiu na contratação de pessoas da comunidade local.
- **ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis:** implementou uma política de gestão sustentável de resíduos, como a separação e reciclagem de materiais, redução do desperdício de alimentos e utilização de produtos de limpeza ecológicos.
- **ODS 13 – Ação Climática:** adotou medidas para reduzir as emissões de carbono, a otimização do uso de energia, promoção de práticas de transporte sustentável.
- **ODS 15 – Vida terrestre:** preserva e protege a biodiversidade local, criou áreas verdes e mantém em bom estado toda a vegetação autóctone da herdade do Vagar, onde se instalou. Adotou práticas de agricultura biológica e compra produtos biológicos e sustentáveis a produtores locais. Existe uma conscientização de toda a equipa sobre a importância da conservação da natureza.

### 2.3. A estratégia de Marketing do *Sleep & Nature Hotel*

Relativamente à identificação e segmentação do mercado-alvo, foi de extrema importância definir qual o perfil de clientes que se enquadraria neste conceito de empreendimento turístico. Assim, de acordo com Gustavo (2010), o perfil económico e sociocultural do turista que procura produtos de bem-estar, consiste em grupos sociais específicos, tais como, jovens casais, famílias com crianças, casais entre os 30 e os 55 anos e séniores, com elevado rendimento económico e sociocultural.

O Hotel definiu então como segmento alvo consumidores que procuram descansar, relaxar, recuperar do stress, que valorizem o contacto com a natureza, a sustentabilidade e um serviço de qualidade mais humanizado, com preços competitivos, de uma classe social média alta.

Em termos de origem, o alvo é composto, para além dos turistas residentes em Portugal, por turistas estrangeiros provenientes, na sua maioria, da Alemanha, do Reino Unido, de França e de Espanha.

A marca *Sleep & Nature* reflete a proposta de valor e a diferenciação do produto. Este conceito de hotel permite aos seus clientes usufruírem de um turismo de bem-estar que pretende colmatar um déficit de saúde física, mental e espiritual, inerente à sociedade moderna, oferecendo-lhes experiências de tratamentos naturais inovadores e sustentáveis. Utiliza terapias não médicas para melhorar as práticas de sono, aproveitando o ambiente calmo envolvente que permite a tranquilidade e o relaxamento dos seus hóspedes. É este ambiente de equilíbrio com a natureza que é transferido para o corpo, que permite que este conceito inovador possa aliar uma componente turística de lazer a uma componente de bem-estar, sendo este um dos principais fatores que diferencia o *Sleep & Nature Hotel* dos restantes concorrentes.

A escolha do nome transmite de uma forma precisa e clara a verdadeira natureza deste hotel e a missão da marca. O logotipo, na figura 4, representado por uma ovelha envolta numa nuvem, tem como objetivo de criar uma ligação à lenda de contar ovelhas para adormecer (na qual um fabulista contava histórias ao seu rei, que sofria de insónias, todas as noites para o fazer adormecer facilmente, tendo inventado uma história em que um aldeão comprava muitas ovelhas que precisavam de ser passadas, uma a uma, de uma margem do rio para a outra), reforçando a proposta do hotel em melhorar as práticas de sono dos seus hóspedes.



Figura 4 - Logotipo da marca Sleep & Nature Hotel

Fonte: Elaboração Própria, 2023

O *Sleep & Nature Hotel* tem para oferecer aos seus clientes “32 unidades de alojamento, incluindo quartos e suites, com zonas exteriores e onde os vários detalhes se conjugam para criar uma atmosfera harmoniosa. Comum a todos os quartos é a sensação de tranquilidade que emana de um estilo de decoração que conjuga serenamente tons luminosos com materiais naturais como madeira, a cortiça típica da região e pedra” (*Sleep & Nature Hotel*, s/d). Os preços variam, aproximadamente, entre os 106,00 e os 155,00 Euros, dependendo do tipo de unidade de alojamento e da época do ano. Tendo em consideração a proposta de valor, o mercado-alvo, a concorrência e os custos operacionais, foi definida uma estratégia de preço adequada ao tipo e à qualidade dos serviços prestados. Foram ainda considerados a oferta de pacotes especiais, de descontos sazonais e programas de fidelização, com o objetivo de incentivar as reservas e aumentar o grau de satisfação dos clientes.

Na figura 5 pode ver-se uma das várias tipologias de quartos.





Figura 5 – Quarto duplo do Sleep & Nature Hotel

Fonte: Elaboração própria, 2023

Dos vários serviços disponíveis, é no Restaurante “Monte do Vagar” que é possível degustar alguns pratos regionais, refeições ligeiras e refeições vegetarianas procurando ir de encontro às necessidades e gostos dos vários clientes. Existe ainda o Bar onde são servidos *snacks* que podem ser opção para quem frequenta a piscina, figura 6, ou mesmo quem, ao final do dia, pretenda relaxar nesta zona do hotel.



Figura 6 – Piscina exterior do Sleep & Nature Hotel

Fonte: Elaboração própria, 2023

Relativamente aos serviços de bem-estar é no Spa Sleep and Nature que os clientes podem usufruir de uma vasta oferta de massagens de relaxamento, de sauna e de terapias especializadas, tais como a meditação e o yoga.

Existem ainda vários serviços adicionais, mediante marcação, tais como, consultas terapêuticas, exames de polissonografia e diagnóstico do sono, treinos com Personal Trainer que podem ser no ginásio ou em ambiente externo.

O Sleep & Nature Hotel, permite que o cliente escolha a sua almofada, existindo, para isso, na receção um flyer com os vários tipos de almofadas disponíveis, podendo variar entre o Angel Soft, Massaging, Body Roll e Acquagel. Esta possibilidade de escolha permite que o cliente possa adequar a almofada às suas necessidades de sono. Proporcionando-lhe uma experiência de descanso mais eficaz.

Porque os animais de estimação têm efeitos positivos na saúde e no bem-estar dos seus donos, o Sleep & Nature Hotel é Pet Friendly permitindo a estadia até dois animais, de pequeno porte, nos quartos dos seus donos, oferecendo o hotel as taças com comida e água a um dos animais.

No que diz respeito ao atendimento ao cliente, a receção dos hóspedes é personalizada com a oferta de vários tipos de chá e biscoitos, por colaboradores com formação especializada na área, onde a simpatia e o profissionalismo com que recebem os hóspedes, são fatores que levam os hóspedes a criarem uma boa primeira impressão do local. Procura-se aliar a autenticidade à originalidade para exceder as expectativas dos clientes e conseguir a sua satisfação. A jovem equipa de colaboradores do Sleep & Nature Hotel, para uma melhor identificação, utiliza fardas compostas por calça escura e pólo / camisa com logotipo do hotel, bem como uma placa identificativa com o nome do colaborador. A equipa de housekeeping utiliza uma farda específica para facilitar o cumprimento das suas tarefas.

A facilidade de reserva, a receção personalizada dos clientes (Figura 7), o *check-in* rápido e eficiente, a limpeza e manutenção adequadas das áreas comuns e quartos, a disponibilidade e qualidade dos serviços, como a alimentação e os vários serviços oferecidos, a capacidade de resposta da equipa em atender os pedidos dos clientes, são fatores fundamentais para o sucesso deste inovador hotel.



Figura 7 – Chá de receção aos novos clientes do Sleep & Nature Hotel

Fonte: As autoras, 2023

O Sleep & Nature Hotel, tem um website profissional (<https://www.sleepandnature.pt>), de fácil navegação, com informações sobre as instalações, os serviços, os tratamentos, as atividades, opções de alojamento e de reserva. Encontra-se também presente em sites de reserva de alojamento *online*, como a *Booking*, *Trivago* e *Momondo*.

Como forma de promoção do Sleep & Nature Hotel foi desenvolvida uma campanha de lançamento eficaz com recursos a vários canais de comunicação, como foi o caso de canais de televisão, anúncios *online*, email de marketing e publicidade direcionada. A campanha de marketing procurou destacar os principais atributos e benefícios do hotel, como o ambiente tranquilo e relaxante, a terapia do sono e a prática da sustentabilidade.

O *feedback* e a avaliação dos hóspedes são importantes para a divulgação da qualidade e profissionalismo dos serviços prestados neste hotel, pelo que, sempre que possível, sugere-se aos mesmos que deixem a sua avaliação nas plataformas *online*.

### 3. PERGUNTAS PARA A DISCUSSÃO

De modo a fomentar o pensamento crítico e aprofundar o conteúdo do presente caso, levantamos as seguintes questões para reflexão.

**Pergunta 1.** Discuta com base no que se entende por Marketing e Inovação Verde, em que medida estes conceitos quando bem aplicados podem favorecer os empreendimentos turísticos?

**Pergunta 2.** Reflita sobre como a preocupação dos clientes com a sustentabilidade pode influenciar a oferta de serviços do *Sleep & Nature Hotel*? Que alterações proporia aos serviços atuais e que novo serviço criaria?

**Pergunta 3.** Como pode o *Sleep & Nature Hotel* transmitir aos clientes e potenciais clientes as suas práticas sustentáveis?

**Pergunta 4.** Como pode o compromisso com a sustentabilidade beneficiar o Hotel?

### 4. CONCLUSÕES E CONTRIBUIÇÕES

É cada vez mais comum encontrar destinos de turismo de saúde e bem-estar focados em ações e estratégias que apostam na sustentabilidade. É importante considerar os impactos que qualquer desenvolvimento turístico causa no ambiente e na vida das comunidades locais. O planeamento e a gestão de um empreendimento turístico deverão ser feitos de acordo com os princípios da sustentabilidade e do desenvolvimento verde, os quais se tornam essenciais para o futuro do planeta e das pessoas. Torna-se cada vez mais importante que os destinos de turismo de saúde e bem-estar sejam únicos e inovadores, como o caso do *Sleep & Nature Hotel*, de forma a conseguirem sobreviver a um mercado extremamente competitivo.

É necessário um planeamento adequado para ter uma visão estratégica de um destino e pensar no futuro a longo prazo. Este é um dos princípios básicos da sustentabilidade, que requer um equilíbrio do desenvolvimento económico, com a minimização dos impactos ambientais e o envolvimento das populações. Ser sustentável não é apenas proteger o meio ambiente e ser mais verde, mas também tomar decisões sociais responsáveis, enquanto se gera lucro. Este tipo de negócio pode tornar-se mais lucrativo, a longo prazo, economizando energia e água. Podem reduzir-se custos com o aquecimento, através de um melhor isolamento, custos com a iluminação com um maior aproveitamento da luz solar e custos com a água através de reutilização de água e aproveitamento da água da chuva.

Os consumidores estão cada vez mais identificados com a importância e o valor de práticas e produtos verdes, sustentáveis e orgânicos. Este facto deve tornar-se um princípio em empreendimentos de turismo de bem-estar e os seus serviços e produtos devem ser merecedores de confiança relativamente à sua sustentabilidade.

O caso do *Sleep & Nature Hotel*, contribui para a satisfação dos seus clientes, oferecendo a terapia do sono, um produto inovador e sustentável, envolto num ambiente natural, socialmente responsável, afeto a um desenvolvimento económico da região.

## BIBLIOGRAFIA

- Amazing Evolution, (2020). Delivering Superior Results with Unrivalled Hospitality Management. Disponível em <http://www.amazingevolution.pt/about-us/>, acedido em 27 de maio de 2023.
- Baptista, V., (2022). O Turismo de Saúde e Bem-estar como impulsionador do Desenvolvimento Local de um Território – O caso do H2Hotel Congress & Medical Spa, na vila de Unhais da Serra. Relatório de Seminário em Investigação, Universidade de Évora, Évora.
- Cunha, L. (2006). Turismo de saúde – conceitos e mercados. *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologia*, 79-84.
- Ecobnb (2022). What are the main principles of sustainable tourism? Disponível em <https://ecobnb.com/blog/2022/10/main-principles-sustainable-tourism/>, acedido em 07 de junho de 2023.
- European Travel Commission (ETC) and World Tourism Organization (UNWTO) (2018). Exploring Health Tourism. Disponível em <https://etc-corporate.org/uploads/reports/2018-ETC-UNWTO-Exploring-Health-Tourism-Executive-Summary.pdf>, acedido em 27 de maio de 2023.
- Gustavo, N. (2010). Os Novos Espaços de Lazer, Turismo e Saúde em Portugal: O caso dos SPA. Tese de Doutoramento, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Happiful (2023). What is Sleep Tourism? Disponível em <https://happiful.com/what-is-sleep-tourism>, acedido em 01 de junho de 2023.
- Heritage Hotels of Europe (2021). Green Tourism what it is and why it is so important. Disponível em <https://heritagehotelsfoeurope.com/green-tourism-what-it-is-and-why-it-is-so-important/>, acedido em 05 de junho de 2023.
- Hong, S. kwon, Kim, J. hyun, & Kim, S. il. (2003). Implications of potential green tourism development. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 323–341. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00060-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00060-9)
- Nações Unidas (ONU) (2023). Objetivos de Desenvolvimento Sustentável – 17 Objetivos para transformar o nosso mundo. Disponível em <https://unric.org/pt/objetivos-dedesenvolvimento-sustentavel/>, acedido em 29 de maio de 2023.
- National Institutes of Health (NIH) (2022). Sleep Deprivation and Deficiency – How Sleep Affects Your Health. Disponível em <https://www.nhlbi.nih.gov/health/sleep-deprivation/health-effects>, acedido em 29 de maio de 2023.
- Rocha, A. (2011). Análise à Oferta Termal Nacional. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Porto.
- Sleep & Nature – Hotel Rural, (s/d). Bem-estar. Disponível em <https://www.sleepandnature.pt/bemestar>, acedido em 25 de maio de 2023.
- Smith, M. & Puczko, L. (2014). *Health, Tourism and Hospitality – Spas, wellness and medical travel*. 2.ª Ed. New York: Routledge.
- Sousa, C. (2017). Preferências do Turista Sénior no Segmento de Turismo de Saúde e Bem-Estar. Estudo de Caso: H2otel - Congress & Medical Spa. Relatório de Estágio de Mestrado, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Turismo de Portugal, 2017. Estratégia do Turismo 2027 (ET 2027). Disponível em <http://www.turismodeportugal.pt/SiteCollectionDocuments/estrategia/estrategia-turismo-2027.pdf>, acedido em 29 de maio de 2023.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO), (2012). Sustainable Development. Disponível em <https://www.unwto.org/sustainable-development>, acedido em 20 de maio de 2023.
- Zurich (2022). Turismo sustentável: conheça este conceito e saiba quais os destinos mais sustentáveis em Portugal. Disponível em <https://www.zurich.com.pt/pt-pt/mundo-z/articles/turismo-sustentavel-conheca-este-conceito-e-saiba-quais-os-destinos-mais-sustentaveis-em-portugal>, acedido em 03 de junho de 2023.



## ANEXOS

## Resposta à Questão 1

**Pergunta 1.** Discuta com base no que se entende por Marketing e Inovação Verde, em que medida estes conceitos quando bem aplicados podem favorecer os empreendimentos turísticos?

Por marketing verde entende-se como práticas de marketing que promovem produtos, serviços ou marcas com benefícios ambientais ou sustentáveis. Por outro lado, a inovação verde está relacionada com o desenvolvimento de novas soluções, tecnologias e processos que têm um impacto positivo no meio ambiente. Quando esses conceitos são bem aplicados, eles podem beneficiar empreendimentos turísticos de várias maneiras.

Sempre que um empreendimento adota práticas de marketing verde melhora a sua imagem e a sua reputação, uma vez que os viajantes estão cada vez mais conscientes da importância de se adotarem medidas amigas do ambiente (*eco friendly*) e cada vez mais preocupados com as questões ambientais e preferem escolher destinos que tem em conta a sustentabilidade. Ao adotar estratégias de marketing verde e comunicar os esforços de sustentabilidade, os empreendimentos turísticos podem atrair e conquistar esse segmento de mercado consciente.

A inovação verde pode levar a melhorias significativas em termos de eficiência energética, gestão de resíduos e conservação de recursos naturais nos empreendimentos turísticos. A adoção de sistemas de energia renovável, como painéis solares, a implementação de práticas de reciclagem, a redução de desperdícios, a reutilização de sobras alimentares em bom estado, resultarão a longo prazo numa redução de custos operacionais a longo prazo.

Além disso, os empreendimentos turísticos que adotam práticas de marketing verde e inovação verde, podem beneficiar de parcerias muito interessantes, com governos locais que promovem o turismo sustentável, organizações ambientalistas e população residente.

É muito importante ressaltar que o marketing e a inovação verde têm de ser autênticos e baseados em ações concretas. Os turistas estão cada vez mais atentos e penalizam veemente as empresas, ou empreendimentos que praticam o chamado “*greenwashing*”, ou seja, empresas que promovem uma imagem sustentável sem realmente adotar medidas efetivas. Os empreendimentos turísticos, devem garantir que as suas práticas e ações sustentáveis são genuínas e alinhadas com os valores ambientais, para dessa forma obterem a credibilidade desejada, e os benefícios que o marketing e a inovação verde podem oferecer a longo prazo.

## Resposta à Questão 2

**Pergunta 2.** Reflita sobre como a preocupação dos clientes com a sustentabilidade pode influenciar a oferta de serviços do *Sleep & Nature Hotel*? Que alterações proporia aos serviços atuais e que novo serviço criaria?

A preocupação dos clientes com a sustentabilidade pode ter um impacto significativo na oferta de serviços do *Sleep & Nature Hotel*. Os clientes valorizam, cada vez mais,

hospedarem-se em alojamentos que são ecologicamente conscientes, que possam oferecer experiências de contacto com a natureza de forma sustentável. Por isso, as alterações na oferta, o considerar a sustentabilidade importante quando começamos um novo projeto, esperam dar resposta às tendências da procura atual.

O hotel implementou medidas para melhorar a eficiência energética, com um sistema de energia renovável, utilização de painéis solares, faz uma gestão eficiente da água recorrendo a um sistema tecnológico que consegue reutilizar uma grande parte da água, para rega de jardins e horta. Ao utilizar estas medidas o hotel demonstra o compromisso em reduzir o seu impacto ambiental na atividade turística, e também pode divulgar esta atitude com parte da experiência de hospedagem sustentável.

Ao oferecer opções de transporte sustentável, como, bicicletas que o cliente pode utilizar, conjuntamente com a sua família, pois existem vários tamanhos de bicicleta disponíveis, o hotel está a acrescentar valor e alternativas ecológicas, valorizando a mobilidade sustentável.

O *Sleep & Nature Hotel* está a expandir a sua oferta de serviços para incluir mais actividades que permitam aos hóspedes vivenciar a natureza de maneira sustentável, atualmente promovem já o passeio por trilhos e caminhadas, passeios a cavalo e passeios de bicicleta.

O hotel adotou práticas de alimentação sustentável, utilizando ingredientes orgânicos resultantes do cultivo de vegetais e frutas na propriedade do hotel e de origem local. Incentivam os hóspedes a experimentar a gastronomia regional, promovendo a cultura local e reduzindo a pegada de carbono associada ao transporte de alimentos de longa distância.

Ao posicionar-se como uma alternativa diferenciada no mercado, com o foco na sustentabilidade, o *Sleep & Nature Hotel* está em posição de atrair clientes conscientes e alinhados com os valores ambientais, uma tendência atual da procura turística.

Como forma de fazer chegar aos clientes, de maneira mais acertiva, as práticas de sustentabilidade sugerimos a elaboração de um Guia para a Sustentabilidade com as práticas sustentáveis adotadas pelo *Sleep & Nature Hotel*, e colocar este Guia nos quartos, para quando o cliente chegar aos seus aposentos, ter conhecimento de todo o processo de sustentabilidade existente e adotado pelo hotel que escolheu.

Propomos ainda a criação de infraestruturas que permitam o carregamento das baterias dos veículos elétricos, pois são cada vez mais os proprietários deste tipo de veículos, sendo na sua maioria, potenciais clientes do hotel.

### Resposta à Questão 3

**Pergunta 3.** Como pode o *Sleep & Nature Hotel* transmitir aos clientes e potenciais clientes as suas práticas sustentáveis?

O *Sleep & Nature Hotel* transmite as suas práticas sustentáveis aos clientes de diferentes maneiras eficazes, quer seja, através do seu *website* e dos materiais de promoção e marketing que utiliza, onde os compromissos adotados com a sustentabilidade e as iniciativas pró-ambientalistas são descritos, irá também, em breve, começar a incluir informações sobre certificações e selos ambientais que o hotel pretende adquirir, (como por exemplo, LEED, *Green Key*, *Biosphere* ou ISO 14001).

As redes sociais, que o hotel utiliza, são uma poderosa ferramenta para transmitir mensagens aos clientes, pois o *Sleep & Nature Hotel* utiliza plataformas como *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* para compartilhar fotografias e histórias relacionadas com as suas práticas sustentáveis. Encontra-se também presente em sites de reserva de alojamento *online*, como a *Booking*, *Trivago* e *Momondo*, onde os clientes também podem deixar os seus comentários e o hotel pode indicar práticas que adotem em termos de sustentabilidade, entre outras.

Existe, ainda, o cuidado de explicar aos seus clientes onde são cultivados ou comprados os ingredientes, que irão ser utilizados na confecção de alimentos a serem servidos no restaurante.

Fazem, ainda, questão de levar os clientes à horta de produtos orgânicos e ao pomar de fruta biológica e explicar todos os processos de cultivo e de produção biológica.

#### Resposta à Questão 4

**Pergunta 4.** Como pode o compromisso com a sustentabilidade beneficiar o Hotel?

O *Sleep & Nature Hotel* tem consciência que o compromisso com a sustentabilidade pode trazer benefícios, tais como, a diferenciação e a vantagem competitiva, uma vez que a procura e oferta turística estão cada vez mais conscientes em relação às questões ambientais, e todos os que se comprometem com a sustentabilidade, partem com vantagens competitivas. Os hotéis que adotem medidas sustentáveis e as saibam comunicar de maneira eficaz, destacam-se da concorrência e atraem clientes que valorizam a responsabilidade ambiental. Para além de criarem uma vantagem competitiva, também pode resultar numa maior procura pelos serviços que o hotel tem para oferecer.

A crescente preocupação dos turistas pela sustentabilidade do planeta, fez aumentar a procura por empreendimentos que tenham as mesmas preocupações, portanto é importante alinhar os valores comuns, e aumentar assim o seu número de reservas de hospedagem.

A redução dos custos operacionais a partir da eficiência energética implementada pelo hotel, da gestão de resíduos e da conservação de recursos naturais são fatores resultantes de uma gestão sustentável, isto porque, ao adotar medidas como a utilização de energia renovável, a redução do consumo de água e a implementação de práticas de reciclagem, resulta numa redução dos custos operacionais a longo prazo. Transmite também uma imagem e reputação positivas, porque tanto os clientes como os *stakeholders* vêm positivamente as empresas que demonstram responsabilidade ambiental. Logicamente que isto levará a um aumento da confiança e da fidelização dos clientes. Uma imagem positiva pode atrair parcerias estratégicas, patrocínios e o reconhecimento da comunidade local.

Também o cumprimento de regulamentação e normas, não é um problema para este hotel, que iniciou a sua atividade respeitando as regulamentações ambientais, como práticas diárias normais e correntes. Esta atitude pode abrir portas para parcerias de reconhecimento internacional.

Ao assumir um compromisso com a sustentabilidade, o hotel contribui para a responsabilidade social da comunidade, demonstrando preocupação com o bem-estar da

comunidade local e com a preservação do meio ambiente. Este facto irá ajudar a fortalecer os laços com a comunidade local e a melhorar a percepção do hotel como empresa corporativa responsável.

Assim, é de louvar o compromisso com a sustentabilidade, porque traz uma série de benefícios, que vão desde a diferenciação competitiva, à redução de custos e a uma boa imagem e reputação do hotel. Sendo o mais importante a sua contribuição para a preservação do meio ambiente e para a construção de um futuro mais sustentável.